

SISTEMATIZACIÓN DE LA MUESTRA EMPRESARIAL EN EL PROGRAMA DE
CONTADURÍA PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SEDE
VILLAVICENCIO

JOSÉ JOAQUÍN FLÓREZ BAQUERO
NAUR FRANCISCO PARRADO MANTILLA
JAVIER DARÍO PAVA REATIGA
YULY ALEJANDRA PERILLA JIMÉNEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
VICERRECTORIA UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
MAESTRIA EN EDUCACIÓN
VILLAVICENCIO
2016

SISTEMATIZACIÓN DE LA MUESTRA EMPRESARIAL EN EL PROGRAMA DE
CONTADURÍA PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SEDE
VILLAVICENCIO

JOSÉ JOAQUÍN FLÓREZ BAQUERO
NAUR FRANCISCO PARRADO MANTILLA
JAVIER DARÍO PAVA REATIGA
YULY ALEJANDRA PERILLA JIMÉNEZ

Trabajo de grado presentado para optar a título de Magister en Educación

Directora
LUZ HAYDEE GONZÁLEZ OCAMPO
Doctora en Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
VICERRECTORIA UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
MAESTRIA EN EDUCACIÓN
VILLAVICENCIO

2016

Autoridades académicas

P. Fray Ubaldo LÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector General

P. Fray Érico MACCHI CÉSPEDES, O.P.

Vicerrector Académico General

P. Fray Tiberio POLONIA RAMÍREZ, O.P.

Vicerrector Educación Abierta y a Distancia

Ab. HÉCTOR FABIO JARAMILLO SANTAMARÍA.

Secretaria General

Dra. ANA ELVIRA CASTAÑEDA CANTILLO

Directora Maestría en Educación

Nota de Aceptación

ANA ELVIRA CASTAÑEDA CANTILLO

Directora Maestría en Educación

LUZ HAYDEE GONZÁLEZ OCAMPO

Directora Trabajo de Grado

Firma del jurado

Firma del jurado

Villavicencio, mayo de 2016

Dedicatoria

A mis Abuelos, a quienes amo y amaré por siempre.

JOSE JOAQUIN

A Dios por su infinita misericordia y a mi familia por el apoyo incondicional.

NAUR FRANCISCO

A Dios, a mi amada esposa y a mis hijos por todo y, por tanto.

JAVIER DARIO

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente.

A mi Familia por quererme y apoyarme siempre, esto también se lo debo a ustedes.

A la Universidad Santo Tomás, por su infinita confianza y apoyo en mi vida académica.

YULY ALEJANDRA

Agradecimientos

A los estudiantes, profesores y directivos del programa de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás sede de Villavicencio, quienes con sus valiosos relatos y entrevistas permitieron dar vida a la Sistematización. A los doctores Luz Haydeé y David Andrés que con su paciencia y conocimiento lideraron el proceso de aprendizaje y a la Universidad Santo Tomás, por el apoyo a la capacitación que nos permitió adelantar la Maestría en Educación. Igualmente, a la Comunidad Académica de la Universidad en la sede de Villavicencio.

Las opiniones del presente documento son responsabilidad de los autores y no comprometen a la
Institución Universitaria

Contenido

Pág.

INTRODUCCIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
1. ENFOCANDO LA EXPERIENCIA	13
1.1 Postura epistémica	13
1.2 Objeto de la sistematización	14
1.3 Objetivo de la sistematización	16
1.4 Pregunta eje de la sistematización	16
1.5 Contando la experiencia.....	17
1.6 Polifonía de Voces. Contando la experiencia a cuatro voces	23
1.7 Polifonía de la Muestra Empresarial.....	25
2. PROFUNDIZANDO LA EXPERIENCIA	30
2.1 Metodología	30
2.2 Estrategias de recolección de Información	31
2.3 Categorías de análisis.....	36
2.3.1 <i>Experiencias previas con el emprendimiento y actividades empresariales:</i>	37
2.3.2 <i>Viviendo la muestra empresarial</i>	40
2.3.3 <i>La muestra empresarial y proceso de formación profesional</i>	43
3. APRENDIENDO DE LA EXPERIENCIA	49
ANEXOS.....	55

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1: Construcción del nuevo relato. Elaborado por los autores	25
Figura 2: Metodología de recolección de información, figura adaptada de Domingo, Bolívar y Fernández (2001)	34
Figura 3 Construcción del nuevo relato. Elaborado por los autores	35
Figura 4 Categorización. Elaboración de los autores.....	35
Figura 5 Triangulación de los métodos de recopilación de la información. Elaborada por los autores	36
Figura 6 Triada de Formación. Figura elaborada por los autores.	43

Lista de anexos

	Pág.
Anexo 1 Relato de la experiencia por actores.....	55
Anexo 2 Entrevistas	65
Anexo 3 Registro Calificado del Programa de Contaduría Pública, Capítulo 4 Contenidos Curriculares	85
Anexo 4 Plan Analítico del Programa de Contaduría Pública	95
Anexo 5 Plan de Estudios del Programa de Contaduría Pública	133
Anexo 6 Biogramas.....	134
Anexo 7 Matriz Syllabus - Facultad de Contaduría Pública.....	137

INTRODUCCIÓN

El presente informe es la sistematización de la Muestra Empresarial en el programa de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás, sede Villavicencio, que se realizó con el propósito de identificar los aportes de la Muestra al proceso de formación del Contador Público tomasino, surge del interés que tiene el programa por ampliar la comprensión y reflexionar sobre las diferentes estrategias utilizadas por el equipo docente en el proceso de formación de los futuros Contadores Públicos.

Esta sistematización de corte cualitativo, toma la sistematización de experiencias como la producción de saberes sobre una práctica, en la que no basta registrar y describir, sino que, requiere del diseño de construcciones metodológicas consistentes y rigurosas para posibilitar, descomponer y reconstruir la experiencia desde marcos interpretativos de fenómenos que emergen de dichos análisis, para avanzar hacia la comprensión de la misma. Así, los conocimientos derivados de la sistematización no se quedarán en tan solo caracterizaciones o valoraciones, convirtiéndose en la metodología ideal que permitió al equipo el cumplimiento de su objetivo.

La recuperación de la experiencia se soportó en el enfoque de la investigación biográfica narrativa, la cual se planeó desde los actores participantes en la muestra empresarial que desarrolla el Programa desde el año 2010 y que para esta sistematización se acordó el periodo comprendido entre 2012 y 2014. Adicionalmente, se realizó también la revisión de documentos tales como: Documento de Registro Calificado del Programa (condición 3 contenidos curriculares), el Plan Analítico del Programa, el Plan de Estudios y los syllabus de algunos espacios académicos.

En el capítulo uno, titulado *Enfocando la Experiencia* se evidencian los principales aristas que hacen parte del trabajo de investigación, los cuales dan una estructura lógica, una ruta y misión a los investigadores, este capítulo permite dar una comprensión de las bases que sostienen el proceso de investigación que se desencadena en los dos siguientes capítulos.

En el capítulo dos, nombrado *Profundizando la experiencia* se refleja como la sistematización de experiencia, a través de su característica cualitativa permitió realizar un análisis desde la particularidad de las vivencias en cada uno de los actores que intervinieron en la muestra empresarial, y a donde el grupo investigador quiso llegar con el contraste de información.

En el capítulo tres, denominado *Reconstruyendo la experiencia* se empieza a evidenciar algunos aportes de la muestra a la formación de los futuros Contadores Públicos y la triangulación de los datos para dar lugar a las categorías que emergen del análisis de los relatos.

Finalmente, en el capítulo denominado *Aprendiendo de la Experiencia* se presentan los aportes que la muestra empresarial ha realizado a la formación de los futuros contadores públicos, al equipo docente del programa y los aprendizajes adquiridos por el equipo sistematizador.

Es de destacar que este proceso de sistematización fue y será insumo para la evaluación curricular del programa. Así mismo se han presentado resultados parciales a través de ponencias en el marco del tercer congreso internacional en temas y problemas de investigación en educación, sociedad, ciencia y tecnología, organizado por la vicerrectoría de la Universidad Abierta y a Distancia y en el tercer encuentro nacional de grupos y semilleros 2015 “Investigación con pertinencia e impacto social” organizado por la Universidad Santo Tomás.

El grupo sistematizador dará a conocer los resultados de esta investigación a través de un escrito público dirigido a la comunidad académica de la USTA Colombia, con el fin de resaltar la importancia de estas actividades, de igual manera se utilizarán como canales de difusión de dicho documento, las redes, páginas web y demás boletines en donde se pueda publicar esta sistematización pertinente para el desarrollo y evolución académico de las facultades, así mismo

se espera participar en escenarios donde la divulgación de estas experiencias y metodologías lleven a la reflexión de cómo se puede a partir de metodologías de sistematización de experiencias aportar a la formación de profesionales en las ciencias económicas y administrativas.

1. ENFOCANDO LA EXPERIENCIA

1.1 Postura epistémica

La epistemología de la sistematización está centrada en la dialéctica de la relación entre el saber empírico y el saber científico y la estrecha relación entre la objetividad y la subjetividad. Se debe ir más allá de las experiencias narradas, de los actores a sistematizar para indagar en las raíces en donde las partes tienen su origen y otorgan sentido a la estructura que compone la sistematización. En la reconstrucción de experiencias se construye saberes al estudiar no solo los comportamientos y acciones de los individuos, sino a los actores como tal. Es importante ver más allá de la reflexión en general, cada persona involucrada tiene una postura, su propia reflexión, desde ahí es que se empieza a construir conocimiento. La sistematización de experiencias no se apoya en un observador externo, objetivo, sino en sistemas auto-observadores, en el marco de un principio de reflexividad. Cada uno de los actores e investigadores dan fe de las vivencias transformadoras, mientras las interpretan una y otra vez dentro de un círculo de reflexión y crítica.

La sistematización de experiencias permite conocernos, darnos a conocer y cualificar prácticas. La sistematización de experiencias es útil para producir saberes partiendo de la práctica, porque permite cualificar el conocimiento que se tiene sobre la práctica, generando conocimiento a partir del proceso de sistematización. También cualifica la propia práctica desde la vivencia orientando a mejorar los resultados desde una pregunta y da la opción que sean los actores involucrados en el proceso quienes realicen la práctica.

Jara (2012) plantea tres aportes que hace la sistematización desde una perspectiva epistémica; el primero de ellos es poder tener una comprensión más profunda de experiencias que realizamos con el fin de mejorar nuestra propia práctica, compartir con otras prácticas similares las enseñanzas surgidas de la experiencia y aportar a la reflexión teórica saberes surgidos de prácticas sociales concretas. En este orden de ideas es preciso afirmar que la sistematización de experiencias produce saber práctico caracterizado por ser situacional, por estar orientado a la acción y que además está constituido por el conjunto de saberes que el profesional dispone o al que recurre para iluminar y orientar su intervención. (Barnechea, 2010)

1.2 Objeto de la sistematización

El programa de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás sede de Villavicencio, en sus 7 años de labores ha ido consolidando sus procesos. La Decanatura junto con sus docentes colaboradores emprendió una búsqueda constante hacia un perfil competitivo del Contador Público pensado para un contexto internacional. En nuestra línea de crecimiento y evolución, sobresale la dedicación puesta en toda la comunidad docente y estudiantil por mostrar la heterogeneidad que enriquece el programa, el cual condensa una mezcla de talentos y habilidades que día a día tanto los estudiantes como los profesores potencializan para el enriquecimiento de su perfil profesional. Formamos un profesional emprendedor, capaz de asumir retos en diferentes ámbitos sociales y empresariales.

La muestra empresarial, objeto de esta sistematización de experiencia, se comprende como una estrategia pedagógica, definida ésta en el ámbito de la enseñanza-aprendizaje, por Ocando (2009) como los procedimientos utilizados por el docente en forma rígida o flexible y reflexiva para promover el logro de aprendizaje en sus alumnos, empleando para tal fin todos los medios y recursos necesarios. El docente utiliza las estrategias de una manera consciente e intencional, orientadas al éxito del alumno en la realización de actividades para alcanzar el aprendizaje. De la misma forma, Bravo (2008) plantea que “las estrategias pedagógicas constituyen los escenarios curriculares de organización de las actividades formativas y de la interacción del proceso enseñanza y aprendizaje donde se alcanzan saberes, valores, prácticas, procedimientos y problemas propios del campo de formación.” (pág. 34)

Partiendo del concepto de estrategia como “la ciencia o arte de combinar y coordinar las acciones con vistas a alcanzar una finalidad. Corresponde a una planificación para lograr un resultado con proposición de objetivos a alcanzar y medios considerados para lograrlo” (Mialaret, 1984, p. 213). La anterior definición se relaciona con el enfoque de la sistematización, la cual gira en torno a la muestra empresarial y a las acciones que se enmarcan en la estrategia pedagógica que reúne y combina los saberes de los diferentes espacios académicos para aplicarlos en un proyecto el cual es socializado en un espacio diferente al aula.

En el entorno educativo, se siguen dando muchas interpretaciones a la hora de comprender, planificar y aplicar la definición de estrategia, en la mayoría de veces de manera errada. La estrategia pedagógica llega a ser confundida con una actividad dejando de lado la improvisación. Es imperativa la planificación de las estrategias pedagógicas con el fin de dar una intención determinada persiguiendo unos resultados. Entonces para este proceso investigativo se define la estrategia pedagógica como la manera estructurada, un sistema de acciones que se realizan con un ordenamiento lógico y coherente en función del cumplimiento de objetivos educacionales. Es decir, constituye cualquier método planificado que mejore el aprendizaje profesional y facilite el crecimiento personal del estudiante. (Picardo, Balmore, & Escobar, 2004)

El equipo de trabajo de esta sistematización considera que las estrategias pedagógicas son un conjunto de acciones orientadas al cumplimiento de un objetivo o meta así como el reconocimiento, presentación y sensibilización teniendo en cuenta las actividades de investigación en el proceso docente educativo que se llevan a cabo en las instituciones para lograr en los estudiantes comportamientos que correspondan con las normas éticas, el conocimiento, desarrollo de habilidades, creatividad, así como la formación en un individuo acorde con las exigencias sociales en cualquier entorno. De igual manera es preciso por parte del equipo sistematizador reconocer las estrategias pedagógicas como los acercamientos al estudiantado mediante acciones de enseñanza aprendizaje para dar una intención profesional y personal.

Así entonces, la muestra empresarial se desarrolla en los espacios académicos del programa en los que se promueven en la comunidad universitaria: la creatividad, la imaginación, la inspiración, el emprendimiento, empresarismo, e ideas de negocio.

1.3 Objetivo de la sistematización

Fue un reto para el equipo la constante revisión y redefinición de los objetivos que componen la ruta de la sistematización de esta experiencia. Logramos definir nuestro objetivo general orientado a identificar los aportes de la muestra empresarial a la formación del Contador Público tomasino de la sede de Villavicencio durante el periodo comprendido entre el 2012 y 2014. Este objetivo nace del interés del equipo en analizar cada uno de los procesos que se desarrollan en los espacios académicos en los cuales se implementan esta estrategia pedagógica.

En este orden de ideas, para la ruta del trabajo de la sistematización, el equipo determinó los objetivos específicos, así: reconstruir la historia y el desarrollo de la muestra empresarial a partir de las experiencias de estudiantes, docentes, directivos y egresados del programa de Contaduría Pública Sede Villavicencio. Este nos permitió comprender desde una perspectiva cómo los actores mencionados se desempeñaron en cada uno de sus roles.

En el proceso dialógico de esta sistematización surgió un segundo objetivo, realizar una interpretación crítica de los relatos recabados de cada uno de los actores que habían participado activamente en la muestra, lo cual nos permitió comprender como cada uno de los actores vivió el despliegue de la estrategia pedagógica, así mismo, identificar algunas de las contribuciones que el desarrollo de la estrategia hizo al proceso de formación de cada uno de ellos.

1.4 Pregunta eje de la sistematización

La pregunta problémica generó en el equipo conversaciones, posturas académicas y epistemológicas que nos invitaron a reflexionar y buscar dar cumplimiento a nuestros objetivos trazados en la ruta de la sistematización de experiencias, de tal forma que surgieron preguntas tales como: ¿Qué sistematizar? ¿Por qué sistematizar la Muestra Empresarial? ¿Qué entendemos como equipo por Muestra empresarial? ¿Cuál sería la ruta para cumplir nuestros objetivos? ¿Qué fuentes de información se utilizarían? ¿Para qué queremos sistematizar esta experiencia? Cada una de estos interrogantes nos llevó a consolidar la pregunta eje de la sistematización la cual es: ¿Cuáles son los aportes que genera el desarrollo de la Muestra Empresarial a la formación del Contador Público de la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio?

1.5 Contando la experiencia

Es preciso iniciar con la historia del entorno y algunos de los actores que han participado en esta sistematización de experiencias; así abrimos camino con el origen de la Universidad Santo Tomás en el siglo XIII, cuando Domingo de Guzmán logró reunir a 16 frailes para crear una nueva comunidad de clérigos, dentro de la Iglesia Católica a la que denominó Orden de Predicadores, conocida también como Orden Dominica, por el nombre de su fundador. (Universidad Santo Tomás, 2015)

Luego del descubrimiento de América, se inició el proceso de conquista, dominio y colonización del nuevo territorio por parte de la Corona española, quien contó, con el apoyo de la Iglesia como institución condicionante en la estructura colonial hispánica; por ello fue que el primer grupo de dominicos, encabezados por Fray Pedro de Córdoba, llegó a América en 1510. Para el año de 1608, se fundó el Colegio Santo Tomás y posteriormente se fusionó con la Universidad de Estudios Generales. Nació así el Colegio-Universidad Santo Tomás que posteriormente se llamaría Universidad Tomística.

En el año de 1861 el general Tomas Cipriano de Mosquera, clausura la Universidad, incauta sus bienes, al igual que el inmueble donde funcionaba desde la colonia, es decir que la acreditación social no fue suficiente para impedir su cierre. La Universidad Santo Tomás abre nuevamente en el año de 1965 para ser restaurada por la Orden de Predicadores con el respaldo

de la iglesia y del estado, y es declarada patrimonio histórico, científico y cultural de la nación, es decir que se esperó 104 años para su reapertura. (Universidad Santo Tomás, 2002)

Durante casi tres siglos esta Universidad constituye una fuente inagotable de pensamiento y cultura que formó a numerosas generaciones de neogranadinos. Entre los graduados destacados se encuentran los nombres de Andrés Rosillo (con estudios en filosofía, teología y cánones), Camilo Torres, autor del célebre “Memorial de Agravios”, Francisco José de Caldas (graduado en cánones), Francisco de Paula Santander (en filosofía y leyes) y Atanasio Girardot (en cánones).

Hoy en día, la Universidad Santo Tomás cuya sede principal se encuentra ubicada en Bogotá, cuenta con dos seccionales, una en la ciudad de Tunja, y la segunda ubicada en la ciudad bonita de Bucaramanga; dos sedes, una ubicada en la ciudad de la eterna primavera, Medellín y la otra en el portal del Llano, Villavicencio. Además, hace presencia en diferentes regiones del país a través de sus centros de atención universitaria. (CAU)

La Universidad Santo Tomás abre sus puertas en la ciudad de Villavicencio en el año 1-983 con sus programas en Modalidad Abierta y a Distancia (CAU). En el año 2-007 inició labores con 3 programas en modalidad presencial: Derecho, Comercio Exterior hoy en día denominado Negocios internacionales y Administración de Empresas Agropecuarias. En el primer semestre de 2008 nace académicamente el programa de Contaduría Pública, extendido desde la sede principal con 22 estudiantes y un coordinador de programa: Padre Juan Ubaldo López Salamanca, O.P. (Actualmente Rector general de la Universidad Santo Tomás).

En el año 2010, cuando fue nombrado Decano del programa de Contaduría Pública en la sede de Villavicencio, Javier Darío Pava Reátiga, hizo un diagnóstico por áreas y actividades que se efectuaban en el Programa, lo cual le permitió identificar la carencia de una estrategia que generará en los estudiantes interés por acciones de emprendimiento y empresarismo. Lo anterior, lo llevó a revisar los diferentes espacios académicos, y al diseño de un plan que permitiera de forma transversal hablar de estos temas y sobretodo, crear espacios que le permitieran al

estudiante aventurarse en proyectos que alimentarán su iniciativa de empresa y motivara el emprendimiento.

Fue entonces cuando el primer espacio académico denominado Fundamentos de Mercadeo, se revisó y rediseñó, teniendo en cuenta que fue allí donde nació la feria del producto; una actividad cuyo propósito era que los estudiantes analizarán las estrategias de posicionamiento de algunas empresas exitosas del mercado. Aquí el punto de partida del objeto de esta sistematización: La Muestra Empresarial de la Facultad de Contaduría Pública.

Producto de ese rediseño la decanatura del programa y su equipo docente decidieron cambiar el nombre de feria del producto a Muestra Empresarial. Se tomó además la decisión táctica que los espacios académicos de Economía, Administración, Mercadeo y la Electiva de Emprendimiento se articularan de tal manera que la Muestra se convirtiera en una estrategia pedagógica.

Así en el año 2011, la economista Myriam Mercedes Cala Amaya se vinculó como docente tiempo completo y asume la responsabilidad de la Coordinación de proyección social de la Facultad de Contaduría Pública, desde ahí se diseña el primer espacio académico denominado Emprendimiento en la Universidad Santo Tomás Sede Villavicencio, el cual fue ofrecido como una electiva de segundo año, es importante mencionar que este espacio académico tiempo después es tomado por la dirección académica de la sede Villavicencio y lo lleva como política institucional a construir para los diferentes programas de la sede estrategias de emprendimiento transversales.

En búsqueda de realizar estrategias para que el programa diera respuesta con acciones en relación con el sector externo, la dirección y la coordinación de proyección social del programa diseñan el I Simposio de competitividad y prospectiva de la Contaduría Pública, estableciendo dentro de estas jornadas el desarrollo de la muestra empresarial que por primera vez se realiza en un espacio externo a la USTA donde la comunidad de Villavicencio fue quien evaluó la calidad y la pertinencia de la misma. El espacio fue la plazoleta de la Cámara de Comercio de Villavicencio donde se presentaron 22 proyectos de estudiantes de diferentes momentos de

formación; tercero, quinto y sexto semestre. Además, se vincularon a la muestra a siete instituciones como lo fueron; Cámara de Comercio, Movistar, Postobón, Alpina, Alquería, Licorera del Meta e Industria Bimbo.

Lo más notorio de esta experiencia fue vencer el miedo a salir a un espacio diferente al del aula y al de la USTA a presentar sus ideas y proyectos. Así como lograr una logística impecable que permitió desarrollarla en condiciones de seguridad y con alta participación de la comunidad. Desde un principio se tuvo como misión exponer ante nuestro círculo social inmediato los proyectos de aula desarrollados por la comunidad estudiantil; desde el espacio académico de Fundamentos de mercadeo se unificaron todos los proyectos que se diseñaron y ejecutaron en el marco de la clase, pero esta vez el público externo pudo conocer directamente de los estudiantes y docentes como fue el proceso de consolidación del mismo.

Muchos de los estudiantes utilizaron las apreciaciones del público como insumo para estructurar y aplicar mejoras en aspectos como lo es el diseño de la imagen, presentación, tamaño, empaque, servicio entre otros. Un proceso detallado y completo de retroalimentación fue el que permitió dar claridad a los estudiantes para entender sus ideas desde las necesidades, gustos y preferencias del cliente directo. Los estudiantes ya no tenían los comentarios de tres jurados en un salón de clases, era un escenario abierto con muchas personas de diferentes niveles socio-económicos interactuando directamente con el producto o servicio; realizando aportes que iban desde aspectos generales hasta recomendaciones sobre el servicio y la atención al cliente.

Para el año 2012 en su primer semestre se consolida la misma estrategia de vincular la muestra en el marco del II Simposio de Competitividad y prospectiva de la Contaduría Pública, fruto del trabajo desarrollado en el aula. La metodología se mantuvo igual a la de su primera versión, esta vez desarrollaban el ejercicio estudiantes quienes no habían participado en proyectos de aula con el espacio académico de fundamentos de mercadeo. La actividad fue enriquecedora no solo por contar con la participación del público externo, sino que en esta versión se afianzaron lazos y relaciones dentro del programa entre los estudiantes que ya habían pasado por la experiencia y los que hasta ahora estaban empezando a desarrollar el ejercicio. El

compartir saberes, experiencias y puntos de vista permitieron a los estudiantes utilizar como herramienta de construcción los criterios unificados en el proceso de consolidación de ideas.

En el segundo semestre de 2012 el programa de Contaduría Pública de la sede Villavicencio debido a la alianza que firmó con las diferentes Facultades de Contaduría de la región, (Universidad de los Llanos, Universidad Cooperativa de Colombia, Fundación Universitaria San Martín, Universidad Antonio Nariño, Universidad Minuto de Dios y Universidad Santo Tomás) tienen la responsabilidad de organizar el II Congreso Internacional de Contaduría Pública de la Orinoquia colombiana, dado el éxito de la estrategia de vincular la Muestra Empresarial al I y II Simposio de Competitividad y Prospectiva de la Contaduría Pública, se plantea al comité organizador la idea de realizar dicha muestra en el marco del Congreso con la participación de las diferentes Facultades de Contaduría de la región pertenecientes al convenio, aceptando esta propuesta y enriqueciéndose con la ampliación de muestra de emprendimiento e investigación.

Es así como el programa desarrolló políticas de continuidad a la facilitación de estos espacios y como resultado del éxito y la divulgación de la muestra, se realiza alianza con el Centro Comercial Único en el primer semestre 2013, lugar en donde se desarrolló la Muestra Empresarial, esta vez aliados con la Facultad de Negocios Internacionales. Es correcto decir entonces que la estrategia empezaba a permear las dinámicas de otros programas en la Sede.

La unidad de Proyección Social dirigida por Fray Juan Pablo Romero Correa, O.P. logra calar la idea que el programa venía proponiendo de realizar un evento institucional que permitiera que en un espacio de gran envergadura se vincularan a todos los programas e instancias de la sede Villavicencio y al sector externo mostrando todo lo que los programas de Contaduría Pública, Administración de Empresas Agropecuarias, Negocios Internacionales, Psicología, Derecho e Instituto de Idiomas de la sede realiza en el tema de Investigación y Emprendimiento. Es entonces en el segundo semestre de 2013 que se invita a toda la comunidad Tomasina a participar en la Plazoleta de la Iglesia del Templo Eucarístico de la Ciudad de Villavicencio en la Primera Muestra Empresarial y de Investigación EXPOUSTA. En esta oportunidad la comunidad del programa de Contaduría fueron actores protagónicos apoyando en la logística del

evento y con la participación de ideas y proyectos de estudiantes de la Facultad, además se hicieron talleres con empresarios de la región.

En el primer semestre del año 2014 en la rendición de cuentas de las Decanaturas se propone realizar la Muestra Empresarial anualmente. A razón de lo anterior y siendo coherentes con la naturaleza de la universidad, la Facultad diseña la estrategia denominada **Visión 20/20**, un espacio cuyo propósito es la visibilización de la articulación de las funciones sustantivas (docencia, investigación y proyección social), al cual se vinculan las demás Facultades de Contaduría de la Región. Es importante aclarar que los proyectos presentados por los estudiantes de la facultad en el marco de la muestra empresarial, se construían durante el semestre con la participación de varios espacios académicos como previamente se había indicado.

Fieles al plan de la formación de un contador público competitivo, a comienzos de 2014 algunos docentes tiempo completo de la Facultad de Contaduría Pública tomaron la decisión de iniciar la Maestría en Educación, emprendiendo así un camino lleno de conocimiento que sirvió de insumo para crear unas bases sólidas y por extensión nuestra sistematización de experiencias. El equipo sistematizador se conformó de la siguiente manera: José Joaquín Flórez Baquero, contador público, docente tiempo completo y egresado; Naur Francisco Parrado Mantilla economista y docente tiempo completo; Javier Darío Pava Reátiga contador público, Decano Facultad de Contaduría y egresado de la USTA Seccional Bucaramanga; Yuly Alejandra Perilla Jiménez, contadora Pública, docente tiempo completo y egresada.

Una vez conformado el grupo de trabajo, el equipo debió decidir qué sistematizar y por qué sistematizar esa experiencia. De forma estratégica el equipo consideró interesante ver la evolución y el crecimiento por el cual había pasado la Facultad de Contaduría Pública, y lejos de querer ser iguales, han existido esfuerzos por ofrecer un plus a los estudiantes del programa, comunidad docente y sector empresarial. Se concluyó que la Muestra Empresarial era el centro de estudio pertinente y reunía a un conjunto de actores que desde sus diferentes roles podían dar cuenta de lo enriquecedor que ha sido el proceso y los aportes para con su desarrollo profesional.

El grupo estaba muy ansioso y aun a pocos días de culminar el trabajo lo seguíamos estando. El trabajo de investigación siempre fue continuo, el internet y los libros ofrecían variedad en planes de sistematización, en modelos, formas. Para el grupo fue curioso ver como existían sistematizaciones desde 10 páginas hasta sistematizaciones presentadas en forma de cuento, en el cual se sistematizaba una experiencia de niños de 8 a 10 años, además el gran número de experiencias que se han sistematizado. En este recorrido investigativo el equipo averiguó sobre sistematización, preguntas, objetivos, alcances, reflexiones, formas de recolectar información entre otras cosas que robustecerían el plan de sistematización que entre todo el grupo concilió.

1.6 Polifonía de Voces. Contando la experiencia a cuatro voces

Una vez recopilado los datos biográficos, el trabajo ahora era dar sentido a las entrevistas y relatos biográficos; una tarea que, puede ser una empresa intelectual frustrante, si no se tiene algún tipo de metodología para resolverlo. Y efectivamente resultó ser para el equipo todo un reto la tarea de “unir del cúmulo de experiencias narradas y registradas - un cuadro polifónico con sentido, en lugar de una cacofonía de discursos fragmentados y disonantes” (Bolívar, Domingo, & Fernández, 1998) ¿Entonces-primero lo primero-Qué es polifonía? La polifonía es una palabra muy utilizada en el ámbito musical que hace referencia al sonido simultáneo, melódico, de varias voces que aun cuando son independientes son igualmente relevantes. En 1982, aparece el concepto de polifonía en el ámbito literario, gracias a las investigaciones que Mijail Bajtin desarrollaba. Bajtin considera que la cualidad especialmente destacada en las novelas es la polifonía, la cual resulta de la interacción de múltiples voces, conciencias, puntos de vista y registros lingüísticos, a partir de esto él considera que ese dialogismo implica: heterofonía o polifonía textual, la aparición de voces distintas para caracterizar a los personajes, uno de los elementos fundamentales del relato moderno. (Noval, 2010) Diez y siete años más tarde el señor Oswaldo Ducrot plantea una concepción polifónica de la enunciación y descubre en el sentido de los enunciados que el decir es una polifonía en la que hay una presentación de diferentes voces abstractas, de varios puntos de vista. (Noval, 2010)

Durante la búsqueda del significado de la polifonía, aparece un concepto que llama la atención del equipo sistematizador - intertextualidad-, concepto que hace referencia a “el nudo en

donde se agrupa un significado con otro, es el vínculo con otros textos y la riqueza, tanto de la interpretación como de la creación, dando la posibilidad de comprender y producir nuevos textos a partir de un texto anterior” (Noval, 2010, p. 143)

El filósofo, escritor, ensayista y semiólogo francés, Barthes (1980), nos expresa:

la intertextualidad es un tejido de voces que se constituye a partir de la combinación de distintos códigos que se han leído, visto o escuchado en algún momento de la vida. La intertextualidad se entreteje con textos de otros espacios sociales y culturales, permitiendo así, la construcción de sentido, la cual está determinada por las redes de significado que aparecen a lo largo de la vida y a partir de las experiencias y problemas que se logran resolver. (citado en Noval, 2010, p. 144)

El concepto de intertextualidad llama la atención del equipo dado que hace referencia al vínculo entre textos que permiten o posibilitan la comprensión y la producción de unos nuevos, además porque la asociación intertextual depende de las personas que lo revisan o lo emplean para fin determinado. Como dijo Barthes (1980): “la intertextualidad es, en gran medida, el producto de la mirada que la descubre o la construye, no solo depende del texto o de su autor, sino de quien observa el texto y descubre en él una red de relaciones que lo hacen posible como materia significativa.” (citado en Noval, 2010, p. 144)

Entonces, comparando los conceptos de Bajtin y Ducrot con el concepto que de polifonía se abarca en el ámbito musical y el concepto de intertextualidad el equipo concibe la polifonía de voces, como el acopio de relatos de una misma experiencia para construir una sola historia, coherente y con sentido.

Así, la polifonía de voces de la muestra empresarial se dio a través de la recopilación de relatos y entrevistas biográficas. En la cual participaron el Decano del Programa, dos docentes, tres estudiantes y dos docentes que fueron inicialmente estudiantes del Programa, y que vivieron la experiencia desde dos puntos de vista, una como estudiantes y la otra como docentes. En este sentido, la Figura uno da cuenta de la interacción y el cruce de información que se da a través de la polifonía de voces en cada uno de los diferentes actores que vivieron esta experiencia, arrojando como producto un nuevo relato consolidado bajo las cuatro voces, como se muestra en la figura siguiente:

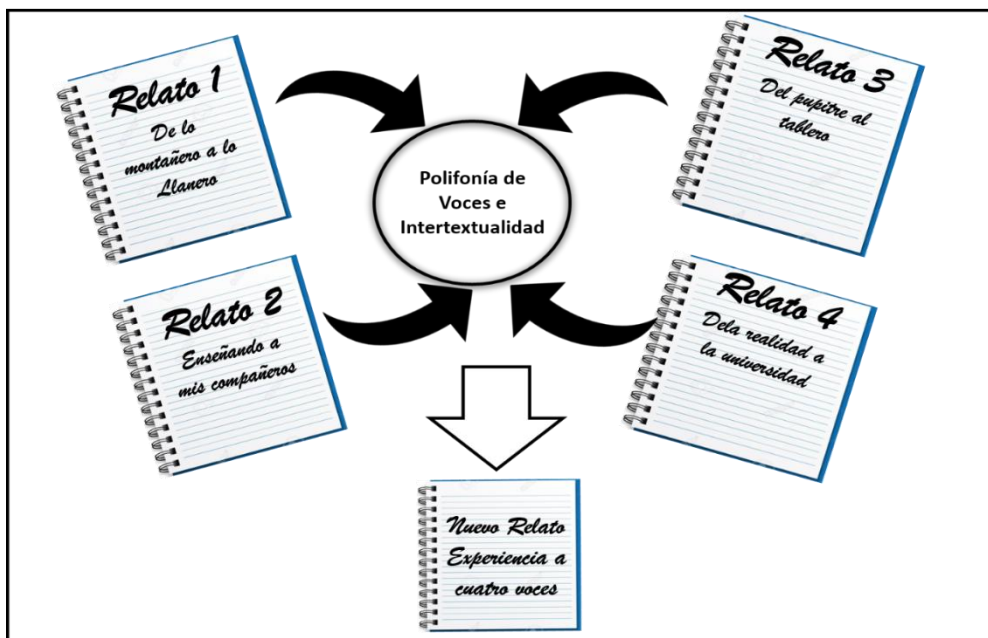


Figura 1: Construcción del nuevo relato. Elaborado por los autores

La polifonía que se presenta a continuación, inicia con el relato del Decano del Programa, estableciendo así el punto de partida de la experiencia, en la medida en la que ese relato avanzaba se iban articulando los demás relatos y las entrevistas. Es importante destacar que este ejercicio le permitió al equipo reconstruir la experiencia de lo que había sido la muestra empresarial e identificar las categorías para el análisis posterior.

1.7 Polifonía de la Muestra Empresarial

En el año 2010, cuando fue nombrado Decano del programa en la sede de Villavicencio, Javier Darío Pava Reátiga, lo primero que realizó fue un diagnóstico por áreas y actividades que se realizaban en la Facultad. La carrera apenas estaba en su tercer año, es decir; se estaba cursando sexto semestre. Una de sus inquietudes que traía para desarrollar era como generar en los estudiantes interés por acciones de emprendimiento y empresarismo. Por lo anterior reviso los diferentes espacios académicos y se diseñó un plan que permitiera de forma transversal hablar de estos temas y sobretodo, crear espacios que le permitieran al estudiante aventurarse en proyectos que alimentarían su iniciativa de empresa y motivara el emprendimiento.

Es así, como la primera acción que se realiza, es rediseñar el espacio académico denominado Fundamentos de Mercado que corresponde a sexto semestre y respetando el micro currículo invitáramos a los estudiantes a pensar mostrar sus ideas en una actividad que se llama feria del producto, actividad que pretendía que los estudiantes tomarán empresas exitosas en el mercado y analizarán sus estrategias y su historia para lograr su posicionamiento. Es esta actividad que desde el aula da inicio a lo que más adelante denominaremos Muestra Empresarial de la Facultad de Contaduría Pública.

Sumado a la creación y aceptación de la Muestra Empresarial, se tomó la decisión táctica que los espacios académicos de Economías, Administración, Mercadeo y la Electiva de Emprendimiento se articularon de tal manera que la Muestra se convierte en una oportunidad de aprendizaje, como elemento didáctico que relaciona conceptos y conocimientos. Fue donde por primera vez se expone la muestra en un espacio externo a la USTA donde la comunidad de Villavicencio fue quien evaluó la calidad y la pertinencia de la misma. El espacio fue la plazoleta de la Cámara de Comercio de Villavicencio donde se presentaron 22 proyectos de estudiantes de diferentes momentos de formación; tercero, quinto y sexto semestre. Además, se vincularon a la muestra a seis instituciones como lo fueron; Cámara de Comercio, Movistar, Postobón, Alpina, Alquería e Industria Bimbo. El más notorio de esta experiencia fue el vencer el miedo a salir a un espacio diferente al del aula y al de la USTA a presentar sus ideas y sus proyectos. Así como lograr una logística impecable que permitió desarrollar la muestra en condiciones de seguridad y con alta participación de la comunidad.

El Programa desarrolla políticas de continuidad a la facilitación de estos espacio y es así que dado el éxito y la divulgación del evento realizado en el Centro Comercial Único en el año 2013, La unidad de Proyección Social dirigida por Fray Juan Pablo Romero Correa, O.P. logra calar la idea que Javier Darío Pava R, decano del programa de Contaduría venía proponiendo de realizar un evento institucional que permitiera en un espacio de gran envergadura mostrar todo lo que la USTA Villavicencio realiza en el tema de Investigación y Emprendimiento. Es entonces en el Primer Semestre de 2014 se invita a toda la comunidad tomasina a participar en la Plazoleta de la Iglesia del Templo Eucarístico de la Ciudad de Villavicencio en la Primera Muestra Empresarial y de Investigación EXPO USTA promovida por la USTA Villavicencio. En esta

oportunidad la comunidad del programa de Contaduría fueron actores protagónicos apoyando en la logística del evento y con la participación de ideas y proyectos de estudiantes de la Facultad, además se hicieron talleres adicionales con empresarios de la región.

En el año 2012 llega como docente a la Universidad Santo Tomás en la Facultad de Contaduría Pública el profesor Naur Francisco Parrado, el cual dirigió el espacio académico de Emprendimiento como electiva, la cual a lo largo del semestre se orientaba de acuerdo al plan de estudios pero que tenía un elemento especial: la participación en una la Muestra Empresarial.

Para el profesor Naur fue importante evocar el recuerdo de su primer contacto con una idea de emprendimiento se dio cuando estaba estudiando Economía en la Universidad La Gran Colombia, por allá en 1985, pero no precisamente como parte de ningún ejercicio de clase que pretendiera inculcar en los futuros profesionales la importancia de formar empresa a través de ninguna cátedra porque de hecho en ese pensum no existía esa materia, sino como resultado de su trasegar como mensajero por la ciudad de Bogotá y en especial por subir y bajar continuamente por la calle 16 entre carreras 10 donde me dejaba el bus y la carrera 5 donde quedaban las instalaciones del Banco Central Hipotecario donde laboraba.

La cuestión es que sobre la calle 16 entre carreras octava y novena se anunciaba la construcción de un Centro Comercial de nombre Veracruz que tenía como estrategia ser un pasaje comercial que comunicaba las calles 15 y 16, situación que le llamó poderosamente su atención hasta el hecho de terminar comprando allí un local comercial a la Corporación de Ahorro y Vivienda Davivienda.

Con el apoyo de un familiar, monta un negocio llamado SAPERFAN (Sacos y Perfumes) donde efectivamente se vendían esas dos líneas, y aprovechando su posición de estudiante y de empleado vendía a crédito y en su condición de mensajero cobraba todas las quincenas correspondientes.

Para el año 2013 aun en manejo de la cátedra de Emprendimiento como electiva en el programa de Contaduría Pública tuvo la oportunidad de participar en otro evento de Muestra

Empresarial junto con la Facultad de Negocios Internacionales, evento que se llevó a cabo con lujo de detalles y éxito rotundo y que incluyó un Fashion Show de la moda, que buscó vincular al sector de la confección para hacer visible sus proyectos en el Centro Comercial UNICO de Villavicencio. Los empresarios apoyaron económicamente el evento y el programa de Contaduría y Negocios aportaba el talento humano para administrar y la vinculación de estudiantes de los dos programas con profesores para ser los modelos de los diseños. En esta oportunidad se ve como el programa logra consolidar la integración con el sector externo y realiza alianzas estratégicas al interior de la USTA para generar espacios que motiven y estimulen crear y proyectar ideas de emprendimiento y empresarismo.

En la sistematización de esta experiencia son los actores más protagónicos los profesores Yuly Perilla y Joaquín Flórez. Toda vez que se han vinculado al programa de relevo generacional y de formación Docente el programa, Cuentan la historia y dan testimonio como estudiantes y ahora profesores.

Para el profesor José Joaquín Flórez Baquero y la profesora Yuly Alejandra Perilla, al iniciar el sexto semestre de su pregrado de Contaduría Pública, lo que más logró llamar su atención dentro de los espacios académicos asignados para ese periodo fue la cátedra de Mercadeo, debido al interés de poder desarrollar una parte creativa dentro de su formación profesional. La profesora Sofía González era la responsable de orientar este espacio académico quien para el año 2010 logró motivar a los estudiantes a participar en la muestra del programa.

Aprendieron la teoría de los mercados; sobre creatividad, tendencias y evolución de las marcas; lo cual fue importante para lograr desarrollar las muestras empresariales. La docente brindó gran apoyo para poder realizar el proyecto de aula, la muestra empresarial estuvo pensada inicialmente como un ejercicio en grupos no mayor a 4 personas, quienes debían aplicar la teoría y desarrollar la parte creativa respecto a una propuesta sólida y atractiva en el mercado. Recuerdan cómo sus compañeros organizaban los grupos de trabajo de manera estratégica, a algunos de ellos se les facilitaba más la parte financiera, a otros la creatividad y a otros la parte administrativa.

Es así que, en la cátedra de Fundamentos de Mercadeo como respuesta a proyectos de aula para evidenciar el trabajo aprendido y guiado por la docente, surge la Muestra empresarial durante el periodo académico 2010-2, para este tiempo solo se evidenciaba proyectos nuevos y creativos de la clase en búsqueda de cumplir los objetivos planteados; los cuales fueron mostrados al público y por tal motivo surge la necesidad de crear una catedra electiva llamada Emprendimiento.

Como estudiantes participantes de la Muestra en el grupo de clase surgió un ambiente competitivo y cada integrante de los equipos de trabajo mostró todo el tiempo un interés por sobresalir, considero que eso hizo mucho más interesante el proceso, todos querían ser mejor que todos. Una de sus compañeras Diana Paola Jara inventaron unos postres con trozos de fruta y su stand fue decorado de frutas sintéticas, otros crearon mermelada de papaya y panela, también crearon cocadas de maracuyá, guarapo de arroz, entre otros algunos de los productos que se logran recordar.

Para todos nosotros, hoy la muestra empresarial se ha convertido en un espacio constructivo de saberes, donde cada una de ellas en el transcurrir del tiempo, traen sus propias dinámicas, retos y posibilidades. Todos vemos como se han consolidado proyectos como el Helado de Mango Biche o estudiantes que una vez graduados no solo tomaron su camino disciplinar, sino que han atrevido retar a su destino con la consrucción de proyectos productivos.

2. PROFUNDIZANDO LA EXPERIENCIA

2.1 Metodología

La sistematización de experiencias en la investigación cualitativa está enmarcada por la producción de saberes sobre una práctica, no basta con registrar y describir, se requiere el diseño de construcciones metodológicas consistentes y rigurosas que posibiliten descomponer y reconstruir la experiencia y unos marcos interpretativos de los fenómenos que emergen de dichos análisis para avanzar hacia la comprensión de la misma. Así, los conocimientos derivados de la sistematización de experiencias no se quedarán en tan solo caracterizaciones o valoraciones.

Asumir la sistematización de experiencias como metodología de la investigación educativa, coincide con lo señalado por Cendales y Jara. Según Cendales (s.f), uno de los elementos principales de la sistematización es su potencial para generar conocimiento sobre las prácticas sociales, así pues entendiendo que la sistematización implica un ejercicio de interpretación autocrítica, basada en la reconstrucción de experiencias vividas, que a su vez permite reconocer con mayor claridad los actores y los factores, como estos se relacionaron en su momento y el porqué de esa relación Cendales & Torres, (s.f.); y que en concordancia con Jara (1994) también concibe la sistematización de experiencias como ejercicio de producción de conocimiento desde la práctica mediante la interpretación crítica de una o varias experiencias a partir de su ordenamiento y construcción, apropiándose de las mismas para comprenderlas teóricamente y orientarlas hacia al futuro con una perspectiva transformadora. En este sentido el equipo sistematizador encontró en esta metodología una herramienta oportuna que permitió el cumplimiento del objetivo de la sistematización. (Jara H., 1994)

En coherencia con lo planteado por Bolívar, Domingo y Fernández (2001) acogimos el enfoque biográfico-narrativo “como una categoría amplia que –ostentosamente- incluye un extenso conjunto de modos de obtener y analizar relatos referidos al territorio de las escrituras del yo: historias de vida, historia oral, escritos y narraciones autobiográficas, entrevistas narrativas o dialógicas, documentos personales o de vida, relatos biográficos, testimonios; es decir, cualquier forma de reflexión oral o escrita que utiliza la experiencia personal en su

dimensión temporal”. (Bolívar, , Domingo, & Fernández, 1998, p. 18) Esta manera de hacer investigación comienza por recoger información auto-biográfica; ésta se caracteriza por ser variada, a través de cuestionario biográfico, la demanda formal en que se escriba una autobiografía o auto-informe, la recogida de una autobiografía por conversación, o recurrir a la entrevista autobiográfica. En este sentido, la recuperación de la experiencia la presentamos desde los actores participantes en la muestra empresarial que desarrolla el Programa desde el año 2010 y que para éste proceso de investigación se acordó el período comprendido entre 2012 y 2014.

2.2 Estrategias de recolección de Información

Para el proceso de recolección de información, se utilizaron como estrategias: el relato biográfico, la entrevista biográfica narrativa y la revisión documental. Los integrantes del equipo sistematizador se dispusieron a contactar algunos de los agentes de la Muestra Empresarial para hacer la entrevista y también oír sus relatos, lo cual fue clave para la construcción del mismo y producir conocimiento. Las preguntas estaban orientadas a conocer la postura del individuo desde el aula hasta la Muestra Empresarial en donde ellos resaltaban los aspectos más importantes y que a su juicio los tocaron en su vida de estudiantes, docentes, directivos y para el caso de egresados en su vida profesional.

Los relatos permitieron no violar ni despropiar las voces de los actores de la sistematización, esto debido a que las categorías de análisis surgieron de sus palabras; estos se constituyeron en construcciones vivenciales que dieron significancia a los hechos que fueron analizados para ratificar en la investigación que las Muestras Empresariales en la Facultad de Contaduría Pública son una estrategia pedagógica, y que además aporta a la formación del Contador Público. Durante el proceso fue posible identificar lo anterior debido a: lo que decían, el por qué lo decían y que había detrás de lo que decían. **Anexo 1**

La segunda estrategia utilizada fue la entrevista biográfica narrativa, que en palabras de Bolívar, Domingo y Fernández (1998) consiste en reflexionar y rememorar episodios de la vida donde la persona cuenta cosas a propósito de su autobiografía (vida familiar, profesional, afectiva) en el marco de un intercambio abierto, que permita profundizar en su vida por las

preguntas y escucha activa del entrevistador dando como resultado una cierta “coproducción.” (Bolívar, Domingo, & Fernández, 1998) El entrevistado o narrador, inducido o guiado por el entrevistador cuenta lo que ha sido su vida como una totalidad en sus dimensiones más relevantes, o bien se cifra en algunos momentos o temáticas específicas, de modo que tenga un cierto orden coherente. Como tal, supone un proceso reflexivo de autodescubrimiento del significado que ha tenido los descubrimientos y experiencias. **Anexo 2**

En las entrevistas se contó con la participación de una egresada Lina Marcela Martta Vargas, tres estudiantes: Diego Casas Pinzón, Juan Sebastián Acosta Plata y Camilo Eslava Monroy y la docente Angélica Sofía González, a quienes se aplicaron entrevistas biográficas, cuya dinámica fue “abierta semidirigida”, de manera tal que permitiera al equipo conseguir la información que se buscaba. Una vez concluidas, se procedió a la transcripción y análisis desde una postura analítica y de reconstrucción del sentido, toda vez que está según Bolívar Domingo y Fernández (1998) busca producir de modo metódico, sentido a partir de la explotación de las entrevistas de investigación. (Bolívar, Domingo, & Fernández, 1998)

La revisión documental, entendida como otra estrategia que ofreció información para la reconstrucción de la experiencia incluyó material escrito cuya utilización hace imperativo considerar su representatividad frente a otros materiales y ante la realidad de la que dan cuenta, su contenido, el contexto y la motivación que fueron generados. (Mercado & Robles , 1998, p. 308). Sirvió también de apoyo para esta sistematización, toda vez que se revisaron algunos documentos del Programa, como el Documento Maestro del Programa (específicamente el Capítulo 4 denominado Contenidos Curriculares); lo anterior teniendo en cuenta que éste refleja el proyecto educativo que se va a iniciar y las condiciones de calidad que para el desarrollo de éste exige el Ministerio de Educación, entre ellas los Contenidos Curriculares, condición en la que el programa presenta información como: fundamentación teórica del programa, los propósitos de formación del programa, las competencias, el plan general de estudios especificando créditos académicos, actividades académicas y estrategias pedagógicas. Todos ellos elementos claves para la sistematización de la Muestra Empresarial que se estableció como una estrategia pedagógica, toda vez que para identificar los aportes de esta estrategia a la

formación de los Contadores Publica era imperativo tener presente los propósitos de formación, competencias, plan de estudios....

El Plan Analítico del Programa definido en los lineamientos para el diseño y la actualización curricular de la Universidad Santo Tomás como: “un documento o concreción curricular que permite planear semestralmente el desarrollo asertivo, pertinente y oportuno de los programas académicos. Se constituye en la bitácora de estrategias académicas, mecanismos y acciones concretas iluminadas por el PEP” (Universidad Santo Tomás, 2016) pg.62. Fue otro de los documentos que se revisaron, teniendo en cuenta los elementos que ya fueron descritos en su definición, específicamente la bitácora de mecanismos y acciones concretas, un complemento a la revisión realizada al capítulo de Contenidos Curriculares del Documento Maestro.

Luego de identificar los espacios académicos que se articularon para dar vida a la Muestra Empresarial, se hizo necesario revisar sus syllabus; porque en ellos era posible identificar los contenidos y las estrategias didácticas utilizadas para el desarrollo del mismo. Durante el proceso de revisión realizado por el equipo sistematizador, se encontró que desde los espacios académicos como Economía, Micro economía, Macro economía, Espacio de Emprendimiento, Administración de empresas, y Espacio de Optativa Gestión empresarial se han evidenciado procesos de orientación al desarrollo de ideas innovadoras para generar empresa y no solo esto, también en cada una de estas cátedras se realiza un proyecto en donde el estudiante deba emprenderlo y verlo crecer hasta cumplir sus objetivos propuestos. Un ejercicio que permito dar fuerza a la categoría de la Muestra Empresarial y el proceso de formación profesional. Ver **Anexos 4 y 5.**

Para la revisión de los documentos Syllabus se procedió al diseño de una matriz de cinco columnas a saber: espacio académico, propósitos de formación, contenidos, metodología y palabras clave. Ver **Anexo 7**

Se presenta a continuación en la figura 2, la ruta que se tuvo en cuenta por el equipo sistematizador para el proceso de recolección de información.

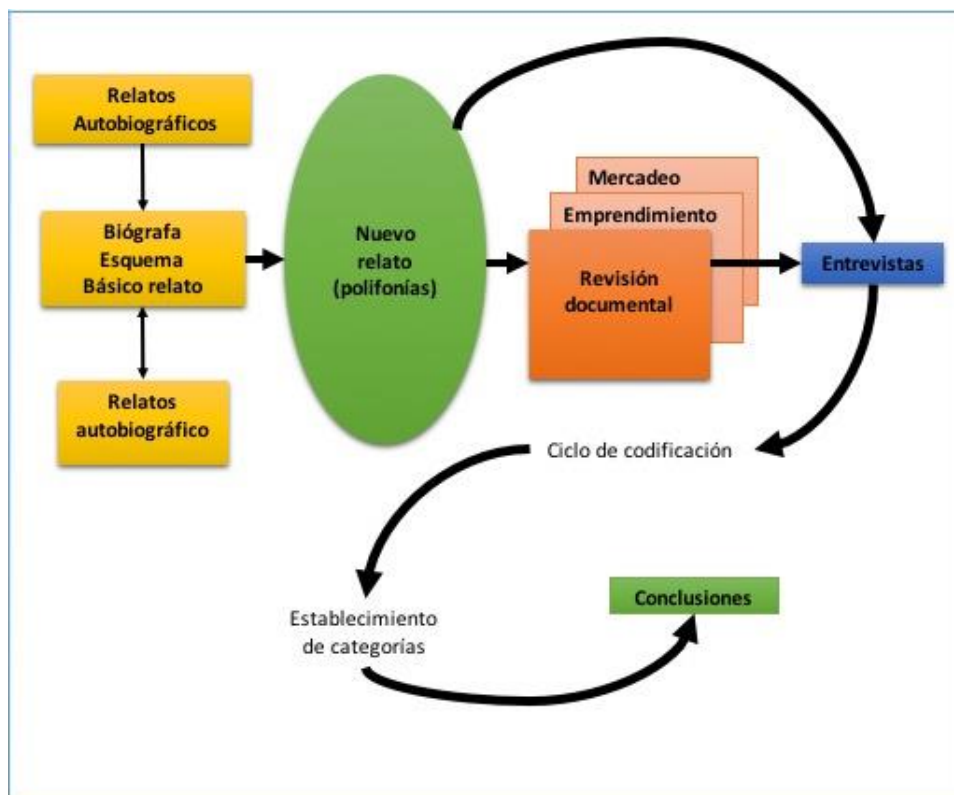


Figura 2: Metodología de recolección de información, figura adaptada de Domingo, Bolívar y Fernández (2001)

Una vez aplicadas las estrategias de recopilación de la información, el equipo procedió al análisis de los datos e información recabada. Una primera acción fue la lectura y relectura tanto de los relatos como de las transcripciones de las entrevistas realizadas, un ejercicio que permitió generar la polifonía de voces (lo cual ya se explicó en el capítulo anterior) y permitió al equipo la elaboración de un mapa de trayectoria de los actores, una herramienta que permite encadenar cronológicamente situaciones que son relevantes para los actores durante la vivencia de una experiencia. Con lo anterior se logró identificar grandes temas desde los relatos, entrevistas, polifonía y los biogramas.

Se presenta a continuación en la figura 3 un ejemplo de uno de los biogramas como una primera forma de análisis de la información y en la figura 4 la definición de categorías

Tiempo	Hechos	Anotaciones de significación
2010	Nombramiento como Decano del programa de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás en la sede de Villavicencio.	Diagnostico por áreas y actividades que se realizaban en la Facultad para contribuir a la formación del Contador Público. Experiencias previas.
2011	Rediseño del espacio académico denominado Fundamentos de Mercado	Un espacio académico desde el cual se podrían articular la teoría y la práctica.
2012	Transformación de la Feria del Producto a Muestra empresarial	Oportunidad de aprendizaje, como estrategia pedagógica que relaciona conceptos y conocimientos Una concepción más amplia de una actividad denominada “feria del producto”.
2012	Se expone la Muestra Empresarial en un espacio externo a la USTA.	Vencer el miedo a salir a un espacio diferente al del aula y al de la USTA a presentar ideas y proyectos.
Primer Semestre de 2014	Se realiza un evento institucional Expo USTA que permitiera en un espacio de gran envergadura mostrar todo lo que la USTA Villavicencio realiza en el tema de Investigación y Emprendimiento	Articulación de la muestra empresarial del programa con otras Facultades y la Unidad de Proyección Social. (transdisciplinariedad)

Figura 3 Construcción del nuevo relato. Elaborado por los autores

CATEGORIAS	ENUNCIADO
Experiencias previas con el emprendimiento y actividades empresariales	Experiencias previas en emprendimiento y actividades empresariales que los diferentes actores evidenciaron en sus relatos y entrevistas.
Viviendo la Muestra Empresarial	Significación de la muestra empresarial, lo que implicó para cada uno de los actores en la muestra empresarial, así como los aciertos y desaciertos en el desarrollo de la muestra.
La muestra empresarial y proceso de formación profesional	Coherencia de la muestra empresarial con el proceso de formación del contador público y los aportes que esta hace en dicho proceso.

Figura 4 Categorización. Elaboración de los autores

Hasta aquí se habían analizado los relatos y las transcripciones de las entrevistas; faltaba cruzar ello con la revisión documental, motivo por el cual se hizo necesaria la utilización del método de la triangulación para ratificar las categorías definidas. Según Denzin la triangulación en investigación se define como “la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos o métodos de investigación en el estudio de un fenómeno singular” (Denzin, 1970). Se utilizó la triangulación de métodos, toda vez que fueron diferentes las estrategias utilizadas para la recopilación y análisis de la información.

Se presenta a continuación en la figura 5 la triangulación realizada

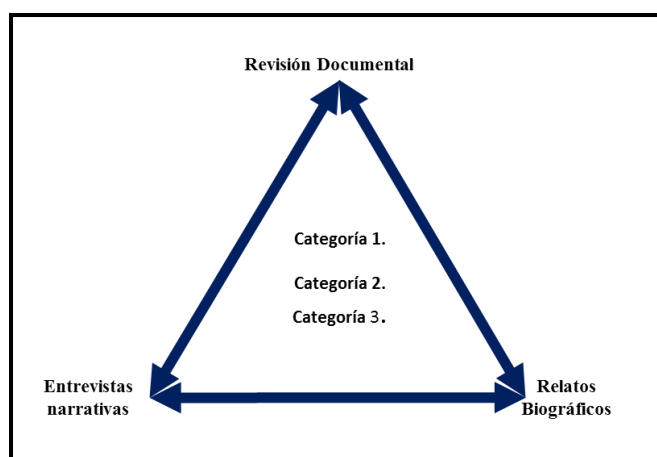


Figura 5 Triangulación de los métodos de recopilación de la información. Elaborada por los autores

2.3 Categorías de análisis

Las categorías definidas permitieron investigar y analizar desde la postura de varios autores el por qué los agentes hicieron mención de aspectos como experiencias previas, aportes de la muestra empresarial, la creatividad, el liderazgo, emprendimiento, su proceso de formación, entre otros.

La definición de las categorías de la presente sistematización se realizó basados en el procedimiento de categorías inductivas, las cuales según Andreu “desde la perspectiva del análisis de contenido cualitativo es central el interés por el desarrollo de categorías tan cerca como sea posible del material a interpretar. Normalmente se tratan de procedimientos reductivos

a través de preguntas tras preguntas sobre las categorías que corresponden a los distintos segmentos del texto” (Andréu, 1998). Buscando con ello que las categorías sean coherentes con el objetivo de la investigación. (pág. 23)

Posterior a ello, se debió establecer de qué manera la muestra empresarial como estrategia pedagógica podía seguir articulando los contenidos del programa de tal forma que el estudiante encontrará en este un punto de encuentro de sus saberes y, sobre todo, se sintiera alentado a impulsarlos para cumplir con sus objetivos. Así entonces se tienen las siguientes categorías:

- ✓ Experiencias previas con el emprendimiento y actividades empresariales
- ✓ Viviendo la Muestra Empresarial
- ✓ La muestra empresarial y proceso de formación profesional

2.3.1 Experiencias previas con el emprendimiento y actividades empresariales:

La literatura económica hace referencia al hablar de emprendimiento la necesidad de referirse al término francés *entrepreneur*, término del cual se empezó a hablar inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon, quien menciona el *entrepreneur* es el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. (Cardona A., Vera A., & Tabares, 2008) Sin embargo el economista francés Jean Baptiste Say contrapone a Cantillon al definir que el *entrepreneur* es: un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad, concepto el cual da un papel predominante en el proceso de desarrollo de la teoría económica, (Castiblanco, 2013) según lo menciona Castiblanco Moreno en el artículo: la construcción de la categoría del emprendimiento femenino.

En el desarrollo de la historia económica sobresalen los aportes del economista británico, Adam Smith, en referencia al término en inglés “entrepreneurship” cuya traducción se encamina al concepto de espíritu emprendedor”. según menciona Burnnet (2000), donde se resalta el desarrollo del emprendimiento en la importancia del crecimiento económico. (Burnett, 2000)

En la evolución y desarrollo del fenómeno económico de emprendimiento aparece Schumpeter (1942) quien describe al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. lo que permite intuir que la definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con el desarrollo de características de planeación y ejecución de las actividades. (Schumpeter, 1942)

Sin embargo, en los últimos años hablar de emprendimiento ha venido creciendo y fortaleciéndose como es documentado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2012) define el emprendimiento como una secuencia de cuatro etapas que se diferencian por el periodo de duración de cada una. Así, una actividad que genere una retribución a sus dueños o a cualquier persona por más de tres meses es considerada como un negocio naciente y su propietario como un nuevo empresario. Una actividad que genere retribuciones por más de 42 meses de forma continua, se espera, superó el periodo de mortalidad de las empresas y puede dejar de ser considerado como un emprendimiento para ser un negocio establecido. (Kelley, Singer, & Herrington, 2011)

Se comprende el emprendimiento como el desarrollo de un proyecto, definido por Nassir Sapag Chain 1994 como “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana.” donde cuyo propósito puede ser un fin económico, político o social, que posee ciertas características, entre ellas una alta dosis de incertidumbre y de innovación. Esta última entendida Según Peter F. Drucker como “el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. “Y las actividades empresariales como acciones que una empresa o personas realizan en aras de la producción y comercialización de un bien o servicio para la generación de ganancias. (Sapag, 2001)

En expresiones como: “desde los 11 años he estado inmerso en el comercio y en emprendimientos de la familia”, “*nosotros tenemos una empresa familiar de la que yo participo desde antes de ingresar a la universidad*”, “*cátedras que respondían a mis actividades de emprendimiento como cuando estaba en el colegio que vendía dulces*”; evidencian las

experiencias previas que los actores tuvieron con procesos de emprendimiento o actividades comerciales, algunas de tipo familiar otros de negocios propios, y algunas en el colegio, las cuales no respondían necesariamente a programas que al respecto se desarrollaran sino más bien a intuiciones respecto de la comercialización de ciertos productos. Aquí es importante anotar que no todos los actores tuvieron experiencias previas con actividades empresariales o de emprendimiento como lo manifiesta el estudiante Diego Casas: *“vi como para mis compañeros era una experiencia totalmente nueva la participación en la muestra empresarial”*.

En los relatos de los profesores se evidencian igualmente referencias a experiencias previas con el emprendimiento y actividades empresariales, como, por ejemplo: “en el ámbito familiar empezaron a generarse ideas de negocios de emprendimiento” o “con el apoyo de un familiar, monte un negocio llamado SAPERFAN (Sacos y Perfumes) y aprovechando mi posición de estudiante y de empleado vendía a crédito y en mi condición de mensajero cobraba todas las quincenas correspondientes”. Durante el proceso de análisis se nota como dichas experiencias permearon sus prácticas pedagógicas, definidas según Restrepo y Campo (2002) como “los modos de acción cotidiana, ya sean intelectuales o materiales que responden a una lógica táctica, mediante las cuales el docente configura su existencia como individuo y comunidad, aportando para desarrollar cultura en el contexto educativo”. (Restrepo & Campo, 2002)

Por otro lado, en la revisión documental del plan de estudios del Programa, se identificó en el componente flexible una electiva denominada Emprendimiento, cuyo propósito es: “Estimular la creatividad y la competitividad de los estudiantes, sensibilizándolos, orientando e incentivando su espíritu emprendedor, para que pongan en práctica de manera innovadora los conocimientos y habilidades adquiridas, hacia la iniciación y manejo de nuevas empresas o contribuir a mejorar las existentes”. La existencia de este espacio académico, el contenido de su syllabus, permite ratificar su propósito en cuanto a la formación de un Contador Público integral y al sello distintivo del programa en los futuros contadores Públicos como “agente activo en el desarrollo de las organizaciones, la revitalización de la confianza pública y el desarrollo del país” (Plan Analítico del Programa)

Teniendo en cuenta lo anterior se puede establecer una relación de retroalimentación en doble vía entre la práctica pedagógica y la estrategia pedagógica; es decir las experiencias previas de los docentes en actividades comerciales o procesos de emprendimiento, permearon sus prácticas y permitieron al Programa de Contaduría Pública un insumo para realizar una revisión de una de las estrategias pedagógicas desarrolladas desde el 2010 en el marco del espacio académico de Mercadeo denominado “Feria del Producto” que tiempo después se denominó Muestra Empresarial.

En adición a lo anterior, el proceso de análisis de las entrevistas, los relatos y la evaluación documental permitió identificar la coherencia existente entre los propósitos de formación del programa con los planes de estudios y correspondientes syllabus.

2.3.2 Viviendo la muestra empresarial

Varias universidades a nivel regional entre ellas la Universidad de La Sabana, la UPTC, la Universidad Autónoma de Colombia, La Uniagustiniana, la CUN entre otras y universidades regionales como la Universidad de los Llanos, La Autónoma de Nariño, la Uniminuto contemplan dentro de sus actividades académicas las Muestras Empresariales, comprendida en la mayoría de los casos como “un espacio para motivar la integración del conocimiento con la práctica, y Promover el espíritu empresarial y la creación de empresas” y en algunas como el caso de la Universidad de la Sabana se realizan con el propósito de que estudiantes de últimos semestres se acerquen al mundo laboral y conozcan las diferentes ofertas laborales que presentan empresas nacionales y multinacionales para la realización de la práctica profesional.

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, muestra es “una porción de un producto o mercancía que sirve para conocer la calidad del género”. Empresarial, es un término utilizado en el lenguaje común para hacer referencia a las personas o elementos que hacen parte de una empresa. Al combinar estos dos términos es posible decir que una muestra empresarial es un espacio en el cual se muestra (valga la redundancia) una porción de uno o varios productos o servicios cuyo propósito es permitir conocer la calidad de este.

Expresiones como: “la experiencia de la muestra empresarial fue única”, “todo lo que implicó vivir el proceso de la muestra empresarial, trasnochos, preocupaciones, alegrías, llanto al final valió la pena” son muestra de una experiencia positiva que no respondió a un momento puntual, como del que se hacía mención en el texto anterior, sino a un proceso vivido desde diferentes espacios académicos como se evidencia en la siguiente expresión: “desde las cátedras de mercadeo y emprendimiento debíamos desarrollar un proyecto”, “la idea de negocio que presentaríamos en la muestra empresarial nos llevó a integrar cosas de las cátedras de economía, mercadeo y administración”.

En el apartado de Metodología contenido en los syllabus de los espacios académicos de Emprendimiento, Mercadeo y Responsabilidad Social se hallaron entre otras, estrategias relacionadas con las aplicaciones prácticas, la elaboración de planes de negocios, ideas de empresas, unidades productivas y el desarrollo de talleres teórico-prácticos. Estrategias que leídas desde los syllabus no se articulan claramente a la Muestra Empresarial, pero que vistas desde el desarrollo real de los syllabus se articulan perfectamente a la Muestra Empresarial, toda vez que desde cada uno de estos espacios los docentes responsables organizan el desarrollo de las temáticas en torno al proyecto que 7 grupos de estudiantes presentaran en la Muestra Empresarial. Las expresiones encontradas en los relatos, anteriormente mencionadas evidencian igualmente la articulación entre los diferentes espacios académicos que conforman el plan de estudios del Programa de Contaduría Pública.

Para cada uno de los actores la muestra empresarial tuvo sus respectivas implicaciones. Para los estudiantes implicó entre otras cosas: noches de trasnochos, trabajo en equipo, liderazgo, frustración, un reto a la creatividad, afrontar miedos como el hablar en público, superar la pena y reconocimientos. Para los docentes implicó igualmente un trabajo en equipo, toda vez que debían ponerse de acuerdo con los profesores de los otros espacios académicos en aspectos tales como: fechas, horas, organización; implicó una adecuada organización de sus grupos de estudiantes, una adecuada estrategia para estimular a los estudiantes a participar de la muestra, significó un aporte fundamental a su quehacer docente, un espacio para interdisciplinariedad universitaria, toda vez que en algunos de los espacios se vinculó el programa de Negocios Internacionales, fortalecer las relaciones del programa con empresarios. Para el Decano del

Programa implicó el fortalecimiento del trabajo en equipo y lograr articular la docencia, la proyección social y la investigación.

Como aciertos del desarrollo de la Muestra Empresarial, los actores destacan: la integración lograda con el programa de Negocios Internacionales y Administración de Empresas Agropecuarias y otras IES de Villavicencio, podría decirse que fue una estrategia que permitió hacer efectivo el tema de la interdisciplinariedad, el haber trascendido la muestra más allá del aula o de los espacios físicos de la Universidad, brindar a los estudiante escenarios de llevar a la práctica lo aprendido en clase e identificar aspectos que se requieren en la vida real que no se estaban abarcando en el aula de clase, al mismo tiempo poner al estudiante en una situación que le demanda habilidad para usar el dinero como medio de generación de bienestar a través de la producción de bienes y servicios que constituyan aportes de iniciativa y creatividad, pero que al estar amparados en el dinero puedan afectar la importancia que el hombre debe dar a su tranquilidad ante la expectativa de un encuentro futuro con Dios donde el dinero es tan solo un medio de transacción que en la medida en que sea identificado como un medio de pago pero también de constitución de riqueza y poder pueda afectar la formación de estudiantes jóvenes que puedan verse vulnerados en este sentido, fortalecer y cultivar habilidades en la planeación, la logística, las relaciones interpersonales, afrontar situaciones de estrés y fracaso. Se resalta como un gran acierto observar como algunos de los estudiantes sigue cultivando las ideas generadas durante el proceso de la muestra hasta hacer de ellas una realidad.

Así como hubo grandes aciertos en el camino recorrido, también se identificaron aspectos y procesos que deben ser objeto de revisión y mejora; como por ejemplo: querer incluir a todos los estudiantes resulta complejo, toda vez que algunos tienen claridad de lo que quieren hacer una vez graduados del programa, el costo que implica para los estudiantes la muestra empresarial, además algunos estudiantes consideran hay momentos críticos como el logístico, en muchas ocasiones los estudiantes se concentran más en el marketing y dejan de lado parte de fondo del proceso, se hace necesario fortalecer más el tema de la innovación.

2.3.3 La muestra empresarial y proceso de formación profesional

Para dar un acercamiento a la muestra empresarial con el proceso de formación profesional, el equipo sistematizador ha recabado conceptos que permitieron un criterio apropiado de formación y formación profesional. Para ello los primeros que establecemos es una tripartita ubicada en un entorno socio cultural dejando al estudiante, docente y conocimiento como posibles ejes o centros de la razón de ser de un proceso de formación.

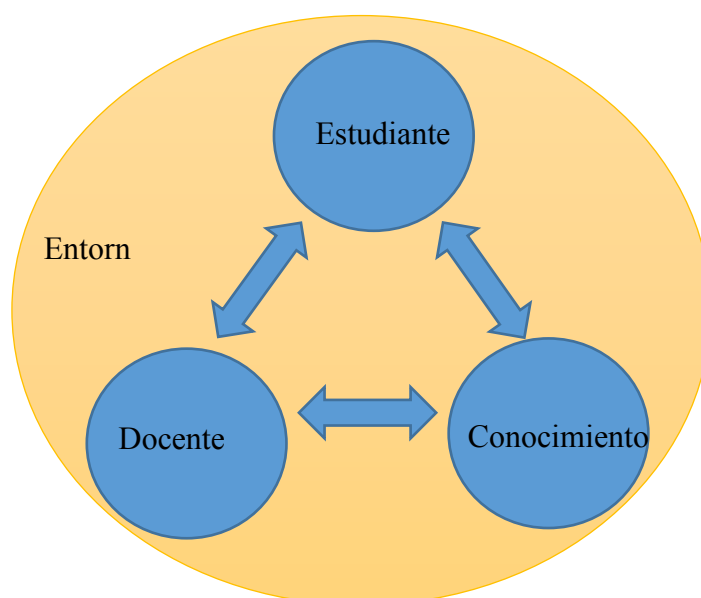


Figura 6 Triada de Formación. Figura elaborada por los autores.

El concepto de formación siempre ha estado vinculado al mundo educativo y ha generado controversia de varios autores y pensadores lo que ha llevado a identificar varios enfoques, Gadamer (1991:228).

Los grandes pensadores de la historia desde Protágoras hasta Sócrates, han planteado el dialogo no solo para enseñar si no para formar la conciencia política que más tarde debía verse reflejada en el éxito político.

Pero para Gadamer (1998) el concepto se relaciona con la cultura y el trabajo por la conciencia que el hombre tiene de sí mismo y por qué sintetiza diferentes relaciones y procesos

sociales. Hegel a su vez concibe la formación como una relación de complementariedad entre la práctica y la teoría, en ascenso a la generosidad y el ser espiritual general

Desde nuestro pensamiento tomista, se ve la formación como un todo "Formación Integral" lo cual nos lleva a pensar la educación como un camino hacia la humanización que permita alcanzar la autonomía. Santo Tomas centra el proceso de formación en el individuo que una vez observa su realidad la ve susceptible a ser problematizada, es decir a partir del estudio y del realismo tomista mediante el ver, juzgar y el actuar lleva a una formación integral que implica problematizar la realidad del entorno para buscar soluciones de manera creativa, crítica y ética

El diálogo entre los anteriores autores nos llevó a tener tensiones que permitieron ubicar al equipo sistematizador en la intencionalidad de la institución y en especial el del programa de Contaduría Pública sobre Formación Profesional.

Por ello se acordó adoptar la definición que sobre formación profesional propuso la Organización Mundial para el Trabajo (OIT) en 1975 en su recomendación 150: “A efectos de la presente Recomendación, la calificación profesional de los términos orientación y [formación] significa que la orientación y la formación tienen por objeto descubrir y desarrollar las aptitudes humanas para una vida activa productiva y satisfactoria y, en unión con las diferentes formas de educación, mejorar las aptitudes individuales para comprender individual o colectivamente cuanto concierne a las condiciones de trabajo y al medio social, e influir sobre ellos. ” (International Labour Organization, 1975)¹

Lo anterior a que este concepto pretende recoger los enfoques que desde Santo Tomas hasta Gadamer han buscado dar a Formación y Formación Profesional.

Podríamos decir entonces que la formación profesional es una actividad educativa, que como otras formas de educación tiene un fuerte componente didáctico, que está orientada al desarrollo

¹R150 - Recomendación sobre la orientación profesional y la formación profesional en el desarrollo de los recursos humanos
Adopción: Ginebra, 60ª reunión CIT

y fortalecimiento de habilidades y destrezas que redunden en un excelente desempeño profesional, laboral y que le permitan a la persona una convivencia pacífica, y la búsqueda de un bien no sólo para sí mismo sino un bien común.

Lo anterior no riñe con el Proyecto Pedagógico Dominicano de la Universidad Santo Tomás y el Programa de Contaduría Pública, donde la labor pedagógica se concibe como la promoción y el desarrollo del ser, en búsqueda de la perfección y la verdad, y en una concepción en la cual todos los implicados en el proceso educativo aprendan de la realidad de manera dialéctica.

En los documentos revisados y analizados por el equipo sistematizador, encontramos que “el Contador Público de la Universidad Santo Tomás se caracteriza por ser un profesional con formación integral, con pensamiento crítico y autónomo, con sólidos conocimientos disciplinares. Cuenta con habilidades, destrezas y valores profesionales que le permiten trabajar en equipos disciplinarios e interdisciplinarios y generar valor en las organizaciones, proponiendo soluciones a situaciones problemáticas en diferentes contextos, promoviendo la confianza pública. En lo personal se caracteriza por su liderazgo, sentido humano y ético, con responsabilidad social y preocupación por el bien común.” (Universidad Santo Tomás, 2015)

Así, la concepción del Perfil del Contador Público Tomasino, al considerar los principios institucionales de la USTA y las necesidades tanto del contexto nacional e internacional como del Estudiante, así como el desarrollo de la disciplina y la profesión contable, permite relacionar el ser con el saber y el saber hacer y desarrollar la capacidad de sentir, pensar y actuar del Estudiante; así mismo, relacionar la profesión y la ocupación, da cabida al desarrollo de actitudes hacia el aprendizaje, el desarrollo de procesos de pensamiento y competencias.

De acuerdo al modelo pedagógico de la Universidad y del Programa, el Proyecto Educativo Institucional los profesores son responsables de generar estrategias pedagógicas y ambientes de aprendizaje que permitan aflorar el potencial de los estudiantes, lugar donde se enmarca la Muestra Empresarial que como ya se había establecido previamente es una estrategia pedagógica, que inicia su camino desde las aulas de clase, continúa con el desarrollo de diferentes espacios académicos y concluye con un espacio puntual de aprendizaje, que como

evidencian los estudiantes evidencian aportes en su formación profesional a partir de su participación en el proceso de la muestra empresarial, aportes que el equipo sistematizador organizó en Competencias genéricas y Competencias específicas “Competencias del Ser” y “Competencias del Saber hacer”.

Dentro de las competencias del Ser se describen aportes como: el fortalecimiento del trabajo en equipo, aprender de los errores, oportunidad de mejorar, desarrollo de la creatividad, liderazgo.

Dentro de las competencias del Saber hacer se describen aportes tales como: la oportunidad de poner en práctica lo aprendido, profundizar en diferentes temáticas de los espacios académicos de mercadeo, administración, economía, mejorar la atención al cliente.

Al comparar estas expresiones, con el propósito de formación del programa, perfil del egresado, plan de estudios, es decir sus contenidos curriculares en sus dimensiones del obrar, comunicar, hacer y comprender, así como en el Plan Analítico del Programa PAP las competencias que quieren desarrollar en el estudiantes, podríamos decir (anticipándonos a las conclusiones) que la Muestra Empresarial aporta a la formación profesional del Contador Público; esta concepción se ampliara en el Capítulo 3 Aprendiendo de la Experiencia con el fin de no anticiparnos a los aprendizajes y reflexiones logradas.

En este aspecto fue necesario para el equipo sistematizador reflexionar sobre formación profesional y comprender desde la revisión documental y los diálogos de saberes de los diferentes docentes participantes la comprensión que se tenía de este concepto.

Después de los diálogos y momentos de tensión, el equipo sistematizador acordó adoptar la definición que sobre formación profesional propuso la Organización Mundial para el Trabajo (OIT) en 1975 en su recomendación 150: “A efectos de la presente Recomendación, la calificación profesional de los términos orientación y [formación] significa que la orientación y la formación tienen por objeto descubrir y desarrollar las aptitudes humanas para una vida activa productiva y satisfactoria y, en unión con las diferentes formas de educación, mejorar las

aptitudes individuales para comprender individual o colectivamente cuanto concierne a las condiciones de trabajo y al medio social, e influir sobre ellos. ” (International Labour Organization, 1975)²

Podríamos decir entonces que la formación profesional es una actividad educativa, que como otras formas de educación tiene un fuerte componente didáctico, que está orientada al desarrollo y fortalecimiento de habilidades y destrezas que redunden en un excelente desempeño profesional, laboral y que le permitan a la persona una convivencia pacífica, y la búsqueda de un bien no sólo para sí mismo sino un bien común.

Lo anterior no riñe con el Proyecto Pedagógico Dominicano de la Universidad Santo Tomás y el Programa de Contaduría Pública, donde la labor pedagógica se concibe como la promoción y el desarrollo del ser, en búsqueda de la perfección y la verdad, y en una concepción en la cual todos los implicados en el proceso educativo aprendan de la realidad de manera dialéctica.

En los documentos revisados y analizados por el equipo sistematizador, encontramos que “el Contador Público de la Universidad Santo Tomás se caracteriza por ser un profesional con formación integral, con pensamiento crítico y autónomo, con sólidos conocimientos disciplinares. Cuenta con habilidades, destrezas y valores profesionales que le permiten trabajar en equipos disciplinarios e interdisciplinarios y generar valor en las organizaciones, proponiendo soluciones a situaciones problemáticas en diferentes contextos, promoviendo la confianza pública. En lo personal se caracteriza por su liderazgo, sentido humano y ético, con responsabilidad social y preocupación por el bien común.” (Universidad Santo Tomás, 2015)

Así, la concepción del Perfil del Contador Público Tomasino, al considerar los principios institucionales de la USTA y las necesidades tanto del contexto nacional e internacional como del Estudiante, así como el desarrollo de la disciplina y la profesión contable, permite relacionar el ser con el saber y el saber hacer y desarrollar la capacidad de sentir, pensar y actuar del

² R150 - Recomendación sobre la orientación profesional y la formación profesional en el desarrollo de los recursos humanos Adopción: Ginebra, 60ª reunión CIT

Estudiante; así mismo, relacionar la profesión y la ocupación, da cabida al desarrollo de actitudes hacia el aprendizaje, el desarrollo de procesos de pensamiento y competencias.

De acuerdo con el modelo pedagógico de la Universidad y del Programa, el Proyecto Educativo Institucional los profesores son responsables de generar estrategias pedagógicas y ambientes de aprendizaje que permitan aflorar el potencial de los estudiantes, lugar donde se enmarca la Muestra Empresarial que como ya se había establecido previamente es una estrategia pedagógica, que inicia su camino desde las aulas de clase, continúa con el desarrollo de diferentes espacios académicos y concluye con un espacio puntual de aprendizaje, que como evidencian los estudiantes evidencian aportes en su formación profesional a partir de su participación en el proceso de la muestra empresarial, aportes que el equipo sistematizador organizó en Competencias genéricas y Competencias específicas “Competencias del Ser” y “Competencias del Saber hacer”.

Dentro de las competencias del Ser se describen aportes como: el fortalecimiento del trabajo en equipo, aprender de los errores, oportunidad de mejorar, desarrollo de la creatividad, liderazgo.

Dentro de las competencias del Saber hacer se describen aportes tales como: la oportunidad de poner en práctica lo aprendido, profundizar en diferentes temáticas de los espacios académicos de mercadeo, administración, economía, mejorar la atención al cliente.

Al comparar estas expresiones, con el propósito de formación del programa, perfil del egresado, plan de estudios, es decir sus contenidos curriculares en sus dimensiones del Obrar, comunicar, hacer y comprender, así como en el Plan Analítico del Programa PAP las competencias que quieren desarrollar en los estudiantes, podríamos decir (anticipándonos a las conclusiones) que la Muestra Empresarial aporta a la formación profesional del Contador Público.

3. APRENDIENDO DE LA EXPERIENCIA

La reconstrucción de la experiencia de la Muestra Empresarial y el análisis de la misma, permitió al equipo identificar los aportes que el desarrollo de la Muestra Empresarial hace al proceso de formación del Contador Público Tomasino, los cuales se relacionan a continuación:

La Facultad de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio en lineamiento con las políticas del orden nacional de la Universidad y acorde con la misión de la Institución propende por la formación integral del futuro profesional desde lo humanista acorde con el planteamiento de Santo Tomás de Aquino. Los Contadores Públicos responden a las características del perfil para ellos definido en términos de Organizar, Clasificar y registrar las transacciones económicas sucedidas al interior de una organización con el objetivo de producir Estados Financieros que respondan a las necesidades de información tanto de la Gerencia que le permitan tomar decisiones como a los entes gubernamentales para seguimiento transaccional y de tipo impositivo pero también a todos los actores que de una u otra manera se ven involucrados en este tipo de información como es el caso de los proveedores o los entes financiadores.

Toda la actividad contable identificada por el estudiante nace en las transacciones de la empresa en términos operacionales, financieros y de inversión y todas estas a su vez son originadas sola y exclusivamente si la empresa cumple con los niveles de ventas planeados y que respondan a un derrotero de sostenibilidad y sustentabilidad de la actividad empresarial que nace desde el mercadeo y publicidad así como de la investigación de nuevos nichos de mercado y nuevas tendencias de consumidores que deban ser aprovechadas. Este contacto con la realidad empresarial de propender por el aumento de las ventas es lo que el estudiante identifica cuando participa de todas las actividades relacionadas con las Muestras Empresariales adelantadas por la Facultad de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás en la sede Villavicencio.

La Muestra Empresarial y su sistematización bajo los lineamientos propios de este tipo de investigación me ha llevado a concientizarnos más de la importancia que tiene no solo en los profesionales de Contaduría Pública sino de todas las Ciencias Administrativas en especial, la motivación que se les debe dar para identificar las oportunidades de negocio que los estudiantes tengan o como resultado de su formación familiar o de sus expectativas personales y ha mostrado que una vez los estudiantes se encausan por el sendero de tan apasionante actividad ellos abandonan la capacidad que tiene una nota para cuantificar la creatividad personal y continúan trabajando a lo largo de su vida en un Proyecto Empresarial.

También nos enseñado la importancia que deben tener las articulaciones de los currículos para responder a los propósitos plasmados por las instituciones de Educación Superior como es el caso de la Universidad Santo Tomás, que en su afán de formar profesionales integrales identifica la importancia que tienen asignaturas como Emprendimiento que participan activamente en mostrar a los futuros profesionales las bondades que constituye no solo para ellos en términos de bienestar sino para sus familias y el desarrollo de nuestro país la constitución de Empresa.

Desde un punto de vista profesional, la muestra empresarial nos ha dejado demasiados aprendizajes, pero he de sobresalir cada una de las enseñanzas que me ha aportado en la parte organizativa, en el diseño y planeación de actividades. Llegar a organizar una muestra empresarial despierta en mí el reto de querer superar cada muestra con la siguiente versión y eso requiere de disciplina y gusto.

Hacer parte de las muestras empresariales, en su diseño y organización me hace pensar en estudiar una línea o especialidad en planeación, logística y operaciones.

Aprendimos a dialogar y argumentar, a organizar y dirigir, son aspectos que únicamente vivir la muestra empresarial me han permitido crecer y por eso el significado e importancia de que cada detalle salga bien.

Consideramos importante en este capítulo manifestar el proceso de sistematización no fue “sencillo” teniendo en cuenta que:

Para los miembros del equipo no fue fácil romper el paradigma de la investigación en el cual fuimos formados.

Fue un reto establecer o comprender los criterios que deben tener en cuenta al momento de escoger una experiencia a sistematizar.

El ejercicio de escribir fue todo un reto, incluyendo los miembros del equipo sistematizador y los actores que a lo largo del tiempo participaron en la muestra empresarial.

Llegar a la metodología que se iba a seguir, se puede comparar con la travesía que hace el viajero por tierras inexploradas, comprender la posición de los autores que podían fundamentar la investigación y lo más importante como llevar a ellos a dialogar con la historia y la experiencia no fue tarea fácil, pero permitió como equipo abordar las principales afirmaciones que surgieron como resultado de la sistematización.

Si nos preguntan que aprendimos de la sistematización de experiencias, decimos lo siguiente:

Relacionarnos más con las personas, a escuchar más, a resolver conflictos, a tomar decisiones, defenderlas y asumir consecuencias.

Que la sistematización de experiencias nos permite tener un aprendizaje crítico a través de la experiencia sistematizada, motivo por el cual fue imperativo para el equipo asumir responsablemente un estado de autocrítica.

Que, aunque no existe una “receta” para llevar a cabo la sistematización de una experiencia, si se hace necesario identificar la ruta a seguir y definir las herramientas que se van a utilizar durante el proceso.

Y que existen momentos en los cuales es necesario pararse en paradigmas de investigación diferentes para tener una visión crítica del proceso que se está desarrollando.

Referencias Bibliográficas

- Andréu, J. (1998). *Los españoles: Opinión sobre sí mismo, España y el Mundo. Análisis Longitudinal Escala de Cantril*. Granada, España: Universidad de Granada.
- Barnechea García, M. &. (Octubre de 2010). *La sistematización de experiencias: producción de conocimientos desde y para la práctica*. Obtenido de Revista Tendencias & Retos: <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/te/article/view/464>
- Bolívar, A., Domingo, J., & Fernández, M. (1998). *La investigación biográfica-narrativa. Enfoque y metodología. Guía para indagar en el campo*. Granada, España: Grupo Editorial Universitario.
- Bravo, H. (2008). *Estrategias pedagógicas*. . Montería: Universidad del Sinú.
- Burnett, D. (Septiembre de 2000). *The Supply of Entrepreneurship and Economic Development*. Obtenido de Founder, Technopreneurial.com: <http://technopreneurial.com/articles/supply.asp>
- Cardona A., M., Vera A., L., & Tabares Quiroz, J. (2008). *Las dimensiones del emprendimiento empresarial: La experiencia de los programas cultura E y fondo emprender en Medellín*. Medellín: Universidad EAFIT - Grupo de Estudios Sectoriales y Territoriales ESYT. Escuela de Administración.
- Castiblanco Moreno, S. (Julio-Diciembre de 2013). *La Construcción de la categoría de Emprendimiento Femenino*. Obtenido de Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052013000200005&lng=en&nrm=iso
- Cendales González, L., & Torres Carrillo, A. (s.f.). *La sistematización con experiencia Investigativa y Formativa*. Obtenido de cepalforja.org: http://www.cepalforja.org/sistem/documentos/lola_cendales-alfonso_torres-la_sistematizacion_como_experiencia_investigativa_y_formativa.pdf
- International Labour Organization. (23 de Junio de 1975). *R150 - Recomendación sobre desarrollo de los recursos humanos, 1975 (núm. 150)*. Obtenido de ilo.org:

https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:312488

Jara H., O. (1994). *Para sistematizar experiencias*. San José: Alforja.

Jara Holliday, O. (Febrero de 2012). Sistematización de experiencias, investigación y evaluación: aproximaciones desde tres ángulos. *Revista Internacional sobre investigación en Educación Global y para el Desarrollo*, 57-59.

Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2011). *2011 global Report*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2012, de Global Entrepreneurship Monitor:
<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2409>

Mercado Martínez , F., & Robles , L. (1998). *Investigación cualitativa en salud*. México: Universidad de Guadalajara-Organización Panamericana de la Salud.

Mialaret. (1984). *Diccionario de Ciencias de la Educación*,. Barcelona: Oikos – tau. .

Noval Pedraza, C. (Enero-Junio de 2010). La polifonía y la intertextualidad en producciones textuales infantiles. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, pág. 139-150. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3222/322227521009.pdf>

Picardo Joao, O., Balmore Pacheco, R., & Escobar, B. (2004). *Diccionario enciclopedico de ciencias de la educacion*. San Salvador: Colegio García Flamenco - Centro de Investigación educativa.

Restrepo, M., & Campo, R. (2002). *La docencia como práctica: el concepto, un estilo, un modelo*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Sapag Chain , N. (2001). *Evaluación De Proyectos De Inversión En La Empresa*. Obtenido de industrialcsc.com/:
<http://industrialcsc.com/flujiograma/GESTION%20DE%20LA%20TECNOLOGIA/FORMULACION%20Y%20EVALUACION%20DE%20PROYECTOS/Evaluacion-de-Proyectos-de-Inversion-En-La-Empresa-Sapag-Chain-Nassir.pdf>

Schumpeter, J. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona: Editorial Folio.

Universidad Santo Tomás. (2002). *Misión de la Universidad Santo Tomás*. Bogotá: Ediciones USTA.

Universidad Santo Tomás. (2015). Capítulo 3, subtítulo 3.6. En F. d. Pública, *Registro calificado del programa de contaduría pública de villavicencio* (pág. 68). Villavicencio: Universidad Santo Tomás.

Universidad Santo Tomás. (2015). *Filosofía y cultura Institucional*. Bogotá: Editorial USTA.

Universidad Santo Tomás. (2016). *Lineas para el diseñp y la actualización curricular*. Bogotá: Ediciones USTA.

Vera, A. C., & Vera G., L. J. (septiembre-diciembre de 2011). Estrategias utilizadas por los docentes para promover el aprendizaje de la biología a nivel universitario. *Revista Telos*, vol. 13(Núm. 3), pág. 397-411.

Anexos

Anexo 1 Relato de la experiencia por actores

De la realidad a la Universidad Docente Naur Parrado Mantilla

Mi primer contacto con una idea de emprendimiento se dio, cuando estaba estudiando Economía en la Universidad La Gran Colombia, por allá en 1985, pero no precisamente como parte de ningún ejercicio de clase que pretendiera inculcar en los futuros profesionales la importancia de formar empresa a través de ninguna catedra porque de hecho en ese pensum no existía esa materia, sino como resultado de mi trasegar como mensajero por la ciudad de Bogotá y en especial por subir y bajar continuamente por la calle 16 entre carreras 10 donde me dejaba el bus y la carrera 5 donde quedaban las instalaciones del Banco Central Hipotecario donde laboraba.

La cuestión es que sobre la calle 16 entre carreras 8 y novena se anunciaba la construcción de un Centro Comercial de nombre Veracruz que tenía como estrategia ser un pasaje comercial que comunicaba las calles 15 y 16, situación que llamo poderosamente mi atención hasta el hecho de terminar comprando allí un local comercial que aún es de mi propiedad, a la Corporación de Ahorro y Vivienda Davivienda para ese entonces ya que esa clasificación desapareció del Sistema Financiero Colombiano.

Con el apoyo de un familiar, monte un negocio llamado SAPERFAN (Sacos y Perfumes) donde efectivamente se vendían esas dos líneas, y aprovechando mi posición de estudiante y de empleado vendía a crédito y en mi condición de mensajero cobraba todas las quincenas correspondientes. El negocio prosperó pero con la segunda y última más grande crisis que ha vivido este país entre los años 1998 y 2000 el negocio empezó a ir mal, la cartera no funcionaba y yo al igual que muchos pequeños empresarios tuve que finalmente desistir de la idea de continuar y arrendarlo por cualquier suma que como mínimo compensara la situación. Afortunadamente la Economía cambió y con ella la actividad comercial por lo que el Centro

Comercial mejoró su posición y yo disfruto de un muy buen canon de arrendamiento que me ha permitido disfrutar de una idea de emprendimiento que insisto no nació en la Universidad.

Mi segunda gran experiencia con el tema se dio en la Universidad del Meta donde por 8 años consecutivos lideré el proceso de Emprendimiento en los jóvenes de distintas carreras y donde en varias ocasiones adelante la labor de ser director de logística de un buen evento que se montaba y que entiendo se sigue montando en la plaza de banderas donde por lo demás participaban los estudiantes con ventas a gran nivel en especial de comidas. El evento avanzó tanto que recuerdo en la última vez que se participó se consiguieron patrocinadores que daban 1'000.000 al grupo ganador 500.000 al segundo y 300.000 al tercero así como celulares y más premios a cada una de las diferentes modalidades que participaban.

Mi tercer contacto con esta buena práctica educativa se ha adelantado en la Universidad Santo Tomas en la Facultad de Contaduría Pública cuando en el segundo semestre del año 2012 se me permitió impartir la cátedra de Emprenderismo como electiva, la cual a lo largo del semestre se dictaba de acuerdo al plan de estudios pero que tenía un elemento especial cual era el de participar en una Muestra Empresarial que en conjunto con el programa de Administración de Empresas Agroindustriales se realizó en la sede que la Universidad tiene en Loma linda y que por lo demás resulto ser un éxito rotundo en términos de creatividad de los participantes de lo que se tiene todo el material estadístico e iconográfico disponible.

Luego en el primer semestre del 2013 aun en manejo de la cátedra de Emprenderismo como electiva en el programa de Contaduría Pública tuve la oportunidad de participar en otro evento de Muestra Empresarial pero solo con los estudiantes del Programa de Negocios Internacionales, evento que se llevó a cabo con lujo de detalles y éxito rotundo y que hasta desfiles de modas tuvo en el Centro Comercial Único, del que también se dispone de toda clase de material de consulta estadístico e iconográfico.

Para el segundo semestre de 2013 la Muestra Empresarial se celebró pero esta vez como el resultado de una labor planeada y dirigida por el área de Proyección Social dirigida por Fray Juan Pablo y que tuvo como sede el Templo Eucarístico de la Ciudad de Villavicencio. Fue la

primera vez que dentro de la Universidad Santo Tomas mientras yo he trabajado que tuve la oportunidad de participar en un evento donde estaban todos los programas de la sede de Villavicencio y donde por lo demás también se hicieron talleres adicionales con empresarios de la región. El evento resulto ser una actividad sin precedentes en la sede Villavicencio, pero desafortunadamente no se volvió a adelantar. Y digo desafortunadamente porque en términos de mercado se debe aprovechar la interdisciplinariedad de manera que el estudiante tenga un escenario de trabajo más exigente y por tanto más oportunidades de retroalimentación al estar involucrada una comunidad universitaria mayor, ahorrando de paso esfuerzo operativo. También de esta feria se tiene gran material disponible para efectos de sistematizar la experiencia.

Finalmente en el II semestre del 2014, se realizó un último evento de este tipo pero solo con presencia de proyectos e ideas de negocio de la Facultad de Contaduría y como parte de la I semana Internacional Contable, donde nuevamente los estudiantes desbordaron toda su creatividad para cumplir con la cita y de la que se tiene todo el material correspondiente.

A lo largo de estos años al frente o como colaborador de Muestras Empresariales, han sido muchas las experiencias vividas, muchas las ideas de negocios mostradas por los estudiantes así como proyectos de Emprendimiento de singular dinamismo, sin dejar de lado que lo más trabajado han sido alimentos y uso de material reciclable pero también intentos un tanto tímidos de ideas apoyadas en la tecnología y el internet.

Participar en un evento de estos se convierte además del objetivo propio de cada uno de los profesores que aprovecha el evento para transmitir sus correspondientes cátedras como ocurre con creatividad, Emprenderismo, Mercadeo Economía en una oportunidad para que los estudiantes tengan una actividad lúdica ajena a las aulas de clase pero muy ligadas a su futura actividad profesional que se adelantará en una empresa que muy seguramente nació como una idea de negocio.

He tenido la oportunidad de ver gran cantidad de ideas innovadoras de todo tipo, toda clase de sueños por parte de los estudiantes, así como ideas un tanto descabelladas pero que pertenecen a la iniciativa propia que se debe tener a la hora de involucrar en un proceso integral de

formación profesional la posibilidad de salir al campo laboral no como parte de fuerza laboral sino como generador de oportunidades de trabajo.

De lo montañoero a lo llanero, Javier Darío Pava R.

En el año 2010, cuando fue nombrado Decano del programa en la sede de Villavicencio, Javier Diario Pava R, lo primero que realizo fue un diagnostico por áreas y actividades que se realizaban en la Facultad. La carrea apenas estaba en su tercer año, es decir; se estaba cursando sexto semestre. Una de sus inquietudes que traía para desarrollar era como generar en los estudiantes interés por acciones de emprendimiento y empresarismo. Por lo anterior reviso los diferentes espacios académicos y se diseñó un plan que permitiera de forma transversal hablar de estos temas y sobretodo, crear espacios que le permitieran al estudiante aventurarse en proyectos que alimentaran su iniciativa de empresa y motivara el emprendimiento.

Es así, como la primera acción que se realiza, es rediseñar el espacio académico denominado Fundamentos de Mercado que corresponde a sexto semestre y respetando el micro currículo invitáramos a los estudiantes a pensar mostrar sus ideas en una actividad que se llama feria del producto, actividad que pretendía que los estudiantes tomaran empresas exitosas en el mercado y analizaran sus estrategias y su historia para lograr su posicionamiento. Es esta actividad que desde el aula da inicio a lo que más adelante denominaremos Muestra Empresarial de la Facultad de Contaduría Pública.

Sumado a la creación y aceptación de la Muestra Empresarial, se tomó la decisión táctica que los espacios académicos de Economías, Administración, Mercadeo y la Electiva de Emprendimiento se articularon de tal manera que la Muestra se convierte en una oportunidad de aprendizaje, como elemento didáctico que relaciona conceptos y conocimientos. Fue donde por primera vez se expone la muestra en un espacio externo a la USTA donde la comunidad de Villavicencio fue quien evaluó la calidad y la pertinencia de la misma. El espacio fue la plazoleta de la Cámara de Comercio de Villavicencio donde se presentaron 22 proyectos de estudiantes de diferentes momentos de formación; tercero, quinto y sexto semestre. Además se vincularon a la muestra a seis instituciones como lo fueron; Cámara de Comercio, Movistar, Postobon, Alpina,

Alquería e Industria Bimbo. El más notorio de esta experiencia fue el vencer el miedo a salir a un espacio diferente al del aula y al de la USTA a presentar sus ideas y sus proyectos. Así como lograr una logística impecable que permitió desarrollar la muestra en condiciones de seguridad y con alta participación de la comunidad.

El Programa desarrolla políticas de continuidad a la facilitación de estos espacio y es así que dado el éxito y la divulgación del evento realizado en el Centro Comercial Único en el año 2013, La unidad de Proyección Social dirigida por Fray Juan Pablo Romero Correa, O.P. logra calar la idea que Javier Dario Pava R, decano del programa de Contaduría venia proponiendo de realizar un evento institucional que permitiera en un espacio de gran envergadura mostrar todo lo que la USTA Villavicencio realiza en el tema de Investigación y Emprendimiento. Es entonces en el Primer Semestre de 2014 se invita a toda la comunidad Tomásina a participar en la Plazoleta de la Iglesia del Templo Eucarístico de la Ciudad de Villavicencio en la Primera Muestra Empresarial y de Investigación EXPO USTA promovida por la USTA Villavicencio. En esta oportunidad la comunidad del programa de Contaduría fueron actores protagónicos apoyando en la logística del evento y con la participación de ideas y proyectos de estudiantes de la Facultad, además se hicieron talleres adicionales con empresarios de la región.

Enseñando a mis compañeros, Yuly Alejandra Perilla J.

Mi nombre es Yuly Alejandra Perilla Jiménez, llegue a la Universidad Santo Tomás a estudiar porque Dios lo tenía puesto en mi camino, llegue a la Facultad de Contaduría Pública desde de un análisis tedioso a diferentes programas académicos, los primeros semestres de la carrera fueron difícil encontrarme con términos y conceptos nuevos: activo, pasivo, patrimonio, informes, estados financieros, impuestos etc.

Con el pasar del tiempo iba percibiendo que me gustaba algunas de las cátedras me ayudaron a reiterar mi gusto por las finanzas y el control del dinero, que respondía a mis actividades de emprendimiento como cuando estaba en el colegio que vendía dulces, helados, agua en bolsa y hielo en la nevera nueva de mi casa, lo cual me permitía tener autonomía para poder darme algunos gustos, en lo que recuerdo el dinero me sirvió para obtener un capital y así

comparar 3 paquetes de bombones, 2 cajas de nucas y 2 de barriletes, mercancía la cual la repartía con mi prima y ella respondía por el valor de esta y repartíamos las ganancias.

Los números siempre han sido mi fuerte, fue por tal motivo que cuando estaba en quinto semestre viendo la cátedra de Estadística la Dra. Miriam Malagón me nombro como su monitora, durante varios años tanto a mis compañeros de Facultad como de Administración de Empresas y Negocios Internacionales, ayude a aclarar y calcular la moda, la media, variable discreta, continua entre otros. Esta fue el punto de referencia para iniciar mi camino a la docencia dentro de la USTA Villavicencio.

La universidad es otro mundo, las experiencias en las clases, eventos y las actividades académicas me permitieron ir consolidando mis conocimientos y gustos en las diferentes áreas, por ejemplo en la cátedra de mercadeo, en la cual debíamos desarrollar un producto innovador, para nuestra empresa, se trataba de poder venderlo, obtener ganancia y estabilidad en el mercado. Con mi grupo de trabajo decidimos irnos por el café, nuestro producto gelatina de café “*gelacafé*”, fue necesario trabajar en los costos, el diseño del logo, montar la estructura financiera de la empresa, publicidad, ahh bueno y por ultimo creamos el producto un fin de semana, mezclando, probando, una pisco, una gota menos, una cucharada más pero al final el producto gusto. Dentro de los ingredientes básicos estaban: la panela, el agua, el café, leche condensada, gelatina y el toque secreto de la abuela.

Todo iba muy bien hasta que la profesora Sofía Gonzales y el Decano de la Facultad Javier Darío Pava Reatiga, comentaron que los productos y el trabajo de la clase se debían evidenciar en un lugar público, nada más y nada menos que la plazoleta de la cámara de comercio de Villavicencio. Lo que genero un poco de temor puesto que no es lo mismo presentar el trabajo a estudiantes y docentes de la Universidad, que todas las personas que pudieran llegar ese día al lugar.

Sin embargo, los planes eran los mismos tener el mejor trabajo de la clase. El stand fue de sueño: aroma a café, un cartel con el logo, nuestro propio comercial, y teníamos un Juan Café pero lo más importante el producto gusto. La experiencia única compartir con personas la

formación y creación de una empresa y poner en práctica las habilidades adquiridas, es por eso que con los compañeros de este grupo se planteó la propuesta de formación de empresa.

Dentro de las ventajas de haber participado en la muestra empresarial considero que fue el hecho de enfrentarse a la realidad, éramos empresarios, teníamos un producto y debíamos hacer de este el mejor, que gustará, que los quisieran comprar y que pudiéramos tener utilidad en el ciclo de nuestra empresa, inmersamente desarrollamos otro tipo de habilidades: diseñamos, pintamos cocinamos.

Pero de otro lado considero que dentro de los aspectos negativos los costos, el poco tiempo para la organización de todo puesto que las otras clases estaban ahí. Que además como respuesta de la muestra empresarial debería existir convenios o ayudas para promover la puesta en marcha de cada uno de estos proyectos en los cuales se trabajan.

“Del pupitre al pizarrón” José Joaquín Flores

Desde que inicié mi pregrado pude darme cuenta del intento por articular todas las asignaturas para darles un sentido o un propósito. Sin tener conocimientos curriculares, mi percepción como estudiante siempre estuvo abierta a comprender la misión y el porqué de las cosas. Mi relación con la muestra empresarial empezó con mi rol de estudiante de pregrado del programa de Contaduría Pública, Universidad Santo Tomás Villavicencio.

A inicios de sexto semestre, conocí a la profesora Sofía González, quien fue la responsable de orientarnos y dirigir el espacio académico denominado Fundamentos de Mercadeo. Me gustó demasiado la idea de empezar esa clase porque pensé que podría convertirse en una forma de darme un respiro y salir de la cotidianidad, entendiendo cotidianidad por cuentas, balances y más cuentas.

La profesora Sofía tenía muy claro la ruta en la que deseaba llevar su clase, además de ver todo el marco conceptual de la asignatura, el cual fue de gran aporte para los planes a futuro, pudimos enfocar todo lo aprendido en nuestro gran objetivo “La muestra empresarial” Dentro del

propósito de la muestra empresarial fue exponer las ideas desarrolladas y exponer de una forma sustentable y sostenible los proyectos.

La docente brindó gran apoyo para poder realizar el proyecto de aula, la muestra empresarial estuvo pensada inicialmente como un ejercicio en grupos no mayor a 4 personas, quienes debían aplicar la teoría y desarrollar la parte creativa respecto a una propuesta sólida y atractiva en el mercado. Recuerdo como sus compañeros organizaban los grupos de trabajo de manera estratégica, a algunos de ellos se les facilitaba más la parte financiera, a otros la creatividad y a otros la parte administrativa.

Nuestra primera muestra fue dentro del aula de clase, no debíamos interactuar con nadie, éramos solo mis compañeros y la profesora. Como estudiantes participantes de la Muestra en el grupo de clase surgió un ambiente competitivo y cada integrante de los equipos de trabajo mostró todo el tiempo un interés por sobresalir, considero que eso hizo mucho más interesante el proceso, todos querían ser mejor que todos. Una de sus compañeras Diana Paola Jara inventaron unos postres con trozos de fruta y su stand fue decorado de frutas sintéticas, otros crearon mermelada de papaya y panela, también crearon cocadas de maracuyá, guarapo de arroz, entre otros algunos de los productos que se logran recordar.

Fue realmente divertido el poder explorar muchas alternativas que nos invitaban a ser creativos, pudimos darnos cuenta de nuestro potencial, y de que somos capaces de materializar nuestras ideas. Durante todo el proceso pasamos por etapas de felicidad, euforia, mal genio y hasta tristeza, pero nada comparado con el orgullo y la satisfacción de nuestro trabajo consolidado.

Mi grupo y yo siempre quisimos sobre salir y ser el mejor, dedicábamos horas maquinando el plan para que nuestro proyecto fuera atractivo, en algunas ocasiones olvidábamos invertirle tiempo y trabajo a la parte financiera del proyecto y nos dejábamos enamorar del marketing y la publicidad. Creo que ese fue uno de nuestros problemas, nos emocionábamos haciendo lucir atractivo y comercial el proyecto, pero cuando el profesor quería ir más allá e investigar la parte

en la que se supone que la idea debe ser rentable y sostenible, nos encontrábamos en problemas porque en algunas ocasiones no podíamos darle viabilidad.

Nosotros organizábamos el salón y lo decorábamos como si fuera un pabellón de muestras de productos, cada uno estaba arreglando su stand, mandábamos a hacer figuras en cartón, comprábamos globos, pintábamos figuras en todo tipo de material, nos encargamos en tener listo todo tipo de detalle para deslumbrar a la profesora y a algunos jurados que ella invitaba para conocer nuestros productos.

Fue una buena experiencia, porque, aunque muchos proyectos de esa muestra, por no decir que en su totalidad no se concretaron, la estrategia de aplicabilidad lograba tocarnos de alguna forma. Nos hizo dar cuenta de que podemos realizar cualquier tipo de proyecto, que somos creativos e ingeniosos y que somos realmente buenos para emprender un proyecto y sacarlo adelante. Me atrevería a hablar de un estímulo, porque muchas de las personas que no concretaron esos proyectos pudieron emprender unos diferentes con la misma pasión y gusto con el que desarrollaban las ideas en clase.

Ahora bien, desde mi rol como docente de la Universidad Santo Tomás Villavicencio, más exactamente en el Programa de Contaduría Pública, he logrado observar a muchos desde mis estudiantes participar en muestras empresariales, debo decir que muchos de ellos aportan lo mejor de sí mismos para ver culminados sus proyectos e ideas. Desde el espacio académico “Emprendimiento” que una vez tuve la oportunidad de orientar, manejamos 6 ideas de negocios que expusimos fuera del salón de clase y que los estudiantes fueron construyendo durante todo el semestre.

Entre charla y charla yo podía escuchar y darme cuenta que los estudiantes tenían una percepción positiva a estos espacios en donde ellos podían también analizar la percepción de un público ajeno a sus ideas. El emprender este proyecto no solo les permitió demostrar que podían cumplir con un objetivo, también les permitió identificar el potencial que tienen para realizar otro tipo de actividades.

Espero poder seguir siendo participe en la creación de estos espacios y estrategias que le revelen al estudiante una serie de herramientas y estrategias orientadas al cumplimiento de cualquier tipo de proyecto u objetivo. Porque la muestra empresarial no es solo una feria de productos y sueños, la muestra empresarial es la ventana a la creatividad, a la imaginación, al poder concretar un emprendimiento desde su mínima expresión.

Anexo 2 Entrevistas

Entrevista a la profesora Sofía González

Duración de la entrevista: 26 minutos con 39 segundos

Naur Francisco Parrado Mantilla: Está entrevista está relacionada con el trabajo de sistematización cuyo nombre es la muestra empresarial y su efecto en la formación del Contador Público en la Universidad Santo Tomas sede Villavicencio, está entrevista es Sofía González, es cierto que usted se encuentra trabajando en el área de emprendimiento y ha tenido experiencia dentro del área de emprendimiento yo le quisiera preguntar, trasládese unos años atrás a las oportunidades que le dio la vida donde haya tenido contactos con ideas de emprendimiento con empresas ¿dónde recuerda que tuvo en su familia con amigos donde tuvo su primer acercamiento a términos de emprendimiento o empresa?.

Sofía Gonzales: El primer acercamiento como tal a una idea innovadora, una idea como tal emprendedora; sin conocer como tal un concepto claro de emprendimiento ni tener como tal una responsabilidad o como un criterio de que fuera una idea a futuro y pensarlo fue en el colegio.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿En qué colegio estudio?

Sofía Gonzales: Yo estude en el colegio Espíritu Santo y una de las bases del colegio era el liderazgo pero también la autonomía que tenía el estudiante como para generar un perfil proponer, innovar entonces creo que fue hay desde donde nosotros también en muestras de curso y ferias dentro del colegio desarrollamos como tal un perfil que hoy sería un perfil emprendedor

Naur Francisco Parrado Mantilla: Muy bien eso es lo que tiene que ver con el colegio, y ¿en relaciones con su familia con amigos solamente es a través del Colegio Espíritu Santo donde tiene un primer contacto?

Sofía Gonzales: Si inicialmente ese fue el primer contacto ya después uno se da cuenta en el ámbito familiar y laboral que su familia empieza a generar diferentes ideas, tengo primos con firmas de ingenieros, tengo primos con inmobiliarias todo han sido como tal emprendedores desde el ámbito empresarial pero el emprendimiento como tal en mí se genera después de haber fortalecido mi carrera profesional y mis estudios de posgrados que es la empresa con la que cuento hoy en día.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Es decir que una vez terminado sus estudios de secundaria y aun los de universidad no termina formando ninguna empresa

Sofía Gonzales: No, yo formule mi negocio emprendedor y mi idea de negocio justo cuando termine la primera maestría

Naur Francisco Parrado Mantilla: Profesora Sofía, ¿Cuál es su profesión?

Sofía Gonzales: Yo soy profesional en mercadeo y publicidad

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿De qué universidad?

Sofía Gonzales: De la Universidad del Meta.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿en qué año termine sus estudios?

Sofía Gonzales: En el 2006, no en el 2005, en el 2006 la especialización, en el 2008 la primera maestría.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Profe, ¿con que muestras participaba en la UNIMETA?

Sofía Gonzales: Nosotros teníamos unas actividades que se llamaban como tal como el día del marketing, era la maratón de mercadeo y publicidad, las empresas patrocinaban y nosotros le trabajábamos en las ideas que las empresas demandaran, la necesidad que tuviera la empresa, pero nunca fue como un proyecto personal si no era como un proyecto para participar de esa puesta que hacia la Universidad para que nosotros nos involucráramos y también teníamos muestras empresariales que organizaba la Facultad de Administración de Empresas donde proponíamos lanzamientos de productos que se pudieran poner en el mercado pero de por si pues era más cuestión académica y no con vistas a un perfil empresarial.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Muy bien hay por ese lado, ¿Profe su trayectoria para llegar a trabajar en muestras empresariales o con el tema de emprendimiento con la Universidad Santo Tomas como es la trayectoria para llegar hasta allí?

Sofía Gonzales: Bueno resulta que cuando yo estaba finalizando mi carrera de pregrado me involucre a trabajar dentro de la docencia pero de pronto con mi visión de persona joven y de ver que le estaba enseñando a jóvenes dentro de un instituto yo me propuse que la educación no debería quedarse y no debería centrarse en el salón de clases, hay muchos autodidactas que solamente leyendo libros pueden ejercer conceptos o pueden ejercer mucho mejor una profesión que nosotros mismos acudimos a una universidad mucho tiempo sentados en la práctica como tal en el ejercicio del hacer, del equivocarse, del error, es donde el estudiante cae en cuenta de todo lo que tiene para dar y todo lo que puede realmente ofrecerle al mercado y también dentro de la

estrategia de la competencia, no en la competencia mala ni nada si no el ejercicio de clase donde nos ponemos a competir con los mismos compañeros y nos damos cuentas quien tiene para aportar y empezamos a corregir, este mire como lo hizo, yo lo hice de esta manera se logra como tal concretar una sola idea, entonces en el primer instituto que yo trabaje que fue el Instituto Politécnico Agroindustrial con el programa diseño gráfico, diría uno, pero diseño gráfico es mostrar dibujos, entonces nosotros todos los perfiles profesionales tenemos cosas para mostrar lo que pasa es que muchos se quedan en teoría pero todos los programas de cualquier carrera tenemos muchas oportunidades para generar ese tipo de didácticas de clase donde se involucren actividades lúdicas entonces en diseño desde que yo inicie siempre hacíamos el día del diseñador gráfico y hacíamos una feria y nos inventábamos un stand y mostrábamos los productos y también es gratificante encontrar que hay estudiantes que tienen sus propios talleres de diseño, que tienen sus empresas de publicidad que los logre convencer que no se quedaran con la técnica si no que se vinieran a estudiar un pregrado eh y pues lógicamente ver que hay otros que están posicionados en otras empresas que son muy buenos diseñadores pero son esos ejercicios como tal que ayudan a fortalecer ese perfil de los estudiantes.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Profe ¿y en la Universidad Santo Tomás recuerda las asignaturas que dictó?

Sofía Gonzales: Claro, yo comencé como siempre con mi pasión que fue fundamentos de mercadeo desde el primer curso con el que vi esta materia cuando los primeros ejercicios de prueba y error, que yo a ellos siempre les decía hay que hacer una muestra solo del salón donde ustedes vean el potencial de su compañeros pero hay que salir a mostrar lo que hacemos no es lo mismo uno quedarse con las cosas del salón entonces arranque con Contaduría Pública y dicte fundamentos de mercadeo Siempre también Apoye sistemas de gestión Y en negocios internacionales dicte marketing internacional

Naur Francisco Parrado Mantilla: Profe en relación a las clases que dictó a Contaduría Pública ¿cómo es su experiencia cuando le vende a los jóvenes, lo interesante de formar empresa a través de una idea de negocio?,

Sofía Gonzales: Bueno yo creo, que lo primero que yo siempre aplico con los estudiantes es como una empatía porque cuando a uno llegan a imponerles las cosas es muy difícil que la persona pueda sacar el creativo que tiene dentro, entonces realmente socializo con ellos, primero trato de buscarles el perfil de cada uno de los estudiantes en cuanto actitud, todos no somos

sociables, todos no somos alegres, todos no somos felices si todas las personas manejan un perfil entonces yo eso si lo tengo muy claro dentro de mis estudiantes.

Un ejercicio que yo siempre practico con ellos, es que yo me aprendo los nombres de todos mis estudiantes, a nadie le gusta que lo llamen como niño o niña, estudiante o estudianta entonces si yo le digo a mi estudiante Karen, Juliana, Joaquín, yo los reconozco y los identifico ellos se van a sentir identificados con migo entonces empezamos dentro de esa didáctica e identifico quien es quien identifico con quien le gusta estar, cuál es su entorno, identifico su ambiente familiar, con ejercicios prácticos que los arroja también en la metodología que yo aplico dentro de mi profesión y luego ya les empiezo a desarrollar ejercicios donde diseñemos un empaque, diseñemos un producto entonces ellos van y se involucran ya con sus familias, la abuelita para que sirve, la mama que hace, la jalea que nunca probaron mis amigos pero que la tienen en la casa y en la casa a mí me parece deliciosa entonces yo se las voy a traer y así sucesivamente ellos van generando como unas ideas entonces cuando ya legan ellos con esas ideas como tal al salón de clases ahí es donde empieza uno pero porque no lo comercializa su abuelita es bueno, a todo el mundo le gusto, todo el mundo lo probó, la gente repetía, si, ustedes son creativos mire, el solo hecho de traer de proponer un sombrero, un poncho eso ya lo hace totalmente diferente entonces con el contador que al principio se piensa que es difícil, no todos llevamos una persona creativa dentro lo que pasa es que no la hemos explorado entonces nunca los juzgo por lo que hacen, permito que ellos propongan permito que ellos hagan y les aporoto, mas no les destruyo la idea, sí, siempre es más como al crecimiento de lo que realmente ellos pueden hacer y no en lo que se equivocaron.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Profe, permítame la interrumpo y que pena que lo haga, cuando se tiene que abordar un tema que es un tanto tedioso y especial. En cuanto a lo que tiene que ver con la capacidad creativa de un estudiante, relacionado a lo que es una valoración calificativa, pues se necesita un aspecto cuantitativo, ¿cuál es el criterio que usted utilizaba o que usted utiliza para definir esa nota cuando tiene que ver con algo tan delicado tan personal como es la creatividad que lo creativo no es tan fácil de cuantificar?

Sofía Gonzales: Por ejemplo como tal en la parte como tal de contenido yo siempre le coloco los parámetros que debe contener un stand por ejemplo debe llevar tales características, el producto tales características, la idea debe tener tales características y en el trabajo debe de haber tales características, si se establecen unos parámetros y en segunda instancia siempre trato de

tenerles jurados personas que sean externas como en cualquier caso empresarial que pueda suceder no solamente para sesgar mi calificación si no que para que ellos también vean que hay otra gente que también puede ser un público, que también puede ser empresarios que les aportan a las ideas de ellos, que podrían comprarles en el caso de ser viables las ideas pero también les están calificando según la percepción de ellos no es lo mismo lo que ve un hombre a lo que ve una mujer, si no es lo mismo lo que ve una persona en un rango de edad hasta los 30 que lo que ve una persona a los 60 todos tenemos puntos de vista para ver, entonces siempre me gustaba interactuar llevándoles jurados, personas externas para que sean ellos los que les aporten y les digan mire se equivocaron entonces claro cuando terminaba la retroalimentación el estudiante está en la capacidad de decir si profe yo lo hubiera hecho así, le hubiera puesto esto, acepta y reconoce las sugerencias que se les hacen

Naur Francisco Parrado Mantilla: Profesora Sofía para nosotros es muy importante las dos siguientes preguntas que vienen a continuación la primera:

¿Qué considera usted en términos de nota y en términos de ganas del estudiante de participar en las muestras empresariales como compromiso de formación empresarial? Es decir que es la calificación y el hecho de cumplir con el plan de estudios, con el espacio académico lo que lo llevan a tratar a los estudiantes a ser creativos o es la verdadera capacidad creativa que debe de haber en cada persona.

Sofía Gonzales: Yo siempre he dicho que todos vamos a ser estudiantes y más los que nos desarrollamos dentro de la labor docentes, nosotros somos estudiantes en formación porque nos toca estarnos actualizando todo el tiempo, nosotros vivimos en función de la nota, si, la nota para nosotros, nos metieron por los ojos que nosotros sin la nota mejor dicho, perdemos semestre, perdemos la materia, perdemos el parcial y perdemos todo, pero realmente en cierta medida y en cierto nivel de estudio somos conscientes de que esa nota represéntalo que nosotros aportamos como tal al curso, entonces por decir hoy en día yo estoy segura de que mis estudiantes, hoy tengo la fortuna de recibir estudiantes de segundo semestre donde yo les cambio la visión, usted no está trabajando para una nota porque usted para trabajar en una empresa no les van a pedir las notas, le van a pedir usted que tiene para le a esta empresa usted quien es, entonces los estamos formando con el pensamiento de que hay que actuar, hay que opinar, hay que ser creativos, hay que hacer por ejemplo pues aprovechando que están acá pues ustedes pueden ver que los tengo haciendo, y ellos no están acá trabajando por una nota, están trabajando porque están haciendo

una campaña institucional, entonces ellos van cambiando la concepción y si se puede cambiar la concepción ellos han entendido que la nota es lo que les va a permitir obtener el título.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Usted tiene estudiantes que le hayan perdido la asignatura

Sofía Gonzales: Claro yo tengo estudiantes que me han tercereado materias, pero yo siempre tengo el ejemplo del muchacho que me tercereo la materia

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Porque razón? asistiendo regularmente a clase

Sofía Gonzales: No, El problema de él era por su trabajo, él era una persona que llegaba siempre muy cansada al salón, trataba delegar pero a veces se le complicaba, no entregaba los trabajo, se retrasaba, es muy gracioso porque cuando yo le dije que había perdido la materia me dijo que si me podía abrazar y que nos veíamos el otro semestre, ósea no hay represarías de que fue la profesora la que me dejo si no que aceptan que fue por parte de ellos Y continúan, cuando la segunda vez que el perdió le dije yo joven o través nos vamos a volver a ver y dijo profe la veré toda mi vida y toda la vida me voy a encontrar con usted, si ni siquiera con el hecho de pillar a un estudiante haciendo copia, si todos alguna vez hemos intentado hacer copia, algunos son más nerviosos que otros, dicen que la copia es una ayuda pedagógica, eh para recordar sí, no es juzgar por juzgar al estudiante simplemente, es mirar eso que hizo, porque lo hizo y mejorar ósea no es perjudicarlo.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Profe, ¿cómo recuerda usted la actitud del estudiante cuando se le habla de muestra empresarial?, cuando se le dice que ya ese evento de estudio, una actividad de salón que va trascender las puertas del aula y va tratar de ir a la sociedad para enfrentarse a la realidad empresarial.

Sofía Gonzales: Es muy gracioso porque por ejemplo en la Universidad Santo Tomas el estudiante lo miraba como la única posibilidad que tenía dentro de su carrera de mostrarse no habían más espacios. El contador público en proceso de formación no tiene más espacios para mostrar todo lo que tiene creativamente para dar o proponer entonces era como ese espacio y yo tenía a veces mejores resultados en profesionales de contaduría pública que en profesionales de mercadeo en la Universidad de los Llanos porque ellos en toda su carrera llegaban a sexto semestre y se la metían toda a mi materia a una muestra empresarial era la oportunidad en la Santo Tomas. acá en la Universidad de los Llanos es lo contrario nosotros hacemos muestra semestral, entonces todo el tiempo el estudiante esta en muestras y en muestras que es lo que pasa que se me pueden llegar a presentar como repetitivas las ideas, la gente también se cansa

entonces por ejemplo en los últimos dos años hemos cambiado la estrategia y lo hacemos anual, una muestra anual de emprendimiento y feria empresarial entonces el estudiante aporta con más ganas y le hemos involucrado también la parte de concurso inicialmente acá en la Universidad premiábamos 3 puestos, tres ideas no son buenas solo una es buena entonces ya lo bajamos a que solo uno gana entonces ya se les ve más el esfuerzo porque quieren ese único entonces se les ve más la motivación.

Naur Francisco Parrado Mantilla: volviendo a los contadores de la Universidad Santo Tomás que es el tema que fundamentalmente nos interesa a nosotros, ¿usted recuerda alguna línea que tuvieran ellos de trabajo o considera que eran muy diversificados en términos de participación?

Sofía Gonzales: no

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿se enfocaban en una línea específica económica?

Sofía Gonzales: no nosotros casi siempre hacíamos productos alimenticios, era la línea por la que se trabajó.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Porque?

Sofía Gonzales: Porque era más fácil para los estudiantes, poder proponer con cosas que la gente prueba, cuando de pronto un estudiante me llevo una idea de un software para un computador competía con una persona que estaba dando helados entonces, ¿qué es lo que más le gusta a la gente?, el probar, el saborear, cierto el tener el producto ahí en la mano... porque son tangibles exacto, un intangible es más difícil vender la idea, si nos ponen un dulce al lado de un software el público se va a interesar más por el helado, por cuestiones de clima, de ambiente y el software que nos implica?, que la persona tiene que explicar y explicar y de pronto aburre, entonces siempre los estudiantes se enfocaban más en los productos comestibles y la última muestra que hicimos en la Santo Tomas , mientras yo maneja el curso como tal del producto lo hicimos fue en productos de decoración para el hogar y fue una sola muestra en todo el salón , entonces lo que nosotros hicimos fue todos los artículos dentro de una tendencia que se estaba mostrando actualmente que era la tendencia vintage, entonces que artículos podíamos proponerles a la gente para que tuviera en sus hogares, entonces sacamos variedad de productos, esa fue la última muestra y fue de grupo.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Todo lo que hacen los estudiantes hacen es interesante, pero ¿recuerda una o dos ideas que verdaderamente le hubieran parecido muy muy interesantes de los estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública?

Sofía Gonzales: bueno la primera, fueron los buñuelos de colores.

Naur Francisco Parrado Mantilla: aaaa ¡buñuelos de colores!

Sofía Gonzales: fueron los buñuelos de colores y recién yo llegue al salón pensé que eran bolas de icopor pintadas entonces siempre lo ponía de ejemplo porque me parecía muy curioso y estaban colocadas en bolas de icopor entonces yo decía pero estos muchachos que fue lo que me hicieron de por Dios y pues me daba temor que el jurado ya llegaba y que quien sabe que le iban a ofrecer cuando nos mostraron que eran buñuelos de colores y dieron una argumentación valida, porque realmente ver buñuelos de colores en el mercado no es fácil entonces más sorpresa cuando unos de los jurados dijo tengo el cumpleaños de mi hija y necesito que vallan y me vendan buñuelos de colores y fue pues un éxito los famosos vuelos de colores.

Y la otra fue más por la parte creativa de equipo, fue un grupo que creo la Gelatina de café.

Francisco Parrado Mantilla: ¿Gelatina de café?

Sofía Gonzales: si, era Gelatina de Café, pero fue porque hicieron toda la ambientación donde involucraron las familias , entonces las familias le ayudaron con el stand, que los ponchos, los sombreros, entonces todo el stand tenía que ver con el producto como tal del café, entonces fueron los que en esa muestra causaron más sensación, nos reímos mucho de todo lo que practicaron para poder vender su producto pues porque café es muy común en el mercado pero lograr diferenciarlo el producto innovador fue un papel más difícil.

Francisco Parrado Mantilla: Profesora Sofía ya en la parte final de la entrevista una primera pregunta, ¿usted recuerda si alguna de esas ideas de negocio que se mostraron en las muestras empresariales avanzo a la constitución de empresa?

Sofía Gonzales: bueno pues... no, de los estudiantes de Contaduría Pública creo que idea como tal no, no sabría decir si los de los buñuelos continuán vendiéndolos.

Francisco Parrado Mantilla: profesora Sofía ¿dónde puede estar el aspecto que las Universidades deben tratar de mejorar e implementar para que ese trabajo suyo por ejemplo no se quede solo como una labor académica si no que pudiera trascender en el tiempo y convertirse finalmente en una idea empresarial? ¿Qué se le podría recomendar a las universidades?

Sofía Gonzales: bueno inicialmente lo que yo siempre propongo es que los trabajos de aula no se queden siempre en el aula, sea la materia que sea hay que sacarlos hay que promoverlos, entonces por ejemplo nosotros nos estamos inventado hasta la feria de las matemáticas si... hay trabajos que se quedan en el aula y al estudiante también hay que involucrarlo en todas las

actividades que se realizan en las Universidades. Segundo, que las actividades no deben ser de un programa las actividades deben ser de toda la Universidad, es la feria del emprendimiento pero, no es de un solo programa es de toda la Universidad quien debe tener un perfil emprendedor. Además también se debe establecer las redes de contacto, nosotros muchas veces dentro del sector educativo trabajamos por nuestra Universidad pero, no vemos que las otras Universidades también están trabajando si... entonces, podemos establecer redes para eso, para mirar que hace esa universidad que hago yo.. En el ánimo de la competencia sana porque todos tenemos para aportar y todos tenemos para mostrar cosas sanas que se hacen dentro de la academia entonces por ejemplo crear esas redes de unidades de emprendimiento de las universidades de Villavicencio, invitarlos a eventos que vengan y miren que hacen mis estudiantes, que hay para hacer allá y cosas que contribuyan y luego yo venga y mire que sucede allá y vengo y fortalezco en mi institución si pero no genero tampoco ninguna discordia con ninguna otra empresa, sino simplemente es eso fortalecernos académicos porque igual todos estamos en la educación existen los gremio para todo, pues los gremios trabajan para que todo funcione bien y todo eso , nosotros no trabajamos para un rector , trabajamos es para unos estudiantes que son los que tiene de verdad el poder de decir bueno hay que fortalecernos hay que invertir, hay que hacer mejores cosas.

Np: muy bien... profesor Joaquín tiene alguna pregunta?

Joaquín Flórez Baquero: si yo si tengo una pregunta. ¿De qué manera cree que usted genero un aporte al perfil del profesional del contador público en base a las muestras empresariales? ¿Siente que quedo en cada estudiante algo para su vida?

Sofía Gonzales: yo creo que fueron bastantes que pasaron por mi salón de clases en la asignatura como tal de fundamentos de mercado, logre ampliarles la visión hacia la perspectiva de mundo... hay que Salir, hay que mostrarse y hay que caberse vender, un profesional de contaduría pública también necesita de márketing porque también necesita vender sus servicios tiene que saber comunicar lo que está haciendo, tiene que tener contacto con unos clientes, ver a mis estudiantes de contaduría pública ahora como docentes es más gratificante porque es decir están siguiendo mis pasos, verlos como empresarios porque hay algunos que yo sé que están manejando la empresas de sus familias o algunos ya tienen sus empresas propia entonces uno dice , dejo como las semillas de que las cosas hay que hacerlas porque les gusta, les apasiona y porque realmente es por donde están viendo que el mundo es amplio y que hay mucho para

ofrecer , el contador no solamente es para una declaración de renta, el contador público tiene un perfil súper amplio también y tiene que hacer eso, vender su perfil como tal.

Francisco Parrado Mantilla: Profesora Sofía otra pregunta ¿usted recuerda como era el desenvolvimiento de los estudiantes de contaduría pública el día que estaban armando el stand en la muestra empresarial?

Sofía Gonzales: claro mis contadores públicos eran los más felices, lo que más pedían era tiempo porque yo como les pauto las reglas del tiempo para el cumplimiento pero involucramos a sus familias, involucrábamos el hecho de tener que montar el Stand eran felices, les gustaba y los que le decía era la única oportunidad de mostrar algo y pues lógicamente ellos querían hacer lo mejor posible, pero también eran ansiosos de la hora en que les tocara exponer, de pronto por el perfil del contador el hablar en público no es de su agrado, pero ellos trataban de hacerlo lo mejor posible se turnaban con sus compañeros, había un trabajo en equipo y a pesar de que eran stand independiente se generaba una sinergia entre todo lo que estaban desarrollando y pues al final estaba la satisfacción de lo que habían realizado.

Francisco Parrado Mantilla: bueno profe yo le doy las gracias en nombre de todo el equipo de sistematización.

Entrevista Diego Casas Pinzón

Duración de la entrevista: 9 minutos con 36 segundos

Naur Francisco Parrado Mantilla: Bueno, diego bueno tardes.

Diego Casas Pinzón: Buenas tardes.

Naur Francisco Parrado Mantilla Le agradecemos en nombre del equipo de la maestría en educación

De lo que trata el ejercicio es de que nos cuente su experiencia en términos de emprendismo aquí en la universidad Santo Tomas en especial dentro de la facultad de contaduría pública, muchas gracias.

La primera pregunta es:

¿Qué contactos, que experiencias anteriores si, antes de entrar a la universidad?

Diego Casas Pinzón: “bueno pues casualmente la carrera de contaduría pública yo la elegí porque era tipo de lo que yo siempre me he inclinado que son los negocios, entonces sentí que la

contaduría pública me podía ayudar para respaldar con esa parte de los negocios y comercio que es en la que siempre me he desenvuelto”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Pero un contacto anterior había tenido

Diego Casas Pinzón: “con la materia como tal de emprendimiento”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Si una oportunidad de negocio con su familia,

Diego Casas Pinzón: “a bueno por supuesto, yo tengo 19 años y desde los 11 años he estado inmerso en el comercio”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Exactamente

Diego Casas Pinzón: “actualmente hay un negocio que se llama diego parrilla que es de mi propiedad”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: pero eso es actual pero antes de entrar a la Universidad Santo Tomás

Diego Casas Pinzón: “a no antes yo desde los 11 años por ejemplo mi madre siempre ha tenido almacenes y yo a los 11 años puse en cada almacén a manera de ejemplo un plan de minutos si entonces habían más o menos 10 y habían uno o dos planes en cada almacén entonces yo hacía cuentas de todo y recogía todo si, esa fue como una de las primeras experiencias que tuve haciendo como independiente”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿En términos de educación, donde estudio diego?

Diego Casas Pinzón: “en el INEM”

Naur Francisco Parrado Mantilla: en el INEM hay carreras técnicas, en que se inclinó usted

Diego Casas Pinzón: “académico”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Ah no se inclinó al interior de INEM por ninguna,

Diego Casas Pinzón: “hay otra que se llama comercio pero no me incline por esa, estudie una modalidad que se llama ciencias naturales que hacen énfasis en física, química, matemáticas y biología”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: No tuvo en su estudio de bachiller esa situación.

Diego una vez dentro de la Universidad Santo Tomás en el programa de Contaduría Pública, ¿en dónde tiene su primer contacto con el Emprendimiento?, con la idea de empresa, donde siente su primer acercamiento a lo que es la idea de crear empresa

Diego Casas Pinzón: “pues generalmente el tema de empresa yo ya lo había manejado incluso ya estando en la universidad si, lo que ha hecho la universidad, o de pronto asignaturas como la

de Emprenderismo es un motivador más para desarrollarlo con más determinación pero ya esto ha sido de forma previa por eso digo que la carrera la escogí por eso mismo”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Adicional a Emprenderismo como asignatura que otras han participado de su formación empresarial.

Diego Casas Pinzón: “economía” con la profe. “Miriam cala”, “contabilidad, Emprenderismo con usted que ya la vimos que fue bastante interesante, pues yo creo que esas fuertes Emprenderismo y economía que me haya sentido o en el ambiente porque se habla del tema, porqué impulsa en tierras fértiles”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Ok, vámonos a las muestras empresariales, una parte con las que nos estamos identificando, como lo afecta a usted esas muestras, ¿en cuántas muestras empresariales ha participado?

Diego Casas Pinzón: “en dos”, en dos muestras, “la primera muestra fue con usted, eso fueron unas cosas de fomi, unas decoraciones en fomi”. Y la siguiente vez. “la siguiente vez fue con unas lámparas decorativas con el profesor Jorge García, el de mercadeo.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Bueno, ¿de qué manera lo afecta a usted esa muestra empresarial? ¿Qué siente usted cuando entra a esa muestra empresarial?

Diego Casas Pinzón: “bueno más que en mí, lo vi en mis compañeros, si porque de pronto ellos; al menos con los que yo participe en la muestra no habían tenido una cercanía directa con el tema de atención al cliente, o con el tema de los negocios o con el tema del manejo del costo ya en la parte práctica entonces en ellos vi como más impacto en el tema, por ejemplo, la materia de mercadeo que también se me escapaba que es importantísima, que también trata temas importantes en términos de negocios y empresa se hizo una muestra, se hacían lámparas decorativas entonces hay que tener en cuenta los costos, se hizo estudio de mercado, que gustos habían en la población, se hizo estadística cuentas”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Usted se acuerda si en esas muestras ustedes vendieron?, es decir lo hicieron a cambio de dinero.

Diego Casas Pinzón: “sí”. En la del fomi si y en la otra también”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Teniendo en cuenta la dinámica de una muestra empresarial, usted considera que el estudiante tiene contacto directo por dinero o considera que la muestra empresarial simplemente debe darle como algo informativo.

Diego Casas Pinzón: “no yo pienso pues que es más lo que se aprende entonces en la muestra empresarial se desarrollan habilidades de pronto de atención, disciplina, de orden, organización de trabajo en equipo entonces en termino estudiantil o en el campo universitario más que lo que se pueda ganar en plata es la experiencia y la aplicación de lo aprendido.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Diego si a usted por participar en la muestra empresarial sus profesores no le hubieran dado nota usted hubiera tenido el mismo gusto de participar en esa muestra.

Diego Casas Pinzón: “por supuesto porque incluso cuando se hablan de muestras yo de una vez empiezo a buscar que vamos a mostrar,” y la nota “bueno la nota es importante”. Si no le hubieran dado nota. “no, respondo su pregunta si no me hubieran dado nota yo de todas maneras lo hubiera hecho.” Y el gusto. “sería igual pues porque me gusta la parte de la innovación, me gusta la dinámica de organizar el stand, la parte teórica, todo eso es dinámico y todo lo que sea dinámico pues es atractivo para el estudiante”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Yo le pregunto diego después de su participación en la muestra, después de toda la experiencia que ha tenido usted ha vuelto a trabajar con ideas empresariales o se quedó en el ejercicio allá en la muestra empresarial.

Diego Casas Pinzón: “yo he trabajado con la parte de empresa antes de la universidad durante la muestra y sigo después de la muestra”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Diego le agradezco en nombre mío y del equipo de la maestría en educación su aporte y participación en esta labor, muy amable.

Diego Casas Pinzón: “gracias Doctor Naur”.

Entrevista Sebastián Acosta

Entrevistador: Yuly Alejandra Perilla Y Naur Francisco Parrado Mantilla

Entrevistado: Juan Sebastián Acosta Plata

Duración de la entrevista: 10 minutos con 57 segundos

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: Este es el grupo de sistematización de experiencias de la muestra empresarial en la facultad de contaduría pública en el proceso de formación de los profesionales, nos encontramos con Sebastián plata estudiante de sexto semestre de la facultad de

contaduría pública quien nos va a contar su experiencia con el emprendimiento, con la muestra empresarial y con su formación empresarial en su campo de acción de negocios.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Muy bien, Sebastián como le va, mire nuestra primera pregunta tiene que ver con ¿cuál es su primer contacto con una idea de negocio en su vida?

Juan Sebastián Acosta Plata: “bueno, buenas noches mi primer contacto con una idea de negocio surgió por la necesidad de buscar un producto donde pudiéramos innovar y hacer que este producto pudiera llegar a un mercado determinado si, nosotros tenemos una empresa familiar donde todos los conocimientos que yo puedo adquirir los puedo aplicar a la empresa”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: A qué se dedica la empresa Juan Sebastián.

Juan Sebastián Acosta Plata: “Es una empresa de transformación de alimentos, de comidas rápidas”. Exactamente qué tipo de comidas. “mazorcadas es una mazorcada, es una comida rápida”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Muy bien, esa formación empresarial de su familia que tiene que ver con el trabajo de mazorcadas les nació a ellos o ellos desde atrás.

Juan Sebastián Acosta Plata: “No, nosotros la trajimos acá a Villavicencio, fue una idea que, trajimos de otros lados del país y la acoplamos, les metimos nuestro toque para que pudiera tener un impacto en el mercado”.

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: Ósea que el negocio de ustedes es el primero que ofrece ese producto acá en Villavicencio.

Juan Sebastián Acosta Plata: “sí, si señora lo tenemos hace nuevo años”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Donde están ubicados.

Juan Sebastián Acosta Plata: “en la octava etapa de la esperanza.” Subiendo a mano izquierda eso es de ustedes que bueno, yo me la paso mucho por ahí.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Le preguntamos Juan Sebastián usted recibió algún tipo de formación empresarial en el bachillerato.

Juan Sebastián Acosta Plata: “No, no señor”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Ningún tipo, que bachillerato adelanto usted.

Juan Sebastián Acosta Plata: “hasta sexto de bachillerato”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Pero bachillerato académico.

Juan Sebastián Acosta Plata: “sí académico, si no era técnico”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Cuando la Universidad Santo Tomás través del programa de Contaduría Pública le da su primera formación empresarial?

Juan Sebastián Acosta Plata: “creo que fue en cuarto semestre que vimos una clase que se llamaba Emprenderismo donde veíamos experiencias de empresas exitosas donde mirábamos el proceso que llevaron para tener éxito en el mercado”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Y su primera participación en una muestra empresarial cuando se da?

Juan Sebastián Acosta Plata: “creo que fue en quinto semestre donde hicimos un producto para llevarlo a una muestra empresarial en el centro comercial único donde teníamos la posibilidad de vender nuestro producto y lanzarlo al mercado”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Porque razón no aprovecha esa muestra empresarial y trae el producto de su familia.

Juan Sebastián Acosta Plata: “porque pues no me pareció prudente y queríamos con el grupo intentar innovar en un producto diferente”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Con que producto participaron?

Juan Sebastián Acosta Plata: “un producto de madera que era de artesanía y decoración donde nosotros le poníamos un toque la pintábamos hacíamos la transformación del producto y ahí empezamos.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Qué experiencia le quedo de esta participación?

Juan Sebastián Acosta Plata: “pues pudimos identificar algunos errores que tuvimos y algunas ventajas que ofrece la Universidad en ese aspecto que estuvimos en un centro comercial ver como se mueve el mercado y algunos errores que no estuvimos bien preparados para lanzar el producto, pues con base en esas fallas podemos mejorar y lanzar el producto.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Juan Sebastián ¿usted considera que esta cátedra de Emprenderismo mejoro su formación y espíritu empresarial?

Juan Sebastián Acosta Plata: “pues yo pienso que si porqué a uno le da las herramientas para ver experiencias diferente y para poder ver las fallas que tuvieron esas personas y poder uno mejorar, ver un espejo en el producto de uno y poder mejorar las fallas que uno tenga con base en esas fallas que tuvieron esas grandes empresas.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Que considera usted con respecto con la nota que se da en Emprenderismo, es muy importante para que el estudiante participe en ese evento?

Juan Sebastián Acosta Plata: “pues la nota me parece que pasa hacer un segundo plano porque uno lo que busca con esa materia es poder innovar, le dan una formación de idea de negocio, .mas no uno no lo ve como una nota académica si no una oportunidad que le da el docente para realizar una idea de negocio.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Cuando usted hizo la participación de la muestra empresarial usted podía vender?

Juan Sebastián Acosta Plata: “sí señor uno interactuaba con las personas y podía venderles el producto podía explicarles, dar publicidad ósea vendimos una marca.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Si lo hubiesen tomado como una rueda de negocios hubiese tenido la misma experiencia simplemente mostrar el producto sin tener contacto directo con la gente.

Juan Sebastián Acosta Plata: “No pienso que no, la clave está en interactuar con el cliente porque es algo más personalizado y la persona puede entender como ha sido la transformación del producto y puede gustar mejor.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Juan Sebastián esta pregunta es muy importante para la investigación que nosotros adelantamos, ¿ha vuelto a tener experiencias relacionadas con actividades empresariales, diferentes a las de su familia?

Juan Sebastián Acosta Plata: “sí, sí señor en este momento estamos viendo una clase en donde intentamos sacar al mercado una marca donde también vamos hacer una muestra empresarial y a innovar con los productos”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Cuál es esa asignatura. “mercadeo y publicidad y pues nos da la oportunidad”. ¿Usted considera que eso afianza la primera asignatura?

Juan Sebastián Acosta Plata: “sí claro, la primera asignatura no dio una base y esta de mercadeo no da un refuerzo para impactar más en el mercado”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Que recuerda como positivo y negativo en las muestras empresariales?

Juan Sebastián Acosta Plata: “como positivo que podemos ver cuales mercados son más atractivos para las personas acá en Villavicencio y cuáles no, entonces ya uno tiene la idea de cuales productos van con más éxito para el mercado y las desventajas pues que nos falta más preparación y nos falta capital económico porque para hacer un producto interesante la idea es hacerlo con ayuda económica.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: Juan Sebastián, en lo que usted ha estado en la facultad de contaduría usted considera que el plan de estudios es suficiente con lo que tiene que ver con el incentivo y formación empresarial.

Juan Sebastián Acosta Plata: “yo pienso que hace falta reforzar en el ámbito de crear empresa en el pensum de contaduría porque hay unas materias que lo enfocan en la parte teórica y de la carrera y no hay una materia que lo enfoque a la creación de empresa.”

Naur Francisco Parrado Mantilla: ¿Usted considera que eventualmente la Universidad le podía ayudar apoyar su labor económicamente, que piensa ante una posibilidad de apoyo económico?

Juan Sebastián Acosta Plata: “No pues yo pienso que los estudiantes tiene que ser más serios y tiene que presentar un proyecto que de verdad la universidad piense que tenga un impacto en la sociedad y que puedan contribuir para que puedan ayudar económicamente y se ayudan económicamente sería perfecto porque nos daría un empujón y pues la universidad también se podría beneficiar”.

Naur Francisco Parrado Mantilla: Juan Sebastián gracias le agradecemos de parte del equipo nuestro para esta labor que estamos adelantando en la maestría, muy amable.

Juan Sebastián Acosta Plata: Gracias a ustedes.

ENTREVISTA Lina Marcela Martha

Entrevistador: *Yuly Alejandra Perilla Jiménez*

Entrevistado: *Lina Marcela Martha*

Duración de la entrevista: 6 minutos con 32 segundos

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: Recibió formación empresarial en el bachillerato?

Lina Marcela Martha: Manejamos más que todo lo que era comercial en cuanto a contabilidad y cosas así, una que otra muestra si se hacía en el colegio.

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: Y en la Universidad?

Lina Marcela Martha: En la universidad manejamos como hasta quinto semestre muestra empresarial

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: ¿La muestra empresarial que acercamiento a esta parte empresarial en tu vida que has llevado que grado de importancia tiene?

Lina Marcela Martha: Aunque es un ejemplo de montar empresa porque obviamente no lo es... Lo que ayuda es a ponerte en los zapatos y decir tengo que sacar los costos, tengo que ver el punto de equilibrio, que tan rentable es, como podemos llevar la idea adelante, tenemos que hablar de publicidad, todo ese tipo de cosas, entonces es bueno porque tú te empapelas en lo que es una empresa y en lo que quieres llegar a ser.

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: ¿La participación en la muestra empresarial dentro de la formación se hizo para obtener la nota, o simplemente por cumplir el requisito o crees que la amuestra empresarial genera un impacto dentro de la formación?

Lina Marcela Martha: Pues Bueno... Para algunas personas en una nota, para otras personas es desarrollar su idea, es dependiendo de la forma que se vea, entonces en esa vez yo la desarrolle de un producto alimenticio pero no era nada que ver, pero como yo les digo ósea en ese momento uno puede decir quiero saber que es la nota, quiero pasar el semestre, pasar la materia pero uno va aprendiendo e identificando cada cosa, y es muy bueno porque cuando tú quieres montar te negocio, tú dices mira yo una vez hice una muestra me tuvo que pasar esto, esto, esto, tuve que hacer un organigrama, tuve que armar todo lo que tiene que ver con la empresa.. Si es bueno...no es solo decir que es solo una nota porque el día de mañana si te va a servir.

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: Ha vuelto a tener experiencia relacionada con la actividad empresarial? Continúa con el negocio?

Lina Marcela Martha: Es totalmente claro... el negocio viene iniciándose de tres a cuatro años y es una idea de negocio nueva que no se tenía en el mercado por lo menos en Villavicencio en el departamento del Meta.

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: ¿como ha sido es acogida de una idea nueva de negocio, una idea emprendedora un lugar de onces un producto nuevo en el mercado digamos del llano que no es tan conocido como lo ha recibido el público?

Lina Marcela Martha: Pues yo creo que todo es un proceso ya sea conocido o no es un proceso donde tú te das a conocer ante la gente, le das a conocer la calidad del producto, le das a conocer el lugar, das a conocer la atención, todo es tipo de cosas hemos pasados de no tener nada a tener mucho, ya la gente nos ha empezado a conocer se ha tratado de tener mucho ayuda de

redes sociales. Ya hay una aceptación, y hay una voz a voz entre todas las personas que no nos conocen y las personas que si nos conocen entonces ya mucha gente nos identifica y les gusta lo que nosotros hacemos.

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: Respecto a la muestra ¿qué recuerdas tú de positivo y negativo de la experiencia de la muestra empresarial?

Lina Marcela Martha: A pesar que uno en la muestra se supone que desde el comienzo de la materia le dicen mira tú vas a desarrollar un producto o vas a tener que hacer una idea uno siempre deja todo para lo último entonces como que cuando llegar el momento uno dice no tengo nada no tengo espacio no sé qué voy a hacer he cambiado de proyecto 3.4.5 veces entonces eso es como lo negativo que hay entonces a veces hay problema con la universidad de que las carpas, donde nos vamos a situar como que vamos a hacer eso es como lo negativo

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: Y lo positivo?

Lina Marcela Martha: Lo positivo es que es una forma diferente de compartir, es un trabajo diferente, siempre estar en el salón cansa, siempre la misma clase de dicten hagan ejercicios, es otra forma de aprender más enriquecedora porque tu estas desarrollándola, tú estás haciendo como tal como si fueras a vender un negocio.

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: dentro de la formación recibiste clase de emprendimiento, Emprenderismo?

Lina Marcela Martha: No

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: ¿crees que hizo falta esa cátedra?

Lina Marcela Martha: Pues si iba de la mano con la de proyecto de mercadeo si

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: y en tu formación profesional? Crees que hubiera sido importante tenerla para toda esta parte de negocios que estas desarrollando?

Lina Marcela Martha: Si claro hay muchas cosas que uno no sabe y que le toca averiguar y que en el momento de hacer unos costos, de hacer un manejo de equilibrio, un estudio de mercado y cosas como esas. Así uno diga que la universidad no te enseña todo lo que necesitas, tú te remontas a lo que estudiaste y tratas de ver y decir mira sí. Yo me acuerdo que más o menos enseñaron como estas bases entonces has esto has lo otro, entonces si es importante.

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: considera que si sería bueno que la Facultad, la Universidad revisara su plan de estudios e incentivara la cátedra de emprendimiento?

Lina Marcela Martha: Sí, me parece mejor ser empresario que empleado

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: ¿conoces algún tipo de beneficios que ofrezcan la universidad o entidades donde respalden proyectos de clase?

Lina Marcela Martha: Muchas veces llevaron charlas del Sena o de otro tipo de organización que ofrecían beneficios o ayudas para un aporte inicial, un seguimiento. Eso es lo que me acuerdo que nos dijeron

Yuly Alejandra Perilla Jiménez: listo, buenos muchas gracias.

Lina Marcela Martha: Gracias a ustedes

Anexo 3 Registro Calificado del Programa de Contaduría Pública, Capítulo 4 Contenidos Curriculares

ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE FORMACIÓN

Cuadro N° 11. Organización de las Actividades de Formación

<i>Número de Créditos Académicos:</i>	136
<i>Créditos Obligatorios:</i>	126
<i>Créditos electivos:</i>	10
<i>Número de semanas del periodo lectivo:</i>	16
<i>Número de créditos por áreas y componentes de formación:</i>	
Componente obligatorio - Área económica, 12 créditos - Área contable, 45 créditos - Área matemática, 11 créditos - Área administrativa, 10 créditos - Área jurídica, 20 créditos - Área de sistemas, 6 créditos - Área humanística y social, 28 créditos Componente flexible: - Electiva I, 2 créditos - Electiva II, 2 créditos - Electiva III, 2 créditos - Electiva IV, 2 créditos - Seminario de énfasis (cátedra optativa), 3 créditos	

4.4.1 ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

Cuadro N° 9. Estrategias de Enseñanza

Estrategia	En qué consiste	Proceso cognitivo en el que incide	Efectos esperados en el estudiante
Objetivos o propósitos del aprendizaje	Enunciado que establece condiciones, tipo de actividad y forma de evaluación del aprendizaje del Estudiante. Generación de expectativas apropiadas en los Estudiantes.	Activación de los conocimientos previos	Conoce la finalidad y alcance del material y cómo manejarlo. El Estudiante sabe qué se espera de él al terminar de revisar el material. Ayuda contextualizar sus aprendizajes y a darles sentido.
Resúmenes	Síntesis y abstracción de la información relevante de un discurso oral o escrito. Enfatiza conceptos claves, principios, términos y argumento central.	Promover una organización más adecuada de la información que se ha de aprender (mejorar las conexiones internas).	Facilita el recuerdo y la comprensión de la información relevante del contenido que se va a aprender.
Ilustraciones	Información de tipo introductoria y contextual. Es elaborado con un nivel superior de abstracción, generalidad e	Orientar y mantener la atención	Facilita la codificación visual de la información.

	inclusividad que la información que se aprenderá. Tiende un puente cognitivo entre la información nueva y la previa.		
Organizadores previos	Representación visual de los conceptos, objetos o situaciones de una teoría o tema específico (fotografías, dibujos, esquemas, gráficas, dramatizaciones, etc.)	Para potenciar el enlace entre conocimientos previos y la información que se ha de aprender (mejorar las conexiones externas).	Hace más accesible y familiar el contenido. Elabora una visión global y contextual
Preguntas intercaladas	Proposición que indica que una cosa o evento (concreto y familiar) es semejante a otro (desconocido y abstracto o complejo).	Orientar y mantener la atención.	Permite practicar y consolidar lo que ha aprendido. Resuelve sus dudas. Se autoevalúa gradualmente.
Pistas tipográficas y discursivas	Preguntas insertadas en la situación de enseñanza o en un texto. Mantienen la atención y favorecen la práctica, la	Orientar y mantener la atención.	Mantiene su atención e interés. Detecta información principal. Realiza codificación

	retención y la obtención de información relevante.		selectiva.
Analogías	Señalamientos que se hacen en un texto o en la situación de enseñanza para enfatizar y/u organizar elementos relevantes del contenido por aprender.	Para potenciar el enlace entre conocimientos previos y la información que se ha de aprender (mejorar las conexiones externas).	Comprende información abstracta.
Mapas conceptuales y redes semánticas	Representación gráfica de esquemas de conocimiento (indican conceptos, proposiciones y explicaciones).	Promover una organización más adecuada de la información que se ha de aprender (mejorar las conexiones internas).	Realiza una codificación visual y semántica de conceptos, proposiciones y explicaciones. Contextualiza las relaciones entre conceptos y proposiciones.
Uso de estructuras textuales	Organizaciones retóricas de un discurso oral o escrito, que influyen en su comprensión y recuerdo.	Promover una organización más adecuada de la información que se ha de aprender (mejorar las conexiones internas).	Facilita el recuerdo y la comprensión de lo más importante de un texto.

Fuente: Díaz Barriga, Frida y Hernández Rojas, Gerardo. Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo. McGraw Hill. México. 1999. Pág. 71

De otra parte, siguiendo al mismo autor³, una estrategia de aprendizaje es un procedimiento (conjunto de pasos o habilidades) que un Estudiante adquiere y emplea de forma intencional como instrumento flexible para aprender significativamente y solucionar problemas y demandas académicos.

Las estrategias de recirculación de información se consideran como las más primitivas utilizadas por un Estudiante. Suponen un procesamiento superficial y se emplean para conseguir un aprendizaje al pie de la letra. La estrategia básica es el repaso, el cual consiste en repetir una y otra vez (recircular) la información que se ha de aprender en la memoria de trabajo, hasta lograr establecer una asociación para luego integrarla en la memoria a largo plazo. Las estrategias de repaso simple y complejo son útiles cuando los materiales que se ha de aprender no poseen o tienen escasa significatividad lógica, o cuando tienen poca significatividad psicológica para el Estudiante, de hecho puede decirse que son (en especial el repaso simple) las estrategias básicas para el logro de aprendizajes repetitivos o memorísticos.

Las estrategias de elaboración suponen integrar y relacionar la nueva información que ha de aprenderse con los conocimientos previos pertinentes. Pueden ser de dos tipos: simple o compleja; la distinción entre ambas radica en el nivel de profundidad con que se establezca la integración. También puede distinguirse entre elaboración visual (por ejemplo, imágenes visuales simples y complejas) y verbal-semántica (por ejemplo, estrategia de “parafraseo”⁴, elaboración inferencial⁵ o temática, etc.). Es evidente que estas estrategias permiten un tratamiento y una codificación más sofisticados de la información que se ha de aprender, porque atienden de manera básica a su significado y no a sus aspectos superficiales.

³ Díaz Barriga, Frida y Hernández Rojas, Gerardo. Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo. McGraw Hill. México. 1999. Pág. 115.

⁴ Parafrasear es hacer una paráfrasis, es decir, una explicación o interpretación amplificativa de un texto.

⁵ Inferir se refiere a sacar la consecuencia de una cosa, concluir.

Las estrategias de organización permiten hacer una reorganización constructiva de la información que ha de aprenderse. Mediante éstas es posible organizar, agrupar o clasificar la información, para lograr una representación correcta de la información, explotando ya sea las relaciones posibles entre distintas partes de la información y/o las relaciones entre la información que se ha de aprender y las formas de organización esquemática internalizadas por el Estudiante.

Las estrategias de recuperación de la información son las que permiten optimizar la búsqueda de información que hemos almacenado en nuestra memoria a largo plazo. La estrategia seguir la pista permite hacer la búsqueda de la información repasando la secuencia temporal recorrida, entre la que sabemos se encuentra la información que ha de recordarse. El esquema temporal de acontecimientos funciona como un indicio autogenerado, que tenemos que seguir (hacia delante o hacia atrás) para recordar el evento de nuestro interés. Esta estrategia se relaciona con información de tipo episódica y es útil cuando ha ocurrido poco tiempo entre el momento de aprendizaje o de presentación de la información y el recuerdo. La estrategia búsqueda directa se refiere al establecimiento de una búsqueda inmediata en la memoria de los elementos relacionados con la información demandada. Esta estrategia se utiliza cuando haya pasado más tiempo entre el momento de aprendizaje y el recuerdo.

Cuadro N° 10. Estrategias de Aprendizaje

Proceso	Tipo de estrategia	Finalidad u objetivo	Técnica o habilidad
Aprendizaje memorístico	Recirculación de información	Repaso simple	• Repetición simple y acumulativa
		Apoyo al repaso (seleccionar)	• Subrayar • Destacar • Copiar
Aprendizaje significativo	Elaboración	Procesamiento simple	• Palabra clave • Rimas • Imágenes mentales • Parafraseo

		Procesamiento complejo	• Elaboración de inferencias • Resumir • Analogías • Elaboración conceptual
	Organización	Clasificación de la información	• Uso de categorías
		Jerarquización y organización de la información	• Redes semánticas • Mapas conceptuales • Uso de estructuras textuales
Recuerdo	Recuperación	Evocación de la información	• Seguir pistas • Búsqueda directa

Fuente: Díaz Barriga, Frida y Hernández Rojas, Gerardo. Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo. McGraw Hill. México. 1999. Pág. 119.

Igualmente se han considerado⁶:

1. Solución de casos. Tiene como objetivo acercar una realidad concreta a un ambiente académico por medio de un caso real o diseñado. Tiene como ventajas el ser interesante, se convierte en incentivo, motiva a aprender, desarrolla habilidad de análisis y síntesis, permite que el contenido sea significativo para los Estudiantes. Es útil para iniciar la discusión de un tema, para promover la investigación sobre ciertos contenidos, se puede plantear un caso para verificar los aprendizajes logrados. Se recomienda que el caso sea bien elaborado y expuesto, los participantes deben tener clara la tarea, reflexionar con el grupo en torno a los aprendizajes

⁶ <http://www.sistema.itesm.mx/dide/inf-doc/estrategias/>

logrados. El Docente diseña o recopila el caso, lo presenta, facilita y motiva a su solución. Los Estudiantes serán activos, investigan, discuten, proponen y comprueban sus hipótesis.

2. Método de proyectos. Tiene como objetivo acercar una realidad concreta a un ambiente académico por medio de la realización de un proyecto de trabajo. Tiene como ventajas: es interesante, se convierte en incentivo, motiva a aprender y estimula el desarrollo de habilidades para resolver situaciones reales. Es recomendable en asignaturas terminales de la carrera; en cursos donde se integran contenidos de diferentes áreas del conocimiento, en cursos donde se puede hacer un trabajo interdisciplinario. Es aconsejable que se definan claramente las habilidades, actitudes y valores que se estimularán con el desarrollo del proyecto; dar asesoría y seguimiento a los Estudiantes a lo largo del proyecto. El Docente identifica el proyecto, planea la intervención de los Estudiantes, facilita y motiva su participación. Los Estudiantes serán activos, investigan, discuten, proponen y comprueban sus hipótesis, practican habilidades.

3. Aprendizaje basado en problemas. Tiene como objetivo el que los Estudiantes deben trabajar en grupos pequeños, sintetizar y construir el conocimiento para resolver los problemas, que pueden ser problemas prácticos o problemas teóricos; en los primeros el Estudiante necesita actuar: ¿cómo construir un modelo del sistema solar?, en los segundos comprender: ¿por qué aumenta el nivel general de los precios? Tiene como ventajas favorecer el desarrollo de habilidades para el análisis y síntesis de información; permite el desarrollo de actitudes positivas ante problemas, desarrolla habilidades cognitivas y de socialización. Es útil para que los Estudiantes identifiquen necesidades de aprendizaje, se aplica para abrir la discusión de un tema, para promover la participación de los Estudiantes en la atención a problemas relacionados con su área de especialidad. Se recomienda generar en los Estudiantes disposición para trabajar de esta forma, retroalimentar constantemente a los Estudiantes sobre su participación en la solución del problema, reflexionar con el grupo sobre las habilidades, actitudes y valores estimulados por la forma de trabajo. El Docente presenta la situación problemática; ejemplifica, asesora y facilita; toma parte en el proceso como un miembro más del grupo. Los Estudiantes juzgan y evalúan sus necesidades de aprendizaje, investigan, desarrollan hipótesis, trabajan individual y grupalmente en la solución del problema.

4. Panel de discusión. Tiene como objetivo dar a conocer a un grupo diferentes orientaciones con respecto a un tema. Tiene como ventajas el recibir información variada y estimulante, motivante, estimula el pensamiento crítico. Se aplica para contrastar diferentes puntos de vista con respecto a un tema; cuando se quiere motivar a los Estudiantes a investigar sobre contenidos del curso. Se recomienda aclarar al grupo el objetivo del panel y el papel que le toca a cada participante, hacer una cuidadosa selección del tema en el panel y de la orientación de los invitados, el moderador debe tener experiencia en el ejercicio de esa actividad. El Docente es el moderador, facilitador del proceso, neutral. Los Estudiantes atentos a la información, inquisitivos y analíticos.

CONTEXTOS DE APRENDIZAJE

CONTEXTOS POSIBLES DE APRENDIZAJE PARA EL DESARROLLO DEL MODELO PEDAGÓGICO, LAS ESTRATEGIAS Y EL LOGRO DE LOS PROPÓSITOS DE FORMACIÓN.

Contexto⁷, también se conoce como situaciones problemáticas, se refiere a los ambientes que rodean al Estudiante y que le dan sentido a lo que aprende, tales como las condiciones sociales, económicas y culturales tanto locales como nacionales o internacionales, los intereses que se generan, así como las creencias, se tienen en cuenta en el diseño y ejecución de experiencias educativas.

Al considerar las situaciones que se viven como problemáticas, ya sea en el Estudiante, en la Universidad, en la empresa, en el entorno de la Universidad o de otro contexto cultural (siempre y cuando genere inquietudes, despierte el interés de los Estudiantes), logra comprometer dos aspectos fundamentales: lo afectivo (porque le interesa al Estudiante) y el proceso de aprendizaje (procesos mentales que se quieren desarrollar).

Las situaciones problemáticas posibilitan plantear preguntas y reflexionar sobre teorías, leyes, modelos que está trabajando el Estudiante y que tienen sentido para él, ya que se refieren a situaciones reales y que lo afectan en algún grado.

⁷ Quintana Lozano, Juan Humberto. Plan de Estudios Fundamentado en Competencias. Documento de Trabajo. Universidad de la Salle. Sin fecha, pág. 35.

Los contextos de donde surgen las situaciones problemáticas son:

- El medio físico: el entorno, la empresa, el barrio, el municipio, el país, el mundo.
- El contexto disciplinar: entendido como la reconstrucción de los diferentes problemas que ha tenido que abordar la disciplina contable, así como las que tienen relación con ella, para producir saber. Sólo tiene sentido retomar estos problemas, si se logra que el Estudiante se involucre afectivamente, se interese y se motive.
- El contexto interdisciplinario: ya sea como proyecto de investigación, de grado o como proyecto de aula, pone en común espacios que facilitan el diálogo entre los diferentes saberes y forma a los Estudiantes con otras perspectivas; desde los proyectos de investigación se trabaja actualmente con grupos de Docentes de distintas disciplinas.

Anexo 4 Plan Analítico del Programa de Contaduría Pública

Plan Analítico del Programa Académico

1. IDENTIFICACIÓN

DIVISIÓN	FACULTAD	PROGRAMA ACADÉMICO					
Ciencias económicas, administrativas y contables	Contaduría Pública	CONTADURÍA PÚBLICA					
TÍTULO QUE OTORGA	NI VEL DE FORMA CIÓN	A CUER DO DE CREA CIÓN	CÓ DIGO SNIES	RESOLUC IÓN REGISTRO CALIFICADO (N° Y FECHA)	PROGRAMA ACREDITADO (N° Y FECHA)	EXTENSI ÓN (PROGRAMAS DERIVADOS DE ÉSTE, SEDE Y/O SECCIONAL)	
Contador Público	Uni versitario	A cuerdo 08 del 24/04/ 2006	5227 0	Resolucion 4884 del 30 de abril de 2013	El Programa Principal cuenta con Acreditación según Resolución 3021 del 23 de diciembre de 2002 y Renovación de Acreditación según Resolución 4554 del 18 de julio de 2008 del Ministerio de Educación Nacional	(somos extendidos de Bogota)	

2. JUSTIFICACIÓN

Pertinencia del programa académico en el contexto internacional, nacional local e institucional.

El programa de formación que se ofrece en Contaduría Pública la Universidad Santo Tomás en Villavicencio es pertinente en la medida en que al analizar lo que ocurre en 19 programas académicos en el área tanto en el nivel nacional como internacional, se evidencia la existencia de aspectos comunes de singular importancia, referidos principalmente al hecho de compartir como componente de mayor significancia en términos de formación el componente contable, lo que le da

características particulares profesionales propias, seguido por el jurídico, aspecto coherente con la tendencia del ejercicio contable en el país y de uso internacional donde se denotan fuertes regulaciones que se dan tanto en materia económica, como comercial, laboral, fiscal y tributaria.

Igualmente, se propone un componente importante en ciencias básicas referidas a las matemáticas, fundamentales en la construcción de pensamiento y habilidades que soporta el desarrollo del profesional contable.

Igual sucede con el componente flexible que se evidencia en la mayoría de programas, donde se proponen un número importante de espacios de formación que le permiten al estudiante desarrollar su conocimiento en componentes que le favorezcan más a su preferencia profesional, así como a los requerimientos que el ambiente de negocios le requieran.

Así mismo sucede con los espacios de formación en materia humanística, que se desarrollan de forma fuerte en aquellos programas que como el de la Universidad Santo Tomás, tiene un alto contenido filosófico y humanístico, junto con fundamentos de pensamiento y sentido de carácter religioso.

A nivel regional, en la Orinoquia se tienen 7 universidades que junto con la Santo Tomás, ofrecen el programa de formación, 6 de las cuales tienen sede en Villavicencio y la otra en Yopal. La Santo Tomás comparte con ellas la profundidad en el ofrecimiento de áreas específicas del programa, áreas de ciencias básicas, así como del componente humanista.

En lo que tiene que ver con la pertinencia del programa en la región se tiene que en la Orinoquia Colombiana se está centrando por lo menos el 22% de la inversión del país y el nivel de crecimiento en el registro de empresas en la región ha subido en términos absolutos a una rata del 3,4% en los últimos 3 años, lo que significa requerimiento de personal profesional que las soporte en términos contables y,

además, que conozca de las realidades de la región. Esto, porque en escenarios de globalización, crecimiento en presencia de empresas, apertura de mercados, generación de alianzas estratégicas, se hace menester la participación del contador público, como sujeto trascendental, en el sentido de ser orientador de la información económica y social de las organizaciones, que garanticen la fe pública y le generen confianza a los grupos de interés en los negocios, en la sociedad y en los entes reguladores.

Finalmente, la articulación entre el programa y la filosofía institucional es bien marcada pues se tiene que existe plena correspondencia en tanto que es coherente con el PEI dado que referencia la actividad de formación construida a la luz del pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás, enfocada a la búsqueda de la excelencia de personas formadas integralmente, la identificación de una comunidad académica comprometida con su auto – formación y la generación de propuestas de interés y utilidad para el país. Soportado esto en un ejercicio donde se propone el currículo y los procesos que lo embargan en permanente transformación y evaluación.

3. SELLO DISTINTIVO DEL PROGRAMA ACADÉMICO

Valor agregado del programa en comparación con otros programas a partir del estudio del estado de formación a nivel local, nacional e internacional y producto del estudio de pertinencia del mismo.

El Contador Público de la Universidad Santo Tomás tiene alta calidad académica fundamentada en formación integral con conciencia social, que lo hace un profesional habilitado para responder ética, creativa y críticamente a exigencias de la vida, aportando soluciones a problemáticas y necesidades de la sociedad.

La formación integral sustentada en procesos de enseñanza propios de sus campos de acción y en concordancia con los preceptos éticos desarrollados a partir del pensamiento humanista cristiano, promueve la participación del como agente activo en el desarrollo de las organizaciones, la revitalización de la confianza pública y el desarrollo del país, teniendo en cuenta las condiciones particulares del campo de acción del Contador Público

y su responsabilidad social, fundado en la confianza a partir de su ejercicio profesional, tanto en el sector público como en el privado.

La formación integral se sustenta en una educación de carácter científico, investigativo, técnico y profesional, fundamentada en la concepción filosófica cristiana humanista, que forja la caracterización del contable como líder transformador, con alto sentido crítico y comprometido en forma ética con el desarrollo social.

En procura de alcanzar sus objetivos del programa, la estructura académica se concibe acorde a las necesidades de formación del futuro profesional de la Contaduría Pública, teniendo en cuenta además los requerimientos que se generan paralelamente con los crecientes cambios en los ámbitos económicos, políticos y sociales.

De esta forma, el Programa incorpora en su currículo, espacios académicos para el desarrollo de competencias requeridas de conformidad con las tendencias tanto disciplinares como profesionales y para responder a las necesidades sociales desde la propuesta del proyecto educativo institucional, buscando integrar la formación académica, el desarrollo humano, la conciencia social, el espíritu investigativo y la proyección social.

4. PERFIL DE EGRESO

Con base en las Dimensiones de la Acción Humana (comprender, obrar, hacer y comunicar), describir los atributos que el egresado estará en capacidad de mostrar en cuanto a la esencia del ser, por lo cual debe responder a la pregunta ¿quién es el egresado tomasino?

Los atributos del comprender están vinculados con los referentes disciplinario y social al responder a la pregunta ¿Qué debe saber el egresado?

Los atributos del hacer están relacionados con los referentes profesional y social cuando responden a la pregunta ¿Qué debe saber hacer el egresado?

Los atributos del obrar y el comunicar se vinculan con los referentes institucional y social al responder a la pregunta ¿Para qué y para quién debe saber y saber hacer el egresado?

El contador público de la Universidad Santo Tomas debe conocer los principios, conceptos

lenguajes y métodos de las diversas ciencias que soportan el ejercicio profesional específico, re contextualizados de acuerdo con los propósitos de formación, así como tener dominio de los conocimientos, lenguajes y prácticas específicas como profesional de la contaduría; conocimientos y habilidades básicas para la investigación; capacidad para innovar y proponer soluciones a problemas teórico - prácticos a partir de la aplicación del conocimiento en contextos específicos y tener comprensión de la realidad desde la complejidad.

Debe estar en capacidad de desarrollar actividades relacionadas con la ciencia contable en general así como todas aquellas que se relacionen con dar fe pública respecto de información económica y social de las organizaciones, especialmente las que impliquen organización, revisión y control de contabilidades, certificados y dictámenes sobre estados financieros, certificaciones que se expidan en fundamento en libros de contabilidad, revisoría fiscal, prestación de servicios de auditoría, así como todas aquellas actividades conexas con la naturaleza de la función profesional del contador público, tales como la asesoría tributaria, la asesoría gerencial, en aspectos contables y similares.

Además, es un profesional que está en capacidad de presentar informes sobre el desempeño financiero, gestionar y asegurar la información, así como procurar con su actuar profesional responder de manera efectiva a las nuevas condiciones del entorno cuando le exige adentrarse en manejo de normatividad contable, financiera y de auditoría en lenguaje y concepción internacional (NIC – NIIF – NIA). Dominio de lenguajes específicos de intervención profesional; capacidad para presentar proyectos y para expresarse con claridad, así como capacidad para el trabajo en equipo.

5. ARTICULACIÓN DEL PROGRAMA

¿Cómo se articula el programa con los programas posgraduales de la facultad y de otras facultades? ¿De qué manera las líneas de investigación se constituyen en medio de articulación? ¿Cómo se articula el programa con los pregrados de la facultad y afines?

En la Universidad Santo Tomás Sede Villavicencio no se tienen programas ofertados directamente desde la Facultad De Contaduría a nivel postgradual.

Se tiene a nivel local la Especialización Gerencia Empresarial soportada por el programa de

Administración de Empresas Agropecuarias, donde el perfil del profesional en Contaduría Pública puede desempeñarse muy bien, dado el énfasis administrativo, contable y jurídico que se tiene en el programa.

Al hacer una revisión de las condiciones en las que opera la Sede de Bogotá, se tiene que los egresados del programa tienen competencias de formación que les permiten acceder a los siguientes programas:

I. DIVISION DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

1. Maestría en administración – MBA, sea apuntándole al énfasis en gerencia estratégica o en el énfasis de finanzas.
2. Especialización en finanzas
3. Especialización en gerencia empresarial
4. Especialización en Auditoría tributaria
5. Especialización en Auditoría en Sistemas

II. DIVISION DE INGENIERIAS

1. Maestría en Calidad y Gestión Integral
2. Especialización en Administración y Gerencia de Sistemas de Calidad

En lo que tiene que ver con las líneas de investigación como medios articuladores, se tiene que la Facultad ha sido cuidadosa al elegir las 5 líneas de investigación activas, que seguidamente se relacionan, pues cada una de ellas procura atender a cada uno de los ejes problemáticos sobre los que se pretende soportar el proceso formativo, así como el hecho de proponerlas como ambientes donde, con la visión transdisciplinar, multidisciplinar e interdisciplinar se procura trabajar con profesionales de otros perfiles en función de aportar a sus construcciones desde la contaduría y de que construyan el pensamiento contable :

1. Contabilidad: disciplina, epistemología y educación contable
2. Teoría y política tributaria
3. Desarrollo sostenible
4. Economía y finanzas
5. Auditoría, control y aseguramiento de la información

El Programa igualmente, está perfectamente articulado con la facultad en la Sede Bogotá con quien se puede hacer movilidad directa de los estudiantes y a nivel local, se tiene que en áreas como las económicas, administrativas, así como las electivas de emprendimiento y responsabilidad social, se pueden tomar con otros programas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, como ocurre con las experiencias que se han dado ya con el programa de Negocios Internacionales y de Administración de Empresas Agropecuarias.

6. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

A partir del enfoque y diseño curricular esquematice la estructura del plan de estudios (ciclos, áreas de formación, módulos, espacios académicos, campos de formación, entre otros).

La estructura del plan de estudio a nivel de la Sede principal no se ha modificado aun cuando en estos periodos ya se han venido haciendo acercamientos a nivel de decanos para proceder a hacer los ajustes que se requieran.

Primer semestre	Segundo semestre	Tercer semestre	Cuarto semestre	Quinto semestre
Introducción a la contaduría	Teoría y Práctica Contable I	Teoría y Practica Contable II	Teoría y Práctica Contable III	Teoría y Práctica Contable IV
Matemáticas I	Matemáticas II	Matemáticas III	Estadística	Economía III
Economía I	Derecho I	Administración de Empresas I	Administración de Empresas II	Administración de Empresas III
Filosofía Institucional	Economía II	Electiva I	Derecho II	Derecho III
Cultura Física	Ingles I	Antropología	Electiva II	Electiva III
Metodología e Inducción		Ingles II	Inglés III	

Sexto semestre	Séptimo semestre	Octavo semestre	Noveno semestre	Decimo semestre
Teoría de costos I	Teoría de Costos II	Auditoria I	Auditoria II	Revisoría Fiscal
Fundamentos de Mercados	Matemáticas Financieras	Presupuestos: elaboración y control	Finanzas Privadas	Proyectos, elaboración y control
Régimen Tributario I	Régimen Tributario II	Régimen Tributario III	Economía colombiana e internacional	Análisis financiero
Electiva IV	Derecho Laboral	Cultura Teológica	Filosofía política	Sistemas V
Epistemología	Sistemas III	Sistemas IV	Seminario de Énfasis	Ética
Ingles IV	ingles V	Metodología de la Investigación		

7. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Duración del Programa – Periodos Académicos establecidos para el cumplimiento regular del Plan de Estudios.	10 Semestres
--	------------------------

Problematización del Saber Preguntas problematizadoras planteadas desde la construcción curricular (Se sugieren preguntas por programa/ módulos/ áreas de conocimiento/ áreas de formación/ campo de conocimiento, según el diseño curricular implementado). Enunciar y describir de manera sucinta los núcleos problemático emergentes.
El Contador Público debe orientar sus conocimientos técnicos a satisfacer las necesidades estratégicas del país, las cuales están relacionadas con las actividades sociales, culturales y políticas que afectan su quehacer profesional, para responder efectivamente a éstas demandas ; el currículo de la Facultad de Contaduría Pública tiene espacios orientados a formar a los

estudiantes de una manera integral lo cual les permite conocer las necesidades y movimientos sociales y las demandas del mercado laboral de acuerdo al desarrollo de la economía nacional e internacional, existen también espacios orientados a fortalecer la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos de enseñanza y aprendizaje lo cual permite conocer a los estudiantes los avances tecnológicos propios de su formación profesional, en todas las asignaturas se contempla un componente de investigación formativa que responde a las demandas del desarrollo económico – social del país y que se consolida como una herramienta que fortalece el desarrollo de la innovación de conocimiento en el estudiante y le permite conocer los estilos imperantes de interacción y desarrollo en contextos internacionales.

En este sentido, se pueden presentar como soportes de construcción de conocimiento las siguientes preguntas problematizadoras:

1. De qué forma generar un proceso de formación integral que favorezca en el estudiante el sentido de asegurar la transparencia, la utilidad y confiabilidad de la información, así como la generación de confianza pública a través de procesos relacionados con la medición del desempeño contable y financiero de las organizaciones, su interpretación y posibles aplicaciones?
2. Cómo orientar la formación integral para comprender el contexto social, empresarial, legal, económico, político e institucional en que se inscribe el ejercicio profesional de un contador público comprometido con el desarrollo de su profesión y de la sociedad?
3. De qué manera orientar la formación integral que favorezca el conocimiento de lenguajes, técnicas y practicas propias del ejercicio profesional de la contaduría, así como para usar los sistemas de información como soporte para el ejercicio profesional?
4. Como orientar la formación integral para comprender, analizar y evaluar las teorías relacionadas con la contaduría?

COMPONENTES	No. de espacios académicos	No. Créditos	%
-------------	----------------------------------	-----------------	---

COMPONENTE OBLIGATORIO Formación básica general (institucional, ciencias básicas, comunicación oral y escrita, comunicación en lengua extranjera, formación investigativa)	19	37	27,20
Formación Profesional (disciplinar específica) líneas de contabilidad, finanzas, auditoría, tributario, costos, análisis financiero, economía, derecho, administración de empresas	32	89	65,44
COMPONENTE FLEXIBLE Profundización profesional o énfasis, electivas profesionales, cátedras opcionales	5	10	7,36

Descripción de los espacios académicos del Plan de Estudios en el marco del sistema de créditos académicos (el tiempo de trabajo puede tener diferentes acepciones según metodología; en todo caso implica el desarrollo de la autonomía del estudiante).

C ÓDIGO	MÓDULO Y/O CAMPO DE FORMACIÓN Y/O ÁREA DE CONOCIMIENTO	ESPACIO ACADÉMICO	DESCRIPCIÓN DEL ESPACIO ACADÉMICO	Nº DE CRÉDITOS	TIEMPO DE TRABAJO PRESENCIAL HORAS/SEMANA)	TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE (HORAS/SEMANA)
	Contable	Introducción a la contabilidad	Espacio donde se procura introducir al estudiante en los lineamientos básicos: conceptuales, teóricos, técnicos y prácticos, que supone la disciplina contable y el ejercicio de la Contaduría Pública, buscando su relación continua con el contexto y la situación pasada, presente y futura de las organizaciones del país	2	4	2
	Ciencias Básicas	Matemáticas 1	Adentrar al estudiantes en el desarrollo de Lograr en los estudiantes el alcance de habilidades matemáticas para la solución de problemas en diferentes problemas de la vida real, mientras maneja el lenguaje matemático	2	4	2

	Económico	Economía 1	Espacio que le permite al estudiante conocer, analizar e interpretar los principios fundamentales teórico-prácticos de la Economía, su interrelación y la influencia en la sociedad, según los sistemas económicos, dentro de la percepción histórica y futurista en una economía abierta	3	4	5
	Institucional 1	Filosofía Institucional	Conocer y hacer reflexión de la filosofía institucional de la USTA como herramienta para constituir un pensamiento filosófico, ético, político, cultural y social que sirva para afrontar la realidad como estudiante, profesional y como ciudadano.	3	4	5
	Institucional 1	Cultura Física	Contribuir al desarrollo integral de los estudiantes tomasinos que cursan la cátedra, generando en ellos hábitos y conocimientos sobre su condición física y estilos de vida saludables.	0	4	0
	Función investigativa	Metodología e inducción	Introducir al estudiante en los lineamientos básicos de la formación integral del profesional Tomasino, así como, desarrollar y/o consolidar en el estudiante hábitos y habilidades propias de su quehacer académico, las cuales le ayuden para un óptimo desempeño, a través de la apropiación de técnicas de estudio, de aprendizaje y de investigación.	2	4	
	Contable	Teoría y Práctica Contable I	Conocer el marco conceptual nacional e internacional de los principios en que se fundamenta la contabilidad, las normas que la regulan, la clasificación y el manejo contable de las distintas cuentas que conforman el Balance General y el Estado de Resultados. Así como el efecto en los mismos de diferentes transacciones	4	8	4
	Ciencias Básicas	Matemática II	Fundamentar y ampliar los conocimientos del cálculo en variables como una herramienta matemática que permite interpretar, modelar y resolver problemas que involucren conceptos geométricos, físicos y económicos.	2	4	2

			Entre de las aplicaciones del cálculo a estas ciencias se encuentra la optimización de las funciones de costos, ingresos, utilidad y producción entre otras.			
	Jurídica	Derecho I	Fortalecer las competencias desarrolladas por los alumnos en su proceso de formación en el campo jurídico a partir del estudio de las normas básicas del derecho, talleres y servir de base en proceso de aprendizaje de nuevos temas jurídicos	2	4	2
	Económica	Economía II	Conocer e interpretar los conceptos y teorías microeconómicas básicas para analizar la maximización de la satisfacción del consumidor, así como del beneficio de la empresa, aspectos que le permitirán tomar acertadas decisiones a nivel de la empresa como Contador Público	3	4	5
	Lengua extranjera	Inglés I	Desarrollar las herramientas básicas funcionales y lingüísticas para mejorar las cuatro habilidades comunicativas del idioma inglés en situaciones cotidianas Suministrar a los estudiantes las estrategias de lectura para poder entender textos acerca de su campo de estudio.	1	3	0
	Contable	Teoría y Práctica contable II	Conocer el marco conceptual, normativo y técnico relativo a los ciclos de financiación e inversión de los entes económicos. Igualmente, lo relacionado con cuentas de orden. Además desarrollar conocimientos de investigación aplicados a la materia	3	4	5
	Ciencias Básicas	Matemáticas III	Proporcionar al estudiante herramientas para el planteamiento, interpretación y los de modelos cuantitativos indispensables para la toma de decisiones, que coadyuven en el mejoramiento de la productividad organizacional, a partir de los análisis de resultados obtenidos tanto en procesos mecánicos como en procesos automatizados con aplicaciones de	2	4	2

			paquetes computacionales y entrenamiento en la construcción de problemas de aplicación			
	Administrativas	Administración de empresas I	Desarrollar las Competencias Básicas Administrativas, que posibiliten al Contador Público comprender el Desarrollo del Pensamiento Administrativo, así como proporcionar una visión general de la Función Administrativa, dentro de la Organización	2	4	2
	Flexible	Electiva I - RSE	Favorecer el desarrollo de habilidades analíticas y reflexivas que permitan conocer e interpretar las condiciones teórico – prácticas de la responsabilidad social empresarial así como de los ambientes de validación que se tienen de esta apuesta empresarial	2	4	2
	Institucional	Antropología	Conocimiento y reflexión del estudio integral del hombre que permita indagar en las diferentes dimensiones: cultural, social, política, teológica, filosófica, forense, lingüística como elementos primordiales en la relación consigo mismo y con el otro	3	4	5
	Lengua Extranjera	Inglés II	Desarrollar las herramientas básicas funcionales y lingüísticas para mejorar las cuatro habilidades comunicativas del idioma inglés en situaciones cotidianas. Suministrar a los estudiantes las estrategias de lectura para poder entender textos acerca de su campo de estudio	1	3	0
	Contable	Teoría y Práctica contable III	Entender qué son los estados financieros y cuáles son sus objetivos. Identificar los diferentes elementos que conforman los estados financieros básicos Aprender a estructurar los cinco estados financieros de propósito general y sus notas	3	4	5
	Ciencias básicas	Estadística	Proporcionar al estudiante los métodos y procedimientos estadísticos que le permitan al profesional analizar e	2	4	2

			interpretar fenómenos económicos, administrativos, financieros y contables, mediante el uso de la Estadística descriptiva en procesos como el análisis e interpretación de datos, la representación gráfica de esos datos y las nociones básicas de probabilidades			
	Administrativa	Administración de empresas II	Comprender la importancia del Proceso Administrativo para la competitividad de las organizaciones en un ambiente económico globalizado y cambiante.	2	4	2
	Jurídica	Derecho II	Dar al estudiante cimientos sólidos y eficientes en materia de asuntos comerciales, proporcionarle un esquema conceptual que le permita conocer las distintas instituciones que la comprenden, descubrir y aplicar los principios a las distintas variables que se les presenten, acceder a las nuevas orientaciones en el campo mercantil y predecir los nuevos rumbos que desde ya se perfilan en los asuntos contables de las tendencias societarias del mañana	2	4	2
	Flexible	Electiva II – (Gestión de calidad)	Desarrollar en el estudiante un análisis cualificado entorno a la problemática de la estructura organizada de las empresas y de un SGC, desde una perspectiva de calidad a fin de propiciar la formación de una visión holística de su entorno y de su práctica profesional	2	4	2
	Lengua Extranjera	Inglés III	Desarrollar las herramientas básicas funcionales y lingüísticas para mejorar las cuatro habilidades comunicativas del idioma inglés en situaciones cotidianas Suministrar a los estudiantes las estrategias de lectura para poder entender textos acerca de su campo de estudio	1	3	0
	Contable	Teoría y Práctica contable IV	Tener el conocimiento y las competencias necesarias para consolidar los estados financieros de un Grupo Económico y reportar estados financieros a moneda extranjera	3	4	5
	Administrativa	Administración	Caracterizar el proceso gerencial,	3	4	5

	iva	de empresas III	como mecanismo de hacer competitivas a las Organizaciones			
	Jurídica	Derecho III	Conocer el aspecto de los principales contratos tanto comerciales, como de los civiles que dieron pie al desarrollo de aquella actividad contractual especializada, de tal forma que en el futuro ya como profesional, pueda participar activamente no sólo desde el aspecto netamente contable, sino aún más, basado en el conocimiento adquirido, pueda contribuir a la celebración de estos contratos y a la obtención de óptimos resultados.	3	4	5
	Económica	Economía III	Conocer, identificar, analizar, interpretar e interrelacionar las principales variables macroeconómicas y su comportamiento teniendo en cuenta la política macroeconómica adoptada por las respectivas autoridades, sus efectos y resultados dentro de un modelo de economía abierta, con el fin que el estudiante adquiriera las competencias necesarias para comprender y evaluar los informes económicos de los entes nacionales e internacionales tanto públicos como privados y multilaterales, para la adecuada toma de decisiones en las Organizaciones	3	4	5
	Flexible	Electiva III – TALLER CONTABLE	Conocer la estructura, funcionamiento y procesos sobre los cuales se soporta la contabilidad General a través del software contable (en lo relacionado con el manejo de soportes, registros, procesos y resultados que se obtienen con su manejo), convirtiéndose en una herramienta fundamental de la gestión empresarial privada y pública	2	4	2
	Contable	Teoría de Costos I	Estructurar los conceptos fundamentales sobre los cuales se soporta la contabilidad de gestión (en lo relacionado con su primer etapa, la contabilidad de costos), convirtiéndose en una herramienta fundamental de la gestión empresarial privada y pública.	3	4	5

			Diseñar, implementar, administrar y controlar un sistema de contabilidad de costos fundamentado en la acumulación por órdenes específicas de producción			
	Administrativa	Fundamentos de Mercadeo	Proporcionar los conocimientos modernos, fundamentales y actuales de la mercadotecnia, a través de los conceptos tales como: creatividad, innovación, cliente, creación de valor, calidad, servicio, producto, precio, distribución, comunicaciones, posicionamiento, competencia, enfoque estratégico, etc	3	4	5
	Contable	Régimen Tributario I	Fomentar en el alumno herramientas de juicio necesarias que contribuyan a dar a conocer, analizar, evaluar y comprender de una manera eficiente, la incidencia económica y financiera del impuesto sobre la renta y sus complementarios. Lo cual habrá de permitir ejercer un manejo adecuado del Impuesto sobre la Renta y sus complementarios y de los recursos financieros con que cuenta un ente económico amparado en la normatividad vigente	3	4	5
	Flexible	Electiva IV - EMPRENDIMIENTO	Estimular la creatividad y la competitividad de los estudiantes, sensibilizándolos, orientando e incentivando su espíritu emprendedor, para que pongan en práctica de manera innovadora los conocimientos y habilidades adquiridas, hacia la iniciación y manejo de nuevas empresas o contribuir a mejorar las existentes	2	4	2
	Institucional	Epistemología	Favorece el relacionamiento entre el conocimiento específico de su disciplina con otros campos disciplinares y con diversos problemas sociales contemporáneos, poniendo en práctica el principio tomasino de educación integral	3	4	5
	Lengua Extranjera	Inglés IV	Expresar ideas relacionadas con actividades rutinarias propias de la contaduría pública, debiendo sostener conversaciones simples, describir y	1	3	0

			manejar vocabulario.			
	Contable	Teoría de Costos II	Construir en el estudiante los conceptos fundamentales que la permita implementar diferentes sistemas (procesos) de costos según las necesidades de la empresa, al igual que Construir en el estudiante los fundamentos básicos de la contabilidad de gestión, a través de la conceptualización, análisis, diseño e implementación de bases de costos predeterminados, y de los métodos de costeo directo o marginal.	4	8	4
	Ciencias Básicas	Matemáticas financieras	Lograr que los estudiantes logren reconocer la importancia del conocimiento y la aplicación de los conceptos básicos y las fórmulas matemáticas de la matemática financiera, para la solución de problemas que facilitan el análisis y al toma de decisiones en el campo financiero, personal y empresarial	2	4	2
	Jurídicas	Derecho Laboral	Conocer los derechos y obligaciones que implica la prestación de un servicio personal a un empleador, bajo una dependencia y a cambio de una remuneración. El contador público al finalizar el curso estará en la capacidad de realizar y dar por terminado un contrato de trabajo y liquidar las correspondientes prestaciones. Ser competente en el manejo del derecho laboral	2	4	2
	Contable	Régimen Tributario II	precisar conceptos y profundizar en el análisis y presentación de soluciones para diferentes casos con respecto al Impuesto a las ventas e Impuesto de Industria y Comercio.	3	4	5
	Sistemas	Sistemas III	Lograr la conceptualización básica de los sistemas de información en un ambiente empresarial, así como las diferentes etapas que se requieren para el desarrollo de un sistema de información. Adicionalmente, es muy importante generar cultura de tecnología básica en los estudiantes, teniendo en	2	4	2

			cuenta que los sistemas de información utilizan diferentes tecnologías en la etapa de su análisis y diseño, y su posterior ingreso a producción			
	Lengua Extranjera	Inglés V	Desarrollar las herramientas básicas funcionales y lingüísticas para mejorar las cuatro habilidades comunicativas del idioma inglés en situaciones cotidianas. Suministrar a los estudiantes las estrategias de lectura para poder entender textos acerca de su campo de estudio	1	3	0
	Contable	Auditoría I	conocer los elementos teóricos prácticos de la cátedra, para estar en capacidad de aplicar las metodologías existentes en un proceso de evaluación del control interno e información financiera	3	4	5
	Contable	Presupuesto: elaboración y control	Implementar, analizar y controlar el presupuesto como herramienta de planeación y control de la gestión empresarial y como parte esencial de la contabilidad de gestión, teniendo en cuenta las diferentes metodologías, para cualquier tipo de compañía. De igual forma debe estar en condiciones de hacer un análisis de las variaciones así como de tomar decisiones para corregir las deficiencias que se presenten en su ejecución	3	4	5
	Contable	Régimen Tributario III	Aprender a utilizar las herramientas de determinación y discusión de los impuestos y conocer los deberes formales que son propios de los sujetos pasivos de los impuestos	3	4	5
	Sistemas	Sistemas IV	Desarrollar en los futuros contadores públicos una visión crítica del concepto de Control Interno, de tal manera que estén en capacidad de evaluar y analizar correctamente el ambiente de control y aporten, con criterio profesional, métodos, conceptos y opiniones que fortalezcan el control organizacional como instrumento eficaz de la gerencia y el buen gobierno de las organizaciones	2	4	2

	Institucional 1	Cultura teológica	Abre el espacio para que los estudiantes tengan la oportunidad de analizar y debatir temas concernientes a las grandes problemáticas relacionadas con la Ciencia y la Fe, la Cultura y el fenómeno religioso, la economía y la política frente a las ciencias teológicas y su incidencia en el mundo de la fe. A su vez, se analizan las problemáticas del ser religioso del hombre actual que vive en un mundo tecno-científico y que paradójicamente está resquebrajado y sometido al vaivén de las incertidumbres socio-culturales y al caos de una sociedad cada vez más fragmentada por factores de diversa índole	3	4	5
	Función investigativa	Metodología de la Investigación	Ofrecer elementos de contextualización de los procesos de investigación, tanto en el orden conceptual como metodológico, con el fin de problematizar cuestiones relacionadas con la profesión y la disciplina contables	2	4	2
	Contable	Finanzas Privadas	Generar mediante la interacción docente y estudiante, espacios de construcción de conocimiento alrededor de temáticas relacionadas con la evaluación de la situación financiera de las empresas, de forma que el futuro Contador Público dentro de su ejercicio profesional se encuentre en capacidad de aplicar metodologías de análisis y diagnóstico financiero que le permitan ejercer control, proyectar y tomar decisiones oportunas sobre los recursos económicos empresariales	3	4	5
	Contable	Auditoría II	conocer los elementos teóricos prácticos de la cátedra, para estar en capacidad de desarrollar una auditoría operacional en la organización.	3	4	5
	Económica	Economía Colombiana e Internacional	Conocer, analizar e interpretar los aspectos fundamentales de la economía nacional, teniendo en cuenta el marco histórico, la estructura, la coyuntura y las políticas adoptadas por los recientes gobiernos, para formar criterios que	3	4	5

			permitan al estudiante visualizar las perspectivas y las soluciones frente a los problemas macroeconómicos dentro del esquema de la internacionalización de la economía			
	Institucional 1	Filosofía Política	Contribuye a la Formación Integral del estudiante tomando en la medida que pueda comprender, obrar, hacer y comunicar lo referente al contexto político nacional e internacional	3	4	5
	Flexible	Seminario de Énfasis – (gestión de procesos en la empresa)	Fortalecer las habilidades administrativas, operacionales y financieras de los estudiantes, para mejorar el desempeño profesional del Contador Público	2	4	2
	Contable	Revisoría Fiscal	Identificar y analizar la función de la Revisoría Fiscal en el ámbito de las Empresas obligadas a mantener esta institución con el propósito de coadyuvar en el desarrollo y crecimiento de las mismas desde una óptica de asesoría.	3	4	5
	Contable	Proyectos: Elaboración y control	elaborar y evaluar proyectos desde la perspectiva de inversión, financiación y operación, que permitan la toma de decisiones acertadas en busca de cumplir los objetivos financieros y de gestión de la empresa, utilizando herramientas estadísticas y matemáticas que direccionen las proyecciones de los estados financieros y de los flujos del proyecto de manera articulada con los conocimientos de las áreas de contabilidad financiera, costos, presupuestos y análisis financiero	3	4	5
	Contable	Análisis Financiero	Comprender los conceptos básicos así como los elementos necesarios para una correcta administración de la organización desde el punto de vista financiero.	3	4	5
	Sistemas	Sistemas V (Auditoría de sistemas)	Conocer de la conceptualización básica y la importancia de la Auditoría de Sistemas en un ambiente empresarial, previa nivelación conceptual de la función de Auditoría como órgano de control.	2	4	2

			Adicionalmente, es muy importante generar cultura de tecnología básica en los estudiantes, con el propósito de recalcar que su utilización conlleva la presencia de riesgos que pueden afectar su continuidad.			
	Institucional 1	Ética	Comprender, como competencia básica, pretende que el estudiante, reconozca en su contexto social, local, regional, nacional y mundial algunos problemas relativos a la ética y plantee su postura crítica frente a ellos. Busca fortalecer su capacidad de análisis y crítica de los hechos de la realidad, con sus problemáticas morales y éticas	3	4	5

8. ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LOS EJES TRANSVERSALES INSTITUCIONALES

Tener en cuenta los lineamientos de los Departamentos de Humanidades y Formación Integral, Ciencias Básicas, e Instituto de lenguas, así como las políticas y lineamientos propios de Currículo, Investigación y Proyección Social.

	ESPACIOS ACADÉMICOS	COMPETENCIAS (en el marco de las Dimensiones de la Acción Humana)	DIMENSIONES DE LA ACCIÓN HUMANA			
			HACER	OBRAR	COMUNICAR	COMPRENDER
FORMACIÓN BÁSICA	Matemáticas 1	Adentrar al estudiantes en el desarrollo de Lograr en los estudiantes el alcance de habilidades matemáticas para la solución de problemas en diferentes problemas de la vida real, mientras maneja el lenguaje matemático	X			X
	Matemática II	Fundamentar y ampliar los conocimientos del cálculo en variables como una herramienta matemática que permite interpretar, modelar y resolver problemas que involucren conceptos geométricos, físicos y económicos. Entre de las aplicaciones del cálculo a estas ciencias se encuentra la optimización de las funciones de costos, ingresos, utilidad y producción entre otras.	X			X
	Matemáticas III	Proporcionar al estudiante herramientas para	X			X

		el planteamiento, interpretación y los de modelos cuantitativos indispensables para la toma de decisiones, que coadyuven en el mejoramiento de la productividad organizacional, a partir de los análisis de resultados obtenidos tanto en procesos mecánicos como en procesos automatizados con aplicaciones de paquetes computacionales y entrenamiento en la construcción de problemas de aplicación				
	Estadística	Proporcionar al estudiante los métodos y procedimientos estadísticos que le permitan al profesional analizar e interpretar fenómenos económicos, administrativos, financieros y contables, mediante el uso de la Estadística descriptiva en procesos como el análisis e interpretación de datos, la representación gráfica de esos datos y las nociones básicas de probabilidades	x			x
	Matemáticas financieras	Lograr que los estudiantes logren reconocer la importancia del conocimiento y la aplicación de los conceptos básicos y las fórmulas matemáticas de la matemática financiera, para la solución de problemas que facilitan el análisis y al toma de decisiones en el campo financiero, personal y empresarial	x			x
	Ingles I	Desarrollar las herramientas básicas funcionales y lingüísticas para mejorar las cuatro habilidades comunicativas del idioma inglés en situaciones cotidianas Suministrar a los estudiantes las estrategias de lectura para poder entender textos acerca de su campo de estudio.			x	X
	Ingles II	Desarrollar las herramientas básicas funcionales y lingüísticas para mejorar las cuatro habilidades comunicativas del idioma inglés en situaciones cotidianas. Suministrar a los estudiantes las estrategias de lectura para poder entender textos acerca de su campo de estudio			x	X
	Ingles III	Desarrollar las herramientas básicas funcionales y lingüísticas para mejorar las cuatro habilidades comunicativas del idioma inglés en situaciones cotidianas Suministrar a los estudiantes las estrategias de lectura para poder entender textos acerca de su campo de estudio			x	X

	Ingles IV	Expresar ideas relacionadas con actividades rutinarias propias de la contaduría pública, debiendo sostener conversaciones simples, describir y manejar vocabulario.			x	X
	Ingles V	Desarrollar las herramientas básicas funcionales y lingüísticas para mejorar las cuatro habilidades comunicativas del idioma inglés en situaciones cotidianas. Suministrar a los estudiantes las estrategias de lectura para poder entender textos acerca de su campo de estudio			x	x
	Filosofía Institucional	Conocer y hacer reflexión de la filosofía institucional de la USTA como herramienta para constituir un pensamiento filosófico, ético, político, cultural y social que sirva para afrontar la realidad como estudiante, profesional y como ciudadano.		x	x	x
	Antropología	Conocimiento y reflexión del estudio integral del hombre que permita indagar en las diferentes dimensiones: cultural, social, política, teológica, filosófica, forense, lingüística como elementos primordiales en la relación consigo mismo y con el otro			x	x
	Epistemología	Favorece el relacionamiento entre el conocimiento específico de su disciplina con otros campos disciplinares y con diversos problemas sociales contemporáneos, poniendo en práctica el principio tomasino de educación integral			x	x
	Cultura teológica	Abre el espacio para que los estudiantes tengan la oportunidad de analizar y debatir temas concernientes a las grandes problemáticas relacionadas con la Ciencia y la Fe, la Cultura y el fenómeno religioso, la economía y la política frente a las ciencias teológicas y su incidencia en el mundo de la fe. A su vez, se analizan las problemáticas del ser religioso del hombre actual que vive en un mundo tecno-científico y que paradójicamente está resquebrajado y sometido al vaivén de las incertidumbres socio-culturales y al caos de una sociedad cada vez más fragmentada por factores de diversa índole			x	x
	Filosofía Política	Contribuye a la Formación Integral del estudiante tomasino en la medida que pueda comprender, obrar, hacer y comunicar lo referente al contexto político nacional e internacional	x	x	x	x
	Ética	Comprender, como competencia básica,	x	x	x	x

		pretende que el estudiante, reconozca en su contexto social, local, regional, nacional y mundial algunos problemas relativos a la ética y plantee su postura crítica frente a ellos. Busca fortalecer su capacidad de análisis y crítica de los hechos de la realidad, con sus problemáticas morales y éticas				
	Electiva IV - EMPRENDIMIENTO	Estimular la creatividad y la competitividad de los estudiantes, sensibilizándolos, orientando e incentivando su espíritu emprendedor, para que pongan en práctica de manera innovadora los conocimientos y habilidades adquiridas, hacia la iniciación y manejo de nuevas empresas o contribuir a mejorar las existentes	X	X		X
	Electiva I - RSE	Favorecer el desarrollo de habilidades analíticas y reflexivas que permitan conocer e interpretar las condiciones teórico – prácticas de la responsabilidad social empresarial así como de los ambientes de validación que se tienen de esta apuesta empresarial	X	X	X	X
	OTRAS ESTRATEGIAS CURRICULARES DE TRANSVERSALIDAD: además de los espacios académicos de humanidades, ciencias básicas e instituto de lenguas ¿Qué otras estrategias implementa el programa académico para el desarrollo de los ejes transversales institucionales? ¿Qué estrategias se comparten cómo ejes transversales de la División?					

9. PROGRAMA DE SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO TUTORIAL

Describir las estrategias pedagógicas y didácticas para acompañar a los estudiantes en el desarrollo exitoso del plan de estudios

El docente se concibe en el programa de Contaduría Pública como un tutor, un guía, un facilitador externo de la actividad racional del estudiante, con el fin de construir, de acuerdo con las condiciones de su inteligencia y de su experiencia, la estructura de su propio saber. Desde esta perspectiva se propone dos tipos de ambientes fundamentales para hacerle seguimiento y acompañamiento tutorial a los estudiantes:

1. Tutorías. Es una propuesta que deben desarrollar todos los docentes de tiempo completo adscritos al programa de Contaduría Pública, para el caso específicos de soportar los procesos de los ambientes académicos de formación profesional, dado que los referente a ciencias básicas, humanidades e inglés se cubren con programación de los docentes que están dedicados a las respectivas áreas.

Aquí los docentes tienen definida una programación de tutorías donde no solamente puede asistir estudiantes de la facultad de contaduría sino que pueden acceder de cualquiera de los programas que lo requiera.

2. Se tiene asignado a un docente de tiempo completo, con definición de responsabilidades por nomina, para que participe en el Comité de la UDIES de la Sede y este mismo docente es el soporte que se tiene para canalizar a los estudiantes que requieran tener servicios de apoyo y soporte de esta unidad. a esta Unidad

10. FLEXIBILIDAD

Electividad del programa académico

Determinar el número de espacios académicos electivos (cátedras optativas, espacios de las líneas de profundización, otros) y su expresión en créditos académicos. Porcentaje de electividad para el Programa.

ESPACIOS ACADÉMICOS (electivas)	No. Créditos	%
Electiva 1: Responsabilidad Social Empresarial – RSE	2	1,47%
Electiva 2: Gestión de la calidad	2	1,47%
3. Electiva 3: Taller contable	2	1,47%
4. Electiva 4: Emprendimiento	2	1,47%
Seminario de énfasis: procesos de la empresa	2	1,47%
Total créditos de electivas	10	7,35%
Total créditos de la carrera profesional	136	100%
TOTAL		7,35%

Espacios del programa académico para electivas del Portafolio Institucional

¿Cuáles de los espacios académicos del programa (componente obligatorio y flexible) pueden ser ofrecidos para otras facultades como electivos o como disciplinas de profundización?

ESPACIOS ACADÉMICOS	Crédi	%
Electiva 1: Responsabilidad Social Empresarial - RSE	2	1,47%
Electiva 2: Gestión de la calidad	2	1,47%
3. Electiva 3: taller contable	2	1,47%
4. Electiva 4: emprendimiento	2	1,47%
Seminario de énfasis: procesos de la empresa	2	1,47%
Economía I	3	2,20%
Economía II	3	2,20%
Economía III	3	2,20%
Economía colombiana e internacional	3	2,20%
Administracion de empresas I	2	1,47%
Administracion de empresas II	2	1,47%
Administracion de empresas III	3	2,20%
Total créditos	2 9	21,32 %
Total créditos de la carrera profesional	1 36	100%
TOTALES		21,32 %

Otras estrategias de Flexibilidad

Además de los espacios académicos electivos ¿qué otras estrategias curriculares garantizan la flexibilidad del programa académico?

Estrategias para el ingreso, durante la formación y para el egreso.

No se han definido de forma taxativa en los documentos soporte del programa

11. INTERDISCIPLINARIEDAD

Los fundamentos epistemológicos de otras disciplinas y sus métodos ¿cómo aportan a la solución de problemas propios de la(s) disciplina (s) objeto de estudio del programa académico?

¿Cómo se expresa y concreta la interdisciplinariedad en el manejo de los espacios académicos? ¿Cuáles espacios hacen de la interdisciplinariedad su forma de desarrollo? (Máximo 400 palabras)

No se han definido de forma taxativa en los documentos soporte del programa

12. INVESTIGACIÓN

Enunciar las líneas/sublímelas de investigación y su articulación con el currículo. Describir la manera en que éstas impactan el sector social. Enunciar los grupos de investigación del Programa Académico.

El programa de Contaduría Pública extendido en Villavicencio desde la Sede de la USTA Bogotá tiene definida como línea de investigación medular Louis Joseph Lebret.

Tiene como líneas activas del programa, las que seguidamente se relacionan:

1. Contabilidad: disciplina, epistemología y educación contable.
2. Teoría y política tributaria
3. Desarrollo sostenible
4. Economía y finanzas
5. Auditoria, control y aseguramiento de la información

Las líneas están definidas de manera tal que se articulan perfectamente con los núcleos problemáticos definidos en el programa y, de manera coincidente, con la

propuesta curricular del programa. El ejercicio de desarrollo del proceso investigativo tiene como principal fuente de acción la relación que surge a nivel de los procesos de enseñanza – aprendizaje, de integración con el contexto institucional e internacional, así como de la misma actividad de relacionamiento en materia de proyección social y, precisamente los resultados que se tiene de esta, van a parar a los grupos de interés con quienes se hace la relación en virtud a las funciones misionales de la Universidad.

El proceso investigativo y de fortalecimiento de la investigación en el programa se ha venido consolidando a la luz del trabajo desarrollado con el Grupo de Investigación Contable y Desarrollo Regional – ACTIVOS, adscrito al programa de Contaduría Pública, quien vincula a docentes de tiempo completo del programa y a estudiantes que mediante el desarrollo de la estrategia de semilleros de investigación, grupos de estudio y desarrollo de procesos y proyectos integradores, han venido fortaleciendo el trabajo en esta materia y generando cultura de investigación que se refleja en resultados obtenidos en monografías como opción de grado, proyectos ganadores de recursos en convocatorias de investigación, participación y generación de eventos de socialización de investigación, publicaciones, entre otros.

A nivel de impacto desde el componente de investigación en el contexto social se tiene que precisamente es función primordial al desarrollar el proceso el buscar que mediante el ejercicio como tal, se impacte socialmente al lograr tener personas (estudiantes, docentes e involucrados en el proceso), que desde una perspectiva de trabajo humanista, conozcan las condiciones de hacer investigación en función de tener impacto social y no como una mera manera de construir documentos sin sentido práctico (investigación aplicada) o teórico (investigación propiamente dicha). En función de crecer como personas y de hacer del proceso de investigación un ambiente que fortalezca la formación integral de un contador público que se entiende como parte fundamental de un contexto al que está en la obligación de favorecer para alcanzar el desarrollo personal, social, ambiental y económico.

Formación investigativa e investigación formativa

¿Qué espacios académicos, de manera intencional, fomentan las competencias en investigación? ¿Qué espacios académicos propician la identificación de problemas de la(s) disciplina(s) y el diseño de alternativas de solución a los mismos? Descripción breve de la forma como se desarrollan las competencias para la investigación (semilleros de investigación, participación en redes, búsqueda de información específica, pensamiento crítico, creativo y propositivo? (Máximo 400 palabras)

Como espacios académicos que de manera intencional fomentan las competencias de investigación se han venido constituyendo gran parte de las asignaturas, especialmente las relacionadas con el componente económico y el contable, como un esfuerzo conjunto entre directivos y docentes, que han comprendido como desde la generación de ambientes de pensamiento en las aulas se puede favorecer en el estudiante la identificación de situaciones problemáticas que desde el tratamiento adecuado desde la práctica pedagógica, generan espacios propicios para favorecer el desarrollo de competencias investigativas en los aprendientes.

Igualmente, la construcción de espacios de discusión con agentes relacionados con la actividad profesional tanto del contexto nacional como internacional, ha llevado a pensar no solamente la contaduría como ambiente de investigación y de requerimientos en materia de generación de investigación que le permita desarrollarse y potenciarse, sino también desde la perspectiva misma de favorecer las competencias investigativas de quienes en el ejercicio profesional y académico se relacionan

Este tipo de escenarios han favorecido la generación de espacios de discusión entre participantes de la actividad académica y entre estos y grupos de interés así como de expertos en el contexto de actuación, que permiten la identificación de problemas que requieren ser discutidos de manera organizada y llevados a escenarios de validación en ambientes reales y/o de expertos.

Los proyectos de aula, los grupos de estudio y los semilleros de investigación se han

convertido en las estrategias con mayor nivel de aplicación para fomentar el trabajo integrado en función de lograr desarrollar competencias investigativas.

Igualmente, el desarrollo de procesos formativos que impliquen la generación de ambientes de aprendizaje soportados en espacios de discusión que fomenten el pensamiento crítico, el aprendizaje significativo y la construcción de conocimiento en ambientes propositivos, son en definitiva la estrategia pedagógica sobre la que se fortalecen desde el aula los procesos investigativos.

13. PROYECCIÓN SOCIAL

Enunciar y describir las estrategias de Proyección Social que desarrolla el Programa en el marco de las seis institucionales (desarrollo comunitario, egresados, educación continua, asesorías y consultorías, emprendimiento, internacionalización y relaciones interinstitucionales – convenios vigentes y en ejecución-) (Máximo 500 palabras)

1. En desarrollo comunitario:

La facultad de contaduría pública ha diseñado dos estrategias fundamentales para soportar este componente: de un lado, el Consultorio Contable y de otro lado, las prácticas sociales como opción de grado de los estudiantes del programa.

A través de la primera estrategia, se procura llegar a las comunidades (grupos económicos y gremios, comunidades de población con características particulares, grupos de estudiantes) con el componente de soporte en materias propias de actuar del contador público desde la perspectiva de perfil definida por la USTA, buscando servir como soporte en la toma de decisiones de los agentes económicos y sociales que lo requieren.

En lo que tiene que ver con las prácticas sociales como opción de grado, se propone la vinculación de estudiantes que opten por esta condición para atender a grupos poblacionales que por sus condiciones socioeconómicas no pueden acceder a tener servicios profesionales relacionados con la profesión contable, de una manera diferente a las que puede ofrecer la universidad de manera gratuita.

2. En egresados:

Se desarrolla a partir de la estrategia de vinculación permanente con el egresado, es decir, es preocupación de la Facultad el estar en permanente comunicación con los

egresados del programa de manera que ellos se vinculen en procesos de capacitación desarrollados por la institución, así como el vincularlos en las actividades donde pueden mostrar sus condiciones como expertos (simposios, talleres, conversatorios y como soportes de clases e investigación).

Se definen igualmente las estrategias de:

- Estrategia de Integración de las Instancias responsables, personas y modos de acompañamiento a egresados
- difusión y capacitación para el Manejo del Sistema óptimo del Sistema de Información de Egresados de la Universidad Santo Tomás
- Aprovechamiento de las cualidades, recurso humano y profesional de los egresados de la seccional para mejorar la oferta educativa de la misma
- Promoción de las alianzas Universidad-Empresa
- promoción del liderazgo profesional Tomasino

3. En Educación Continua:

La estrategia de trabajo de la Facultad ha sido la de atender los requerimientos de la población caracterizada en dos niveles: de un lado, la población de las comunidades y de la sociedad en general que están en las zonas de influencia, a quienes se les soporta en cursos, talleres, seminarios, trabajo de conversatorios en grupos focales entre otras opciones de organización, en materias que tienen que ver con su actuar como sujetos económicos a quienes los organismos públicos y privados requieren con manejo y calidad de información económica

Y, de otro lado, a la comunidad conformada por estudiantes y/o profesionales de la contaduría pública y de áreas conexas a quienes se les quiere fortalecer en campos específicos de su actuación profesional.

4. En Emprendimiento:

En esta materia la Facultad ha desarrollado dos estrategias fundamentales: la formación y el soporte

En términos de formación, ha diseñado y puesto en operación la cátedra de Emprendimiento como una asignatura del componente flexible del programa, donde se favorece la participación de estudiantes de todos los programas de la institución y donde se procura que se fortalezcan competencias en términos de fortalecimiento del espíritu

emprendedor y de construcción de propuesta encaminadas a fortalecer emprendimientos en la comunidad educativa.

En términos de soporte, esta relacionada con el fortalecimiento de los grupos conformados por la comunidad educativa del programa que teniendo inquietud por temas de emprendimiento, requieren del acompañamiento técnico para construir los planes de los proyectos, para ponerlos en ejecución o para soportar los procesos de mejora.

5. En internacionalización y Relaciones interinstitucionales:

En este sentido se han desarrollado estrategias en dos sentidos: una, de carácter interinstitucional a nivel regional y nacional y otra, de carácter internacional, básicamente hacia el componente de enseñanza aprendizaje y de investigación.

En el caso de las relaciones interinstitucionales, se han propuesto acuerdos, convenios y acciones de trabajo con organismos e instituciones de carácter público (DIAN, Contraloría Departamental, Municipios), privados (empresas y gremios de la región) y Otros organismos (Arquidiócesis de Villavicencio), que procuran favorecer a los estudiantes con ambientes de formación, investigación y práctica, así como con la presencia de sus profesionales soportando los procesos de formación de la comunidad universitaria.

A nivel internacional, se han venido desarrollando tres tipos de estrategias: una, relacionada con la generación de espacios de formación conjunta que favorezca la conversación entre estudiantes y docentes. De otro lado, la construcción de procesos de investigación conjunta, en aras a mejorar las competencias y los procesos formativos a los que se dedica el programa académico como tal . y, en tercer lugar, a generar convenios que permitan la movilización de docentes, estudiantes y comunidad académica.

14. MOVILIDAD DEL ESTUDIANTE (institucional e interinstitucional, nacional e internacional)

Enunciar los programas con los cuáles el estudiante puede realizar doble programa al interior de la USTA Colombia, describir las estrategias para su consecución.

Enunciar los programas extranjeros con los cuales se han establecido convenios para titulación conjunta y doble titulación y describir las estrategias para su consecución.

Enunciar las posibilidades que tiene el estudiante para tomar espacios académicos en la propia facultad o en otras facultades de la USTA Colombia (del componente obligatorio y flexible)

Enunciar otras posibilidades que tienen los estudiantes del programa para realizar pasantías, prácticas, participación en seminarios, eventos académicos, cursos cortos, estadías, en otras instituciones locales, nacionales, extranjeras.

MOVILIDAD DEL ESTUDIANTE	DESCRIPCIÓN
Doble Programa	No se tiene
Doble titulación	No se tiene
Titulación conjunta	No se tiene
Titulación consecutiva	No se tiene
Movilidad intrafacultades USTA Colombia	Villavicencio – Bogotá se pueden mover sin dificultad en su currículo
Movilidad intrafacultades	Se pueden tomar las asignaturas de ciclo básico con otras facultades, así como los componentes administrativos y económicos
Movilidad institucional	No se tiene
Movilidad Internacional	Seminarios y congresos realizados por la universidad en el marco de las temáticas actuales: simposio de competitividad y prospectiva. Seminarios talleres de formación conjunta, organizados con universidades extranjeras como opción de grado para estudiantes de pregrado tanto de la Universidad Santo Tomas Sede Villavicencio como para las instituciones extranjeras con las que se relaciona Convenios con instituciones privadas y públicas nivel de

	pasantía para que los estudiantes sumen el tiempo requerido por la Junta Central de Contadores para otorgar tarjeta profesional una vez graduados, así como la opción de grado de monografía por hacer el trabajo en las organizaciones
--	--

15. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS Y EVALUATIVAS

Enunciar y describir las estrategias para el manejo didáctico y evaluativo desde el Modelo Educativo Problemático. Enlistar los mecanismos a implementar y la forma en que las TIC se constituyen en medios y mediaciones en el proceso formativo del estudiante. El manejo evaluativo debe incorporar las estrategias cuantitativas y cualitativas.

Desde la concepción del modelo Problemático, la facultad concibe las formas de evaluación desde la autoevaluación, la coevaluación y la heteroevaluación, no solamente para manejar el componente de enseñanza aprendizaje, sino desde la concepción misma de gestión en el programa como tal.

La Política Curricular establece que la evaluación curricular debe ser integral, en tanto permite involucrar el proceso de enseñanza-aprendizaje, el desempeño profesional del Docente y los Programas Académicos. La evaluación debe vincular los principios y lineamientos del enfoque pedagógico de la Universidad propuestos en el PEI, reconociendo además, desde la concepción de evaluación, un proceso participativo y dialógico a partir de la identificación de fortalezas y debilidades que permitan consolidar el mejoramiento de la calidad académica

En la USTA Sede Villavicencio, en la facultad de contaduría pública se favorece el desarrollo de estrategias didácticas que fortalecen el trabajo a partir del modelo Problemático, que impliquen la conversación entre el docente tutor y el estudiantes, entre estos y el contexto desde donde se propone la situación problemática, así como la co construcción con otros estudiantes o con expertos en general que le coadyuven en la generación y apropiación de conocimiento, así como en la puesta en común y en

operación, los resultados alcanzados.

Debe dejarse claro que en la práctica igualmente siguen siendo aplicables estrategias didácticas relacionadas con el manejo magistral de la cátedra, pero no ya soportada solo por el docente asignado, sino con la participación de otros profesionales o incluso, de los mismos estudiantes cuando proponen la conversación a la luz de sus propias experiencias.

Se trabaja igualmente con mediaciones soportadas en material audiovisual proveído desde experiencias de otros ambientes de formación externos a la universidad, aun cuando ya desde la misma experiencia de aula se están dejando soportes para que sean usados en posteriores eventos de formación. Aquí se usa el cine, los videos, programas de televisión, periódicos, caricaturas, entre otros, los cuales han mostrado tener éxito en el proceso.

En lo que tiene que ver con el uso de las TIC como soporte didáctico y de evaluación, se ha notado como se ha fomentado este componente en la Facultad en Villavicencio. Se trabaja en ambientes creados por los docentes para el manejo de los procesos de cada una de las cátedras, principalmente acudiendo a redes sociales (Skype, Facebook), así como en la creación Blog

La evaluación de los procesos de aprendizaje es el modo pedagógico de evidenciar el desarrollo formativo alcanzado por el estudiante de acuerdo con las capacidades y competencias propuestas en la malla curricular del programa; permite al estudiante aprender conscientemente y mejorar en su proceso formativo.

El docente, de acuerdo al Reglamento General, es libre de evaluar y permitir en cierto grado la autoevaluación y coevaluación. El resultado cuantitativo de la evaluación debe reportarse, no obstante, a la decanatura durante tres cortes académicos valorados porcentualmente en 35%, 35% y 30% de la nota final..

16. OPCIONES DE GRADUACIÓN

Enunciar y describir brevemente las opciones que tiene el estudiante para optar por su graduación, en el marco de la reglamentación correspondiente. Desde criterios de flexibilidad se deben considerar mínimo tres opciones para pregrado y más de una opción para posgrados, según las orientaciones del programa esbozadas en el documento maestro.

Las opciones de grado que se proponen para que los estudiantes del programa puedan optar por el título como Contador Público, se refieren a una de las que seguidamente se proponen:

1. Promedio ponderado de la carrera superior a 4.5
2. Monografía de investigación
3. Practica social
4. Preparatorios (contabilidad y finanzas, auditoria y revisoría fiscal, tributaria, costos y presupuestos, área jurídica)
5. Curso de opción de grado

17. EXIGENCIAS DE TITULACIÓN

Número de créditos, prácticas y pasantías, opciones de grado, competencia en lengua extranjera, otras consideradas por el programa académico.

Para poder tener la titulación como Contador Público de la Universidad Santo Tomás Sede Villavicencio, el estudiante debe haber aprobado el 100% de los 136 créditos propuestos en el plan de estudio y haber aprobado la opción de grado que haya decidido manejar. No se les exige practica profesional ni competencia en lengua extranjera.

18. ESTRATEGIAS DE AUTOEVALUACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO

Describe las estrategias de autoevaluación, a la luz de los criterios establecidos en el PEP y teniendo en cuenta dos momentos autoevaluativos. (Decreto 1295/2010)

La Facultad de Contaduría Pública se alinea en las estrategias de autoevaluación y autorregulación propuestas por la norma nacional y por la institución educativa, buscando con la primera, reflexionar sobre la práctica individual y/o grupal del quehacer

educativo, para llegar a conclusiones y definir acciones individuales o colectivas encaminadas a mejorar el desarrollo personal, grupal y/o del programa y, con la segunda, adoptar las medidas adecuadas para corregir aspectos por mejorar encontrados, así como mantener y mejorar fortalezas con el fin de lograr el mejoramiento continuo en pro de la óptima calidad. Para tal efecto se establecen el Plan de Mejoramiento y el plan de acción correspondiente.

Las estrategias que adopta el programa para favorecer el proceso se refieren principalmente a:

- Generación de cultura de autoevaluación en la comunidad educativa del programa, a través de procesos que favorezcan:
 - La socialización de condiciones de realización donde participan estudiantes y docentes como motores del proceso y el soporte a través de TIC y de redes sociales.
 - Aplicación de los procesos de autoevaluación de manera participativa y hacer los respectivos planes de mejora, para lo cual se define a un docente líder para la facultad. Se hace cada bienio
 - Generación de procesos de evaluación docente semestralmente (con participación de docentes, estudiantes y administrativos), donde se le evalúa en su comportamiento tanto en lo referente al proceso de enseñanza aprendizaje, como en lo referente al componente investigativo y de proyección social, con procesos de socialización de resultados y desarrollo de planes de mejora.
- Definición de ponderaciones de valoración ajustadas a condiciones particulares del programa en el manejo de variables e indicadores de las diferentes condiciones de calidad.
- Revisión cada trienio de la propuesta curricular a la luz de los lineamientos que sobre el particular se proponen desde la política curricular de la Institución, las consideraciones importantes que se generen a nivel de la ley y los acuerdos que se tengan con la Sede principal de la Universidad, de donde es extendido el programa de Villavicencio

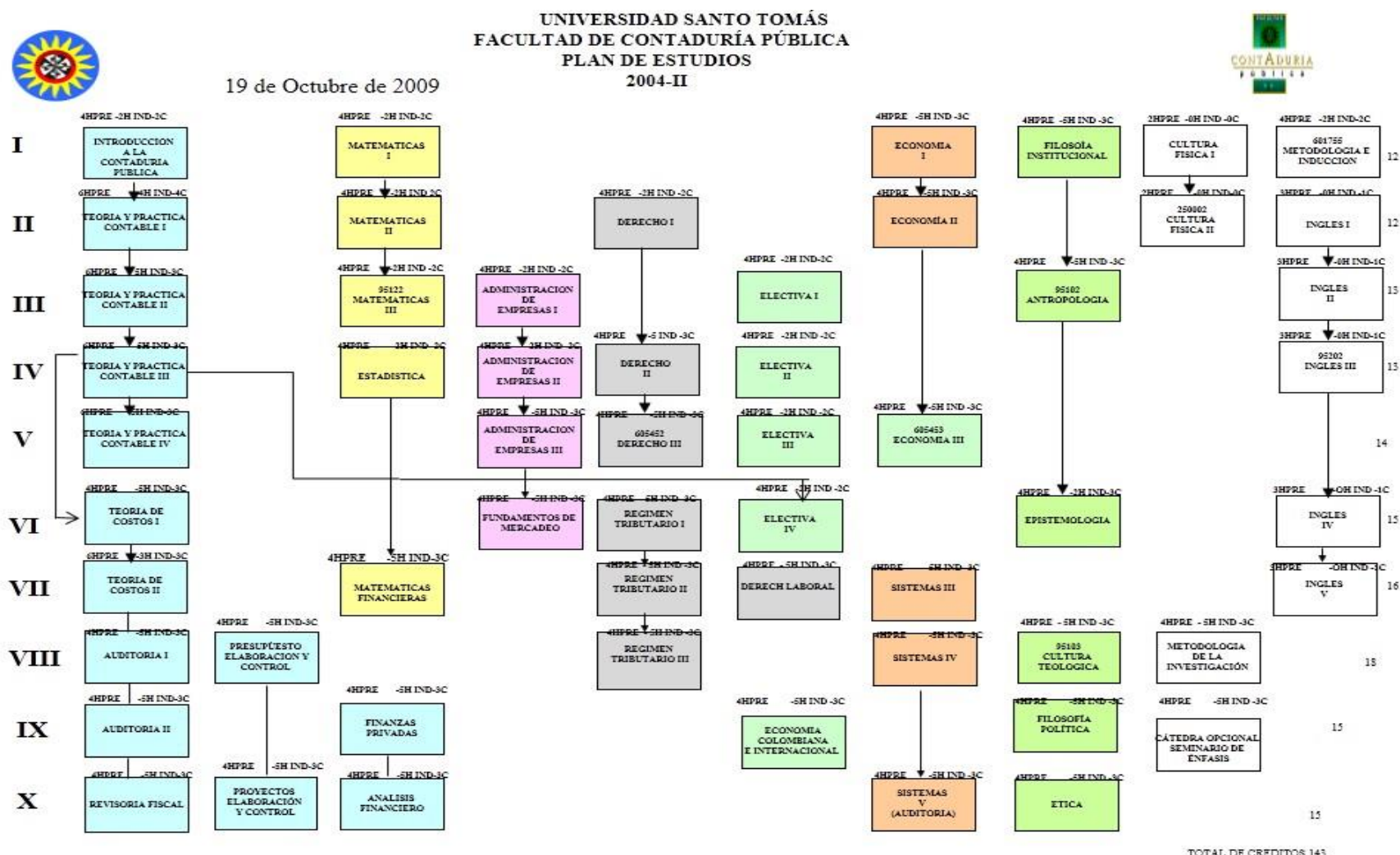
- Revisión anual de los programas académicos de las asignaturas.

19. PLANES DE MEJORAMIENTO

Enunciar y describir los planes de mejoramiento del programa académico, sus tiempos de ejecución y los mejoramientos que se pretenden.

Nombre del Decano	Fecha de Elaboración	Fecha de actualización
Javier Darío Pava Reátiga	20 de marzo de 2015	

1 Anexo 5 Plan de Estudios del Programa de Contaduría Pública



Anexo 6 Biogramas

Naur Francisco Parrado Mantilla

Tiempo	Hechos	Anotaciones de significación
1985	Estudios de Economía en la Universidad La Gran Colombia	No existía ningún ejercicio de clase que pretendiera inculcar en los futuros profesionales la importancia de formar empresa.
	Inicio del negocio llamado SAPERFAN (Sacos y Perfumes)	Desarrollo de habilidades empresariales aprovechando el entorno de estudiante y trabajador.
2012	Inicio de la labor docente a la Universidad Santo Tomás en la Facultad de Contaduría Pública	Se dirigió el espacio académico de Emprendimiento, la cual a lo largo del semestre se orientaba de acuerdo al plan de estudios pero que tenía un elemento especial: la participación en una la Muestra Empresarial.
2013	Participación en otra versión de la Muestra Empresarial junto con la Facultad de Negocios Internacionales.	Se logra consolidar la integración con el sector externo y realiza alianzas estratégicas al interior de la USTA para generar espacios que motiven y estimulen crear y proyectar ideas de emprendimiento

Javier Darío Pava Reatiga

Tiempo	Hechos	Anotaciones de significación
2010	Nombramiento como Decano del programa de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás en la sede de Villavicencio.	Diagnostico por áreas y actividades que se realizaban en la Facultad para contribuir a la formación del Contador Publicó.
2011	Rediseño del espacio académico	Un espacio académico desde el cual se

	denominado Fundamentos de Mercado	podrían articular la teoría y la práctica.
2012	Transformación de la Feria del Producto a Muestra empresarial	Oportunidad de aprendizaje, como estrategia pedagógica que relaciona conceptos y conocimientos Una concepción más amplia de una actividad denominada “feria del producto”.
2012	Se expone la Muestra Empresarial en un espacio externo a la USTA.	Vencer el miedo a salir a un espacio diferente al del aula y al de la USTA a presentar ideas y proyectos.
Primer Semestre de 2014	Se realiza un evento institucional ExpoUSTA que permitiera en un espacio de gran envergadura mostrar todo lo que la USTA Villavicencio realiza en el tema de Investigación y Emprendimiento	Articulación de la muestra empresarial del programa con otras Facultades y la Unidad de Proyección Social. (transdisciplinariedad)

Yuly Alejandra Perilla Jiménez

Tiempo	Hechos	Anotaciones de significación
2001-2007	Bachillerato.	Actividades empresariales de dulces.
2008	Inicio de Estudios de Pregrado Universidad Santo Tomás Villavicencio.	Aprendizaje de nuevos conceptos y nuevas experiencias.
2011 (Quinto Semestre)	Nombramiento como monitorea de Estadística.	Punto de referencia para iniciar mi camino a la docencia dentro de la USTA Villavicencio.
2012	Participación en la Muestra Empresarial.	La experiencia es única compartir con personas la formación y creación de una empresa y poner en práctica las

		habilidades adquiridas, al final se propuso la creación de una empresa.
--	--	---

Jose Joaquín Flórez Baquero

Tiempo	Hechos	Anotaciones de significación
2011	Inicio de clases en el espacio de Fundamentos de Mercadeo	Aprendizaje teórico, y acercamiento al marketing y publicidad. Se evidencia creatividad, imaginación y gusto por las actividades propias del espacio académico.
2011-II	Muestra empresarial dentro del Aula	Planeación y ejecución de ideas de emprendimiento dentro de la dinámica de la clase, apoyándonos en todo lo aprendido.
2014	Nombramiento como docente tiempo completo	Desde la experiencia como estudiante en la construcción de la muestra empresarial, colabora en la consolidación de la muestra en espacios como más interactivos para la comunidad estudiantil.

Anexo 7 Matriz Syllabus - Facultad de Contaduría Pública

<i>ESPACIO ACADEMICO</i>	<i>PROPOSITOS DE FORMACIÓN</i>	<i>CONTENIDOS</i>	<i>METODOLOGÍA</i>	<i>PALABRAS CLAVE</i>
<i>FUNDAMENTOS DE MERCADERO</i>	Integrar los elementos teórico-prácticos de Mercadeo a la formación del Contador Público para ser aplicados en su desempeño profesional empresarial.	Introducción al Marketing, orientación a las empresas, mercadeo, marketing racional, investigación de mercados, demanda del producto, ciclo de vida del producto, precio como variable, estrategia de precios, canales de distribución, marketing de comunicaciones, publicidad, promoción, venta, expoinnovación,	Se utilizarán clases magistrales en la introducción de los temas, lo cual será complementado por lecturas desarrolladas por los estudiantes y por talleres teórico prácticos, con el fin de lograr un desarrollo óptimo en el proceso de aprendizaje por parte de los estudiantes.	Productos, servicio, ofertar, mercado, promoción, creatividad, diseño

EMPRESARIATO	El objetivo de esta asignatura es estimular la creatividad y la competitividad de los estudiantes, sensibilizándolos, orientando e incentivando su espíritu emprendedor, para que pongan en práctica de manera innovadora los conocimientos y habilidades adquiridas, hacia la iniciación y manejo de nuevas empresas o contribuir a mejorar las existentes.	Fundamentación al emprendimiento, identificación del espíritu emprendedor y sus características, iniciativas de negocio, etapas de una idea de negocio, identificación de oportunidades de ideas de negocio, plan de negocio, aspectos administrativos de la idea de negocio, marketing, aspectos legales y financieros de la idea de negocio.	Este Curso tiene sus bases pedagógicas en las teorías constructivistas, privilegiando un aprendizaje integral que apunta al desarrollo de competencias emprendedoras, y un cambio de actitud que permita fomentar el espíritu emprendedor para el desarrollo de negocios creativos e innovadores.	idea, negocio, creatividad, iniciativa, emprendimiento, innovación
---------------------	--	--	---	--

ESPACIO ACADEMICO	PROPOSITOS DE FORMACIÓN	CONTENIDOS	METODOLOGÍA	PALABRAS CLAVE
--------------------------	--------------------------------	-------------------	--------------------	-----------------------

<i>OPTATIVA GESTIÓN DE PROCESOS DE LA EMPRESA</i>	Fortalecer las habilidades administrativas, operacionales y financieras de los estudiantes, para mejorar el desempeño profesional del Contador Público. Esto reflejado en la consolidación de un proyecto empresarial personal en donde lo introduzca en el mercado.	Gestión gerencial, control gerencial, precios de venta, punto de equilibrio, precios vs costos, teoría de inventarios, Cuadro de mando integral, perspectiva del cliente, simulación empresarial, aprendizaje y crecimiento.	La orientación de la asignatura se desarrollará con base en aplicaciones prácticas, partiendo de fundamentaciones legales y teóricas que en algunos casos requieren de la aplicación de modelos para tomar decisiones, los cuales requieren aterrizarlos a la realidad, de ahí que la vida cotidiana nos sirva como laboratorio de ensayo para conocer las complejidades que implica el manejo del dinero, ya sea propio o ajeno.	Precio, costos, aprendizaje, práctica, decisiones, perspectiva
--	---	---	--	---

ESPACIO ACADEMICO	PROPOSITOS DE FORMACIÓN	CONTENIDOS	METODOLOGÍA	PALABRAS CLAVE
ADMINISTRACIÓN I	Desarrollar las Competencias Básicas Administrativas, que posibiliten al Contador Público comprender el Desarrollo del Pensamiento Administrativo, así como proporcionar una visión general de la Función Administrativa, dentro de la Organización.	Introducción al pensamiento administrativo, desarrollo del pensamiento administrativo, escuelas administrativas, responsabilidad social y ética, la administración y otras ciencias.	Comprender la naturaleza de los diferentes conceptos asociados a la Administración (Cognoscitiva) Analizar los diferentes conceptos del Pensamiento Administrativo (Cognoscitiva) Relacionar los conceptos generales de la Administración, asociados a la evolución del Pensamiento Administrativo (Comunicativa)	Administrar, organizar, relacionar, desarrollar

<i>ECONOMÍA I</i>	Conocer, analizar e interpretar los principios fundamentales teórico-prácticos de la Economía, su interrelación y la influencia en la sociedad, según los sistemas económicos, dentro de la percepción histórica y futurista en una economía abierta.	Conceptos básicos de economía, evolución de los sistemas económicos, el mercado, la utilidad, función económica del estado, nociones de macro economía, pensamiento económico y desarrollo	Comprender principios económicos adaptandolos a la realidad del estudiante, logrando plantear soluciones a situaciones en donde se requiera aportes innovadores y soluciones con impacto económico	Desarrollo, economía, pensamiento, mercado, innovador
ESPACIO ACADEMICO	PROPOSITOS DE FORMACIÓN	CONTENIDOS	METODOLOGÍA	PALABRAS CLAVE

<i>ECONOMÍA II</i>	Conocer e interpretar los conceptos y teorías microeconómicas básicas para analizar la maximización de la satisfacción del consumidor, así como del beneficio de la empresa, aspectos que le permitirán tomar acertadas decisiones a nivel de la empresa como Contador Público	Microeconomía, teoría del consumidor, teoría de la utilidad, demanda, oferta, elasticidad, teoría de la producción, teoría del costo, ingreso y el beneficio, mercados perfectos, mercados imperfectos, mercado de oligopolio y competencia monópola	El Docente concibe, tanto la enseñanza como el aprendizaje, como un proceso que si bien requiere y se fundamenta en la participación activa del Estudiante, no se puede entender que con sólo transmitir información sea suficiente para que el Estudiante se haya apropiado suficientemente del conocimiento, es indispensable crear condiciones para devenir el aprendizaje significativo, orientar a los Estudiantes acerca de cómo desarrollar exitosamente sus procesos de aprendizaje, así como lograr su autonomía.	oferta, demanda, proceso, mercado, competencia, utilidad, precio, consumidor
---------------------------	---	---	---	---