

ESTRATEGIAS PARA CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL
SOCIAL GENERADO POR LA UNIVERSIDAD DEL VALLE A TRAVÉS DE LA
EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL DIRIGIDA A LOS EGRESADOS DE
CONTADURÍA PÚBLICA EN GUADALAJARA DE BUGA

ESTEFANÍA ZÚÑIGA GIRÓN
STEFANIA VILLARREAL SOLARTE

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURIA PÚBLICA
GUADALAJARA DE BUGA, VALLE DEL CAUCA
2020

ESTRATEGIAS PARA CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL SOCIAL GENERADO POR LA UNIVERSIDAD DEL VALLE A TRAVÉS DE LA EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL DIRIGIDA A LOS EGRESADOS DE CONTADURÍA PÚBLICA EN GUADALAJARA DE BUGA

ESTEFANÍA ZÚÑIGA GIRÓN
STEFANIA VILLARREAL SOLARTE

Trabajo de grado para optar al título de:
CONTADOR PÚBLICO

Director:
JAIME AGUILAR

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURIA PÚBLICA
GUADALAJARA DE BUGA, VALLE DEL CAUCA
2020

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN.....	10
INTRODUCCIÓN.....	101
1. PRELIMINARES DE LA INVESTIGACIÓN.....	122
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	122
1.1.1 Antecedentes sobre capital social.....	122
1.1.2 Antecedente sobre extensión universitaria.....	155
1.1.3 Antecedentes sobre egresados.....	177
1.1.4 Consideraciones finales de los antecedentes.....	199
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.2.1 Definición del problema de investigación.....	222
1.2.2 Formulación del problema de investigación.....	233
1.2.3 Sistematización del problema.....	233
1.3 OBJETIVOS.....	233
1.3.1 Objetivo General.....	233
1.3.2 Objetivos Específicos.....	233
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	244
1.5 DISEÑO METODOLÓGICO.....	255
1.5.1 Tipo de estudio.....	255
1.5.2 Método de investigación.....	255
1.5.3 Fuentes de información.....	255
1.5.4 Población y muestra.....	266
1.5.5 Técnicas de recolección de la información.....	277
1.5.6 Manejo de información.....	277
2. MARCO DE REFERENCIA.....	298
2.1 MARCO TEÓRICO.....	298
2.1.1 Capital social.....	298
2.1.2 Dimensiones del capital social.....	319

2.1.3	Relación Universidad – entorno	332
2.1.4	La extensión universitaria en la perspectiva del capital social	354
2.1.5	El concepto teórico de la percepción.....	376
2.1.6	Medición de la percepción.....	387
2.2	MARCO LEGAL.....	4140
2.3	MARCO CONTEXTUAL	421
2.3.1	La Universidad del Valle.....	421
2.3.2	Programa de Contaduría Pública	432
2.3.3	Extensión y proyección social de Universidad del Valle Buga	432
3.	CARACTERÍSTICAS DE LOS PROGRAMAS DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE FRENTE A LAS NECESIDADES DE LOS EGRESADOS DE CONTADURÍA PÚBLICA.....	443
3.1	LAS BASES DE LA EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA	443
3.2	DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS EXISTENTES EN ACTUALIDAD	465
3.2.1	Educación continua	465
3.2.2	Programa de Prácticas Profesionales	476
3.2.3	Área de Gestión de convenios y contratos.....	487
3.2.4	Programa institucional de Egresados.....	498
3.2.5	Programa de Emprendedores	5150
3.3	CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE EXTENSIÓN EN LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA.....	532
3.4	ANÁLISIS DE RESULTADOS	543
4.	PERCEPCIÓN DE LOS EGRESADOS DE CONTADURÍA PÚBLICA, SOBRE LA RED DE RELACIONES CON LA UNIVERSIDAD EN FUNCIÓN DE SUS NECESIDADES	587
4.1	LIMITANTES	609
4.2	INFORMACIÓN GENERAL DEL EGRESADO.....	6160
4.2.1	Perfil e información académica	60
4.2.2	Información laboral.....	665

4.3 PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL ÁREA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA.....	70
4.3.1 Elementos tangibles	732
4.3.2 Fiabilidad.....	743
4.3.3 Capacidad de respuesta	754
4.3.4 Seguridad (garantía)	765
4.3.5 Empatía.....	765
4.3.6 Otros elementos.....	776
4.4 DIMENSIÓN RELACIONAL	798
4.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS	876
5. FACTORES QUE CONTRIBUYEN A INCREMENTAR LA CONFIANZA EN LAS RELACIONES UNIVERSIDAD – EGRESADOS	898
5.1 MODELO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL SOCIAL.....	898
5.1.1 El área de extensión (la organización)	909
5.1.2 El entorno.....	921
5.1.3 El tiempo	921
5.2 FACTORES INFLUYENTES PARA INCREMENTAR LA CONFIANZA	921
5.2.1 Elementos más influyentes en el modelo para el fortalecimiento del capital social	921
5.2.2 Estrategias asociadas a los elementos más influyentes en el modelo para el fortalecimiento del capital social	943
6. CONCLUSIONES	976
7. RECOMENDACIONES	998
BIBLIOGRAFÍA.....	1009
ANEXOS.....	1043

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Egresados de la Universidad del Valle, Programa Académico de Contaduría Pública, 2014-2016	266
Cuadro 2. Año de graduación	6160
Cuadro 3. Edad.....	621
Cuadro 4. ¿Ha continuado estudios de posgrados?	632
Cuadro 5. ¿En qué nivel?	643
Cuadro 6. ¿Cuál es su expectativa de estudios de posgrado?:	654
Cuadro 7. Empresa donde labora	665
Cuadro 8. Tamaño de la empresa donde laboran los egresados de contaduría pública.	676
Cuadro 9. Sector donde labora el egresado	687
Cuadro 10. Nivel del cargo desempeñado.....	698
Cuadro 11. Nivel de salario.....	709
Cuadro 12. Estrategias asociadas a los elementos influyentes	954

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Porcentaje de egresados según año de graduación	6160
Gráfico 2. Porcentaje de egresados según rango de edad.....	621
Gráfico 3. Porcentaje de egresados de acuerdo con la continuidad de estudios de posgrados	632
Gráfico 4. Porcentaje de egresados según nivel de posgrado alcanzado	643
Gráfico 5. Porcentaje de egresados según expectativa de estudios de posgrado	654
Gráfico 6. Porcentaje de egresados según tamaño de empresa donde labora ...	676
Gráfico 7. Porcentaje de egresados según sector donde labora	687
Gráfico 8. Porcentaje de egresados según nivel de cargo desempeñado	698
Gráfico 9. Porcentaje de egresados según nivel de salario devengado	709
Gráfico 10. Elementos tangibles en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.	732
Gráfico 11. Fiabilidad en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.	743
Gráfico 12. Capacidad de respuesta en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.	754
Gráfico 13. Seguridad en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.	765
Gráfico 14. Empatía en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.	776
Gráfico 15. Otros elementos relacionados con la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.	787
Gráfico 16. Resumen general de la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga	798

Gráfico 17. El Programa Académico de Contaduría Pública de la Universidad del Valle sede Buga cuenta con políticas claras para hacer seguimiento a sus egresados:	809
Gráfico 18. El Programa Académico de Contaduría Pública de la Universidad del Valle sede Buga cuenta con mecanismos para conocer la opinión de los egresados y comunidad en general referente al servicio educativo ofrecido:	8180
Gráfico 19. En el Programa Académico de Contaduría Pública de la Universidad del Valle sede Buga existe preocupación por diseñar programas de extensión para ofrecer valor agregado a sus egresados de contaduría pública:.....	821
Gráfico 20. El egresado encuentra suficiente oferta de programas de postgrados en el programa académico de Contaduría Pública de la Universidad del Valle sede Buga:	832
Gráfico 21. Existe suficiente información sobre los cursos y programas existentes en el área de extensión para los egresados:	832
Gráfico 22. Ofrece la institución programas de extensión que permitan actualizar el conocimiento recibido a través del desarrollo de su carrera profesional:.....	843
Gráfico 23. He hecho uso de algunos programas y cursos ofrecidos por el área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga:	854
Gráfico 24. He participado en el programa de emprendedores del área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga:	865
Gráfico 25. El área de extensión no ofrece cursos en los que esté interesado para complementar mi formación profesional:	865
Gráfico 26. Encuentro mejores alternativas de cursos y programas en otras universidades que complementan mi formación profesional:	876

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Cuestionario	1043
Anexo B. Respuestas asociadas a la percepción sobre la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga ..	1098
Anexo C. Respuestas asociadas al capital relacional.....	11110

RESUMEN

Según Putman,¹ el capital social constituye un bien colectivo o público construido o fortalecido a través de una red de relaciones sociales permanentes y articuladas para generar utilidad social, basadas en la confianza, cooperación y compromiso con capacidad para generar valor en la sociedad. Por ello, se destacan las características de la organización social en términos de redes, normas y confianza. El capital social hace sobresalir los beneficios de la inversión en capital físico y humano. Considerando lo anterior, en el presente documento se presentan los resultados del estudio que tuvo como objetivo proponer estrategias que contribuyan al fortalecimiento del capital social generado por la Universidad del Valle a través de la extensión y proyección social dirigida a los egresados de Contaduría Pública en Guadalajara de Buga. Para ello, inicialmente se realiza una descripción de las características de los programas de extensión y proyección social de la Universidad; luego se identifica la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades y, finalmente, se determinan los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados, como base para proponer las estrategias referenciadas. Se concluye que se requiere un modelo que permita comprender la relación entre los distintos componentes del capital social, sentando las bases para su gestión en función de sus principales elementos influyentes asociados al capital humano, estructural y relacional.

Palabras clave: capital social; extensión universitaria; gestión del capital social; red de relaciones; relación universidad y egresados.

¹ PUTNAM, Robert. Para que la democracia funcione: Las tradiciones cívicas en la Italia moderna. Caracas: Ed. Galac, 2011. 304 p.

INTRODUCCIÓN

Resulta evidente la importancia del vínculo entre la universidad y la sociedad que puede favorecerse por intermedio de la extensión universitaria, teniendo en cuenta la función social de estas importantes instituciones que, a través de su actuación, pueden transformar su entorno, fortaleciendo las competencias de los egresados. En este sentido, resulta pertinente considerar el capital social en el ámbito universitario, visto desde su dimensión relacional, en la cual se dispone de un sentido de confianza y de obligaciones mutuas que se pueden desarrollar a través de la red o de las relaciones que se producen entre la Universidad y sus egresados, reviste trascendencia para el propio impacto que debe tener la institución en la sociedad, teniendo en cuenta las necesidades de formación que experimenten los profesionales en el ámbito laboral.

De acuerdo con lo anterior, en este documento se aborda el objetivo de proponer estrategias que contribuyan al fortalecimiento del capital social generado por la Universidad del Valle a través de la extensión y proyección social dirigida a los egresados de Contaduría Pública en Guadalajara de Buga. Para esto el documento se divide en siete capítulos además de esta introducción. En el primer capítulo se exponen las bases teóricas y metodológicas del estudio, donde se plantea la problemática, los objetivos de la investigación, la justificación, el marco de referencia y el diseño metodológico. El segundo capítulo aborda el marco de referencia, donde se expone el marco teórico, marco legal y contextual. En el caso del marco teórico, se presentan los principales elementos que permiten el desarrollo de la investigación, como son el capital social, sus dimensiones, la relación universidad y entorno, así como la extensión universitaria desde la perspectiva del capital social. También se trata el concepto teórico de la percepción y su medición.

En el capítulo tres se da comienzo al desarrollo de los objetivos específicos, iniciando con la descripción de las características de los programas de extensión y proyección social de la Universidad del Valle frente a las necesidades de los egresados de Contaduría Pública; luego, el capítulo cuatro muestra la identificación de la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades y, finalmente, en el capítulo cinco se determinan los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados.

Se logra concluir que para contribuir al fortalecimiento del capital social generado por la Universidad del Valle a través de la extensión y proyección social, se requiere un modelo que permita comprender la relación que ocurre entre ésta área y los egresados del programa académico de Contaduría Pública, abordando la dimensión relacional del capital social y sentando las bases para su gestión en función de sus principales elementos influyentes asociados al capital humano, estructural y relacional.

1. PRELIMINARES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Según Putman,² el capital social constituye un bien colectivo o público construido o fortalecido a través de una red de relaciones sociales permanentes y articuladas para generar utilidad social, basadas en la confianza, cooperación y compromiso con capacidad para generar valor en la sociedad. Por ello, se destacan las características de la organización social en términos de redes, normas y confianza. El capital social hace sobresalir los beneficios de la inversión en capital físico y humano. Desde esta óptica es posible estudiar el nivel de relación que existe entre las Universidades y sus egresados, a través de la conformación de redes que permitan fortalecer la formación de los profesionales de Contaduría Pública por medio de los programas de extensión universitaria de la Universidad del Valle sede Buga.

Teniendo en cuenta lo anterior, se consultaron antecedentes relacionados con los tres principales ejes temáticos de este trabajo: capital social, extensión universitaria y egresados. La relación entre estos temas se encuentra en la necesidad de comprender la articulación entre Universidad y Egresados, la cual se logra a través de la extensión universitaria que busca ser pertinente para las necesidades de este segmento de profesionales, fomentando una red de relaciones que pueden estudiarse desde el concepto de capital social.

Por lo tanto, inicialmente se presentan los antecedentes relacionados con el capital social para conocer la forma cómo se han abordado desde el ámbito universitario, para luego referenciar los estudios sobre la extensión universitaria y, finalmente, los de los egresados y sus vínculos con la universidad que constituyen el objeto de estudio en esta investigación.

1.1.1 Antecedentes sobre capital social

- EL CAPITAL SOCIAL Y LA UNIVERSIDAD: ESTUDIO SOBRE LA INFLUENCIA DE LA UNIVERSIDAD EN LA CONSTRUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL DE LOS JÓVENES³

Este antecedente del orden internacional, se presenta en la Universidad de La Coruña (España), en el cual se estudia el capital social de los jóvenes (universitarios y no universitarios) y en qué medida la pertenencia a la institución comunitaria condiciona su incremento, tomando la universidad como marco de referencia. De

² PUTNAM, Robert. Para que la democracia funcione: Las tradiciones cívicas en la Italia moderna. Caracas: Ed. Galac, 2011. 304 p.

³ HAZ GÓMEZ, Francisco Eduardo. El capital social y la universidad: estudio sobre la influencia de la universidad en la construcción del capital social de los jóvenes [en línea]. Tesis Doctoral, Departamento de Sociología e Ciencia Política e da Administración, 2015 [citado el 22 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/16106>

esta manera, se podrá cuantificar el impacto de esta institución sobre el aumento del capital social de los jóvenes.

Para ello, el objetivo del autor fue elaborar un modelo metodológico que aunara fundamentos de las principales corrientes teóricas en el estudio del capital social (culturalista, estructuralista y enfoque de redes).

Un patrón basado en los principales elementos del capital social que permita elaborar un modelo cimentado sobre una metodología cuantitativa y, que, mediante el uso de diferentes técnicas estadísticas, posibilite definir, medir y comparar el capital social individual de los jóvenes según su naturaleza (capital social de acceso y capital social movilizado) y su origen (capital social heredado y capital social propio).

Además de conocer cómo influyen otros factores como el capital cultural o la pertenencia a una determinada clase social en la consecución del capital social individual.

Esta investigación está basada en un doble análisis comparado (interno y externo) de dos grupos de jóvenes (universitarios de grado y no universitarios). Se abordan las perspectivas teóricas de los cuatro principales autores que actualmente abarcan la práctica totalidad de las investigaciones que se vienen realizando sobre el capital social. Los teóricos en los que se centra esta última parte del primer capítulo son: Pierre Bourdieu, James Coleman, Robert K. Putnam y Nam Lin.

El autor concluye que la universidad se encuentra estrechamente vinculada al capital cultural, pero también a la posición de clase social, pues los datos afirman que es un elemento a tener en cuenta dentro de las estrategias de reproducción social. Este planteamiento abre un campo amplio a la investigación que puede abarcar desde las propias redes que teje la institución con otras instituciones a nivel macro (capital social institucional) como el estudio de su influencia socio-política a través de sus ex miembros o cómo sus egresados utilizan el capital social adquirido en la universidad para integrarse en el mercado laboral o en la vida pública comunitaria.

- EL CAPITAL SOCIAL EN UNIVERSITARIOS DE CARTAGENA. CONFIANZA, ACCIÓN COLECTIVA, EMPODERAMIENTO Y ACCIÓN POLÍTICA⁴

Este trabajo parte de la identificación de una problemática en Cartagena, ciudad en la cual, según los autores, se presentan contextos sociales muy diferentes, en los cuales la falta de civismo, la ingobernabilidad y la desconfianza institucional se

⁴ GONZÁLEZ, Rocío M., PALACIO, Jorge. El capital social en universitarios de Cartagena. Confianza, acción colectiva, empoderamiento y acción política [en línea]. Magíster en Desarrollo Social de la Universidad del Norte, 2016 [citado el 25 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://revistas.usb.edu.co/index.php/GuillermoOckham/article/view/2609>

traducen en un bajo capital social. Además, se han incrementado la incertidumbre administrativa y la desconfianza en las instituciones y se observa una gran brecha entre los valores y las necesidades que perciben los gobernantes respecto de los ciudadanos que se supone deben dirigir. Por ello, el estudio indagó las características del capital social en universitarios, con base en la confianza, la acción colectiva, el empoderamiento y la acción política, mediante el cuestionario integrado para la medición del capital social (Inquesoc) del Banco Mundial.

Se llevó a cabo una investigación cuantitativa con un diseño descriptivo, a partir de una población conformada por estudiantes de la Corporación Universitaria Rafael Núñez de la ciudad de Cartagena, en disciplinas de las ciencias de la salud, las ciencias sociales y humanas, las ciencias administrativas y contables y la ingeniería de sistemas. De allí se seleccionaron 353 universitarios por un muestreo probabilístico estratificado y apoyado con el programa STATS (margen de error > 5 %, y nivel de confianza 95 %).

Los autores concluyen que la disminución de capital social genera una desconfianza horizontal y vertical y el tejido social no se ve fortalecido ni se evidencia apropiación de sus miembros en la capacidad de trabajar juntos en grupos u organizaciones a fin de lograr objetivos comunes. Es, entonces, cuando el Estado debe recuperar la confianza e influir de manera más directa para la creación del capital social mediante la educación.

- CAPITAL SOCIAL: ASOCIACIONISMO, CONFIANZA – VALORES Y CIUDADANÍA EN JÓVENES UNIVERSITARIOS⁵

Este artículo presenta los resultados de una investigación que indagó por el capital social de jóvenes universitarios en relación con las categorías asociacionismo, confianza-valores y ciudadanía.

El proyecto se desarrolló en la Corporación Universitaria Lasallista en Caldas – Antioquia (Colombia), con un grupo de estudiantes que cursaban diferentes asignaturas de formación humana. Se llevó a cabo a través de un diseño mixto de investigación, bajo el método de estudio de caso y con el uso de dos técnicas de construcción de datos: el cuestionario y el grupo focal.

Respecto a los hallazgos, cabe resaltar que, según los relatos de los participantes, las motivaciones que tienen para asociarse están relacionadas con la diversión y la búsqueda de la identidad, más que con razones solidarias enfocadas en población vulnerable. En relación con la confianza y los valores, los jóvenes manifiestan que les dan mayor importancia a ciertos valores como el respeto y la tolerancia, pues

⁵ ARIAS CARDONA, Ana María y MAZO PEÑA, Jeisy Andrea. Capital social: asociacionismo, confianza, valores y ciudadanía en jóvenes universitarios [en línea]. Revista Katharsis, N. 21, pp.193-216. Recuperado de <http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis>

son éstos los que les propician seguridad y, además, la sensación de que sus habilidades serán apreciadas por los otros. Finalmente, la ciudadanía es percibida como aquel ejercicio explícito en el que se garantizan ciertos derechos dentro de una comunidad, que son expresados mediante las votaciones y el respeto a la norma.

- CAPITAL SOCIAL: REVISIÓN DEL CONCEPTO Y PROPUESTA PARA SU REELABORACIÓN⁶

El objetivo del artículo es hacer una aproximación a la reelaboración del concepto de capital social, para lo cual se revisan autores y corrientes de pensamiento que se han ocupado del mismo. Esta revisión permitió a los autores evidenciar la naturaleza difusa del concepto y la ausencia de percepciones consistentes, que vayan más allá de parámetros economicistas y que permitan relaciones explicativas y comprensivas, acordes con la generación y el fortalecimiento de los procesos democráticos.

Los autores logran distinguir tres posturas frente a las propuestas teóricas: oposición total, aceptación total y crítica; esta última reelabora el concepto, mostrándolo al servicio de procesos de organización civil; un capital social que aporta a la inclusión y el control social frente al Estado y favorece procesos de participación democrática.

El resultado es la recreación de la base teórica, que lee el capital social desde cuatro dimensiones constitutivas: trayectorias socioculturales, responsabilidad social, asociatividad y desarrollo humano.

1.1.2 Antecedente sobre extensión universitaria

- LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: FUNCIÓN INTEGRADORA DEL QUEHACER UNIVERSITARIO EN EL PRESENTE SIGLO⁷

En el año 2002, Vega presenta un artículo en el que se mencionan algunas de las causas de los obstáculos para el desarrollo de la Extensión Universitaria, así como unos principios que deben caracterizarla. Igualmente se explicitan algunas de sus funciones generales y los objetivos más significativos que debería plantearse.

El autor afirma que para que las Instituciones de Educación Superior puedan lograr su empeño de contribuir al desarrollo y obtener la excelencia académica deben

⁶ ARBOLEDA ÁLVAREZ, Olga Lucía, GHISO COTOS, Alfredo Manuel y QUIROZ LIZARAZO, Elkin Horacio. Capital social: revisión del concepto y propuesta para su reelaboración [en línea]. Semestre Económico, volumen 11, No. 21, pp. 75-90 - enero-junio de 2008. Medellín, Colombia. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v11n21/v11n21a6.pdf>

⁷ VEGA MEDEROS, Juan Francisco. La extensión universitaria: función integradora del quehacer universitario en el presente siglo [en línea]. Investigación & Desarrollo, vol. 10, núm. 1, mayo, 2002, pp. 26- 39. Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26812103>

integrar adecuadamente sus tres funciones sustantivas: la docencia, la investigación y la extensión universitaria; y, al mismo tiempo, tener en cuenta un problema vinculado a la sociedad y a la cultura: La necesidad de elevar el desarrollo cultural de la población. Preservar y desarrollar la cultura es una necesidad de la sociedad y constituye el encargo social de la universidad. Esta función básicamente se cumple a través de la extensión universitaria.

Producto del artículo, el autor identifica una serie de objetivos que debe plantearse la universidad dentro de su misión a la hora de replantearse su quehacer en el campo de la Extensión. Entre ellos, está la articulación de la docencia y la investigación con las demandas intra y extrauniversitarias, buscando el compromiso de la comunidad universitaria con los intereses y necesidades de la sociedad organizada en todos los niveles y categorías (profesionales, organizaciones populares, sindicatos, órganos públicos, empresas y otros organismos); apuntando a una producción de conocimientos resultantes de la comparación con la realidad, con la permanente vinculación entre la teoría y la práctica.

- LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA EN AMÉRICA LATINA: CONCEPCIONES Y TENDENCIAS⁸

En el año 2011 Ortiz y Morales hacen una revisión sobre el desarrollo de la extensión universitaria en las universidades latinoamericanas, y se describen los avances en las universidades colombianas. Se realizó una revisión documental, apoyada en fuentes secundarias, especialmente de artículos sobre resultados de investigación en bases de datos científicas y de documentos institucionales.

Como resultado, se identifican algunos conceptos y modelos, así como experiencias específicas en el desarrollo de la función de extensión y las perspectivas que se vislumbran hacia su fortalecimiento.

En conclusión, se destaca la vigencia del tema y su importancia como función sustantiva, que debe hacer una lectura rigurosa de las necesidades del entorno, proyectar sus saberes y ofrecer soluciones a las problemáticas específicas de los países latinoamericanos, en una interacción de doble vía, que enriquezca a la universidad y a la sociedad en general.

Según las autoras, las políticas de extensión no pueden ser estáticas. Las acciones que se implementen, en la medida en que estén vinculadas a las necesidades del entorno, no se agotan, se enriquecen y se retroalimentan. También es necesario que se integren hacia un fin común y que sean asumidas por toda la comunidad

⁸ ORTIZ RIAGA, María Carolina; MORALES RUBIANO, María Eugenia. La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias. Educación y Educadores, [S.l.], v. 14, n. 2, ago. 2011. Disponible en: <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/1928/2515>

universitaria, en la búsqueda de generar mayor compromiso y una mayor interacción e impacto en el entorno de la universidad.

- PAPEL DE LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA EN LA TRANSFORMACIÓN LOCAL Y EL DESARROLLO SOCIAL⁹

El objetivo de este artículo consiste en realizar una valoración de la importancia de la extensión universitaria y su impacto en la sociedad, así como de las diversas definiciones del concepto extensión y modelos que confluyen en las instituciones de educación superior sobre la problemática, los cuales responden a variadas posturas ideológicas y concepciones acerca de la relación que debe existir entre la Universidad, la sociedad y los sectores involucrados teniendo como premisa la cultura, la pertinencia y el desarrollo sostenible.

En sus conclusiones los autores afirman que la Universidad constituye un potencial agente dinamizador del cambio social, puesto que forma a los futuros profesionales, que en el desarrollo de su trabajo profesional tendrán un efecto directo e indirecto en su entorno natural, social y cultural. La función social de la Universidad se expresa esencialmente a través de la extensión universitaria, ya que permite activar los ciclos evolutivos del sistema educativo y es un sistema funcional porque ordena los problemas típicos dentro de su espacio funcional; es decir, que la Universidad, a través de la extensión, tiene una función particular que le permite diferenciarse y autorreferenciarse del resto de los subsistemas sociales.

1.1.3 Antecedentes sobre egresados

Se realizó una revisión de artículos relacionados de los cuales se obtuvo la siguiente información:

- ESTUDIOS SOBRE EGRESADOS: LA EXPERIENCIA DE LA UNIVERSIDAD EAFIT¹⁰

Esta investigación fue realizada por el economista agrícola de la Universidad Nacional de Colombia Alberto Jaramillo y los economistas de la Universidad EAFIT Andrés Giraldo Pineda y Javier Santiago Ortiz Correa; elaborado en 12 Programas académicos de la Universidad; dentro de estos está el Programa de Contaduría Pública en el cual se hará énfasis.

⁹ CEDEÑO FERRÍN, Julio y MACHADO RAMÍREZ Evelio Felipe. Papel de la Extensión Universitaria en la transformación local y el desarrollo social [en línea]. Humanidades Médicas 2012;12(3):371-390. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202012000300002

¹⁰ JARAMILLO, Alberto; GIRALDO PINEDA, Andrés y ORTIZ CORREA, Javier Santiago. Estudios Sobre Egresados: La Experiencia De La Universidad EAFIT. En: Revista Universidad EAFIT [en línea]. No. 42 (enero-marzo, 2006). Disponible en: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/download/818/728/> [citado en 23 sep. 2018]

El objetivo principal fue el de alimentar una base de datos de egresados, a partir del análisis de las características socioeconómicas y trayectorias laborales, académicas y sociales de los profesionales.

El desarrollo de este estudio generó un conocimiento sobre la calidad de la educación que están recibiendo los estudiantes a lo largo de su carrera. Por su parte, la metodología que se utilizó en esta investigación fue de tipo descriptivo mediante la aplicación de un formulario que sirve como herramienta de seguimiento a las y los egresados/as; utilizando tanto el envío de correos postales como las entrevistas telefónicas, el uso de páginas web y vía correos electrónicos.

La estructura de la encuesta cubrió varios campos como el desempleo, la calidad de educación recibida y el desempeño de las y los egresados/as en las diferentes empresas donde laboran.

A través de esta investigación se pudo obtener resultados como:

- El impacto social de los Programas de Pregrado de Contaduría Pública fue calificado, ante la sociedad y el egresado, como una educación eficiente en cuanto a la formación obtenida. Además, las y los egresados/as dieron a conocer, según la encuesta, que la Universidad tiene un alto reconocimiento en el medio laboral.
 - Con ello se determina que la Universidad logra las expectativas en cuanto al impacto que tiene el egresado ante la sociedad, deduciendo que la universidad EAFIT tiene una calidad educativa destacada y tiene efectos positivos al momento que el egresado sale a ejercer su profesión.
- DIAGNÓSTICO DEL DESEMPEÑO DE LAS Y LOS EGRESADOS/AS DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA¹¹

Otro artículo corresponde al publicado en La Revista Lebret de la Universidad Santo Tomás de la ciudad de Bucaramanga, del año 2009. Esta investigación fue realizada por varios grupos tales como: Grupo de Investigación de Economía Social, Grupo de Investigación para el Desarrollo de la Contaduría Pública y de Negocios Internacionales.

El problema en este estudio se basa en un interrogante que indaga acerca de si la formación académica impartida por la universidad, logra garantizar una educación

¹¹ VALDIVIESO, Luis Eusebio y LOZANO, Elizabeth. Diagnóstico del desempeño de las y los egresados/as Tomasinos de la facultad de contaduría pública. En: Revista LEBRET [en línea]. No. 1 (diciembre, 2009). Disponible en: http://econpapers.repec.org/scripts/redir.plex?u=http%3A%2F%2F200.21.227.132%2Finicio%2Fpublicaciones%2Fdiv_econ_o%2Fpdf%2Flebret.pdf;h=repec:col:000385:007151 [citado en 22 sep. 2018]

integral a los estudiantes y acorde a los requerimientos y necesidades del sector empresarial.

La metodología que se utilizó en este estudio comprende un proceso de investigación con un enfoque descriptivo y cuantitativo, el cual giró en torno a la aplicación de una prueba piloto. A partir de los resultados obtenidos en esta prueba, se logró realizar las consideraciones respectivas, para aplicar el instrumento de recolección de información definitivo. Se encuestó a empresarios de la región, tanto del sector industrial como comercial y de servicios, para conocer sus opiniones acerca del egresado del Programa de Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás.

Los resultados que se encontraron: en primer lugar, fue que el egresado labora en áreas acorde a su profesión, lo que resalta la excelente formación que recibieron los profesionales de Contaduría Pública de la Institución. En segundo lugar, se encontró que el egresado puede desempeñarse en el sector laboral siendo un empleado, un empresario o como independiente, lo que le otorga una gran oportunidad para desarrollarse profesionalmente; además se evidencia que el profesional se desempeña más en el sector privado que el sector público.

De acuerdo con la opinión de los egresados, los aspectos más importantes que debería mejorar el Programa de Contaduría Pública fue el de implementar más prácticas y profundizar en el área de la tecnología. Igualmente, la opinión del sector empresarial en cuanto a las principales debilidades que presentan las y los egresados/as del Programa hacen referencia a varios aspectos, los principales son el conocimiento tecnológico y expresión oral y escrita.

Este estudio le permitió a la Universidad darse cuenta de que se debe evaluar con más frecuencia el impacto de sus egresados, ya que les permite afianzar las fortalezas con el fin de competir en el mercado; también lograr una mayor relación entre la teoría y la práctica de tal forma que el egresado pueda enfrentar con mayores argumentos el ejercicio profesional; otro punto fue el de basar la formación con el apoyo de herramientas tecnológicas que faciliten el desempeño profesional.

1.1.4 Consideraciones finales de los antecedentes

Los anteriores antecedentes abordaron tres ejes temáticos, a saber: el capital social, la extensión universitaria y los egresados. En el primer caso, es posible indicar que el fortalecimiento del capital social, entendido como la red de relaciones que se pueden crear entre la Universidad y sus egresados, resulta importante para el propio impacto que debe tener la institución en la sociedad, considerando las necesidades de formación que experimenten los profesionales en el ámbito laboral. Adicionalmente, los antecedentes referidos a la extensión universitaria permitían comprender que la Universidad, a través de ella adquiere una suerte de capacidad

de potencializar su función social, convirtiéndose en un agente de cambio del entorno social y cultural en el cual actúan estas instituciones.

Por su parte, la revisión de los antecedentes referentes a los egresados permite comprender que es necesario cuidar los vínculos entre estos y las universidades, ya que así es posible identificar los cambios que implican nuevas exigencias para los profesionales y que afectan el desenvolvimiento en el campo laboral, permitiendo elaborar y ofrecer propuestas institucionales de mejora a través de los programas de extensión y proyección social, que tienen como propósito, no solo fortalecer la relaciones directas entre la universidad y sus egresados, sino, las indirectas que se presentan entre dichos egresados y la sociedad, es decir, la red de relaciones. Debido a esto abordar estrategias para contribuir al fortalecimiento del capital social, desde el ámbito de la dimensión relacional, surge como un elemento influyente en el devenir institucional.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con Gibbons¹² en el siglo XXI la educación superior no sólo tendrá que ser pertinente, sino que, además, esa pertinencia será juzgada en términos de productos, de la contribución que la educación superior haga al desempeño de la economía nacional y, a través de ello, del mejoramiento de las condiciones de vida. A su vez Malagón¹³ afirma que la pertinencia constituye el fenómeno por medio del cual se establecen las múltiples relaciones entre la universidad y el entorno, teniendo en cuenta que esta se constituye en una institución social que se enmarca en un contexto histórico determinado, por lo tanto, los cambios que suceden en la sociedad determinan la interacción entre la institución y su entorno social.

En el caso de la Universidad del Valle, las relaciones con el sector externo, se legitiman mediante el Acuerdo No. 010 de Abril de 2015 del Consejo Superior, por el cual se adoptan las bases de la Proyección Social basados en el Proyecto Institucional de la institución.¹⁴

De conformidad con su Proyecto Institucional contenido en el Acuerdo N° 001 del 29 de enero del 2002 emanado del Consejo Superior, la Universidad del Valle señala que la Proyección social y la Extensión son actividades misionales a través de las cuales la Universidad vincula la docencia y la investigación al tratamiento y planteamiento de alternativas respecto de los retos y problemas críticos de la región

¹² GIBBONS, Michael. Pertinencia de la educación superior en el siglo XXI. ASSOCIATION OF COMMONWEALTH UNIVERSITIES. 1998

¹³ MALAGÓN PLATA, Luis Alberto. (2003). La pertinencia en la educación superior. Elementos para su comprensión. En Revista de la Educación Superior. Vol. XXXII (3), Núm. 127. Julio – septiembre de 2003

¹⁴ UNIVERSIDAD DEL VALLE. ACUERDO No. 010 Abril 7 de 2015. "Por la cual se adopta una nueva versión del Proyecto Institucional de la Universidad del Valle" [en línea]. Consejo Superior, 2015 [citado el 12 de feb. de 18]. Disponible en: http://secretariageneral.univalle.edu.co/consejo-superior/acuerdos/2015/Acu_010.pdf

y del país, contribuye a la construcción de un proyecto cultural, ético y democrático, validándose como institución relevante y comprometida con su entorno.

De acuerdo con la Resolución No. 028 Julio 6 del 2012 “Por la cual se establecen los Principios, Propósitos y Modalidades de la Proyección social y la Extensión en la Universidad del Valle”¹⁵ la proyección social tiene por objeto la interacción amplia y recíproca de la Universidad con la sociedad, con el propósito de aportar al bienestar y la solución de sus problemas; a la transformación y el desarrollo institucional; al fortalecimiento de las capacidades productivas, sociales, políticas, ambientales, deportivas, artísticas y culturales de las comunidades de la región y el país.

Por lo anterior, en su misión institucional, se indica: “...Atendiendo a su carácter de universidad estatal, autónoma y con vocación de servicio social, asume compromisos indelegables con el desarrollo de la región, la conservación y el respeto del medio ambiente y la construcción de una sociedad más justa y democrática.”¹⁶ A través de la cual se puede apreciar que la institución tiene una clara vocación de servicio social, comprometida con el desarrollo de la región.

A partir de lo anterior se observa que, para la Universidad del Valle, la articulación con las necesidades locales y nacionales resultan fundamentales en el marco de su proyección social y es allí donde se logra su pertinencia. Esto, en términos de Putman,¹⁷ constituye lo que se entiende como el capital social, que no es más que un bien colectivo o público construido o fortalecido a través de una red de relaciones sociales permanentes y articuladas para generar utilidad social, basadas en la confianza, cooperación y compromiso con capacidad para generar valor en la sociedad.

Por lo tanto, en la medida que la Universidad del Valle, a través de sus programas académicos y, en particular, por medio de los programas de proyección social y extensión logre una mayor articulación con su entorno, el cumplimiento de su misión estará garantizado, es decir, fortaleciendo una red de relaciones sociales permanentes y articuladas que generan utilidad social, construyendo así un capital social basado en la confianza y cooperación entre la Universidad y su entorno.

Una importante forma de fortalecer el capital social es a través de los vínculos entre la Universidad y sus egresados, por medio de los programas de extensión que propendan por el fortalecimiento de la formación de los individuos, para que estén

¹⁵ UNIVERSIDAD DEL VALLE. Resolución No. 028 Julio 6 del 2012 “Por la cual se establecen los Principios, Propósitos y Modalidades de la Proyección social y la Extensión en la Universidad del Valle [en línea]. Página web institucional, 2018 [citado el 11 de abril de 2018]. Disponible en: http://uvsalud.univalle.edu.co/pdf/politicas_institucionales/rcs_028_proyeccion_social_y_extension.pdf

¹⁶ UNIVERSIDAD DEL VALLE. Misión y Visión [en línea]. Página web institucional, 2018 [citado el 14 de febrero de 2018]. Disponible en: <http://buga.univalle.edu.co/la-sede/mision-y-vision>

¹⁷ PUTNAM, Robert. Para que la democracia funcione: Las tradiciones cívicas en la Italia moderna. Caracas: Ed. Galac, 2011. 304 p.

mejor preparados y afrontar el reto de transformar su entorno. La red de relaciones que se crean entre la universidad y sus egresados permite fortalecer el capital social institucional y contribuir a que la institución sea pertinente.

Sin embargo, en el ámbito de la Universidad del Valle sede Buga se presentan algunos síntomas que evidencian ciertos obstáculos para que esta red de relaciones entre la institución y sus egresados se fortalezca. En la entrevista realizada a Luz Adriana Agudelo Castaño, Coordinadora de Extensión y Proyección Social, se pudo determinar que existe una problemática asociada a los vínculos entre ambos actores (Universidad y egresado), como es el caso de la baja vinculación de los egresados en los programas de bienestar social, la falta de una política específica donde se establezcan descuentos para sus egresados en las ofertas que se les brindan (por ejemplo, en los postgrados no hay descuentos que incentiven a los egresados a participar), los encuentros de egresados se recortaron por temas presupuestales, se les cobraba la participación en estos eventos.

Esta situación problemática tiene diversas causas, identificadas también a través de la entrevista efectuada a la coordinadora de Extensión y Proyección Social de la institución. Por ejemplo, la escasez de recurso humano, solo hay una persona encargada y una auxiliar la cual no solo maneja el programa de egresados sino todo lo concerniente al trabajo del área de extensión; se cuenta con una infraestructura deficiente, dado que solo hay una oficina en la que trabajan aproximadamente 7 personas que no pertenecen como tal al área de extensión, este es un espacio reducido que deben compartir con el personal del área de bienestar universitario.

Con relación al alcance de los programas de extensión, se menciona un aspecto crítico en cuanto a la base de datos. La forma de obtener fácilmente esa información es con los recién egresados al solicitar la información antes de retirarse (se toma como el momento más oportuno); por Facebook también intentan conseguir más egresados. Se encuentra dificultad en esta labor por el poco personal y es una tarea en la que se encuentran con información muy desactualizada lo que a veces hace que pierdan contacto total con algunos egresados.

Por lo tanto, las consecuencias de esta situación problemática repercuten en la confianza que pierde la institución, a través del área de extensión, frente a sus egresados, dificultando la conformación de una red de relaciones sólida, porque se obstaculiza la cooperación y coordinación de la acción para el beneficio mutuo, es decir, se presentan problemas en el ámbito de capital social institucional.

1.2.1 Definición del problema de investigación

Dada la necesidad de que las universidades sean pertinentes, es importante fortalecer los vínculos entre estas instituciones y sus egresados a través de los programas de extensión, lo cual permite contribuir en la construcción de capital social por medio de la red de relaciones sociales articuladas entre egresados y

universidades para responder a las necesidades en el ámbito local.

Por lo tanto, para comprender cómo se puede contribuir al fortalecimiento del capital social generado por la Universidad del Valle a través de la extensión y proyección social en sus relaciones con los egresados de Contaduría Pública en Guadalajara de Buga, se toma como población objeto de estudio a los egresados de las cohortes comprendidas entre el año 2014 y 2016, ya que se pretende obtener respuesta de profesionales con una mayor acumulación de experiencias asociadas a su desempeño laboral, diferenciándose de los recién egresados.

1.2.2 Formulación del problema de investigación

¿Cómo se puede contribuir al fortalecimiento del capital social generado por la Universidad del Valle a través de la extensión y proyección social en sus relaciones con los egresados de Contaduría Pública en Guadalajara de Buga?

1.2.3 Sistematización del problema

¿Cuáles son las características de los programas de extensión y proyección social de la Universidad del Valle frente a las necesidades de los egresados de Contaduría Pública en la actualidad?

¿Cuál es la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades?

¿Cuáles son los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados en Guadalajara de Buga?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Proponer estrategias que contribuyan al fortalecimiento del capital social generado por la Universidad del Valle a través de la extensión y proyección social dirigida a los egresados de Contaduría Pública en Guadalajara de Buga.

1.3.2 Objetivos Específicos

Describir las características de los programas de extensión y proyección social de la Universidad del Valle frente a las necesidades de los egresados de Contaduría Pública.

Identificar la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades.

Determinar los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta que la sociedad y el mundo empresarial cada vez es más exigente, es importante fortalecer el capital social de las universidades, como es el caso de la Universidad del Valle sede Buga en sus relaciones con sus egresados del programa de Contaduría Pública en el marco de los programas de extensión y proyección social. Dicho capital es entendido como el bien colectivo o público construido o fortalecido a través de una red de relaciones sociales permanentes y articuladas para generar utilidad social, basadas en la confianza, cooperación y compromiso con capacidad para generar valor en la sociedad. Por ello, el desarrollo de este trabajo se fundamenta en los planteamientos de Coleman y Putman¹⁸ sobre capital social, así como los de Gibbons¹⁹ y Malagón²⁰ respecto a la pertinencia de la universidad en el contexto local.

Con este trabajo se busca no sólo analizar la forma cómo la Universidad del Valle trabaja sus relaciones con sus egresados del programa de Contaduría Pública por medio de los programas de extensión y proyección social y, por ende, genera capital social, sino también, la confianza que los egresados tienen hacia la institución, cuál es el nivel de cooperación existente y cómo se puede fortalecer el capital social a través de estrategias que contribuyan a su fortalecimiento a futuro.

Debido a esto, el trabajo es pertinente para la Universidad del Valle, ya que se busca proponer estrategias para que el capital social se fortalezca a partir de la red de relaciones entre la institución y los egresados de Contaduría Pública, lo cual potencializará la capacidad de éstos para influir positivamente en su entorno, logrando así contribuir a que se cumpla la misión de la Universidad de transformar su entorno.

De lo anterior se deriva la importancia del trabajo para la sociedad, ya que el fortalecimiento del capital social que genera la Universidad permitirá que ésta tenga una mayor incidencia en su entorno, en función de las necesidades de las organizaciones públicas y privadas, que tiene beneficios para la comunidad a partir de egresados con mayores competencias adquiridas.

¹⁸ PUTNAM, 2011. Op. cit.

¹⁹ GIBBONS, 1998. Op. Cit.

²⁰ MALAGÓN PLATA, 2003 Op. Cit.

Para la profesión contable el trabajo resulta importante, ya que se podrán identificar las necesidades generales y específicas de los egresados de contaduría pública y la pertinencia de los programas de extensión y proyección social de la Universidad del Valle, respecto a la capacidad de satisfacer estas necesidades y que los egresados tengan las competencias necesarias para desempeñarse profesionalmente, teniendo como fundamento el capital social que se genera por parte de la red de relaciones entre universidad y egresados.

1.5 DISEÑO METODOLÓGICO

1.5.1 Tipo de estudio

Según Hernández,²¹ los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. De esta manera, la presente investigación constituye un estudio de tipo descriptivo porque se caracterizaron inicialmente los programas de extensión y proyección social de la Universidad del Valle frente a las necesidades de los egresados de Contaduría Pública.

Además, fue un estudio con enfoque cualitativo, ya que se identificó la percepción que tienen los egresados, sobre la red de relaciones con las universidades en función de sus necesidades de formación.

1.5.2 Método de investigación

Respecto al método de investigación se encuentra el método deductivo, el cual, según Méndez²², permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas, es decir, a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general. Aquí se trata de deducir la relación entre la universidad y los egresados de Contaduría Pública a través de la extensión, fortaleciendo el capital social.

1.5.3 Fuentes de información

Según Méndez, “la información es la materia prima por la cual puede llegarse a explorar, describir y explicar hechos o fenómenos que definen un problema de investigación”.²³ El desarrollo de la investigación requirió la utilización de fuentes primarias y secundarias.

²¹ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la Investigación. McGraw Hill. Bogotá, 1997.

²² MÉNDEZ A., Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Editorial Limusa. México, 2008. p. 242

²³ *Ibid.* p. 249.

1.5.3.1 Fuentes primarias

Las fuentes primarias estuvieron constituidas por los egresados de Contaduría Pública y el personal de la Universidad del Valle adscrito al área de extensión.

1.5.3.2 Fuentes secundarias

Como fuentes secundarias se requirieron documentos sobre capital social, extensión universitaria y egresados.

1.5.4 Población y muestra

1.5.4.1 Población y muestra de egresados

Mediante el trabajo de investigación se planteó, inicialmente, como población objetivo de estudio a todas aquellas personas egresadas del programa de contaduría pública de la Universidad del Valle sede Buga entre los años 2014 a 2016. Este periodo se escoge sobre la base de contactar a egresados de más de dos años de haber obtenido su título profesional, de manera que tengan un mayor conocimiento de las necesidades que reconocen a través de su desempeño laboral. Sin embargo, no denota una necesidad específica de que sea este período, más allá de la facilidad para contactarlos. También reconociendo que en la medida de que el egresado tenga más años de haberse graduado, existen más probabilidades de que pierdan el contacto con la institución.

Cuadro 1. Egresados de la Universidad del Valle, Programa Académico de Contaduría Pública, 2014-2016

Género / Año	2014	2015	2016
Masculino	9	14	10
Femenino	17	23	17
Total	26	37	27

Fuente: Programa Académico de Contaduría Pública, Univalle Buga, 2017

De esta población se seleccionó una muestra de acuerdo con el siguiente diseño:

Universo: egresados de Contaduría Pública, años 2014-2016. En total corresponde a 90 personas.

Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple.²⁴

²⁴ HAYES, Bob. Cómo medir la satisfacción del cliente. Diseño de encuestas, uso y métodos de análisis estadístico. Editorial Alfaomega. México, junio de 2006. p. 84

Nivel de confianza y error: El Nivel de Confianza es el Grado de certidumbre sobre la exactitud de la estimación de la muestra. Se fija para este estudio en 95% ($Z = 1.96$). El error muestral se origina al trabajar una muestra y no un censo. Corresponde al error que se comete al extraer la muestra. Se escoge un nivel de error del 10%.

Tamaño de la muestra: se estima con base al muestreo estratificado con fijación proporcional y la población objetivo de la siguiente manera:

p = Probabilidad favorable (éxito) del atributo que se investiga en la población. Para determinar este porcentaje se aplicó una muestra piloto, con 10 encuestados, tomando como pregunta de control la número 7 del tercer cuestionario “Dimensión Relacional” (Ver anexo A). A la pregunta: “7. He hecho uso de algunos programas y cursos ofrecidos por el área de extensión de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA”, se encontró que el 20% de los encuestados en la prueba piloto respondió “De acuerdo”.

q = Probabilidad desfavorable ($1-p$): esta probabilidad resulta de la diferencia entre el total y el porcentaje anterior, es decir, el 80% de los encuestados en la prueba piloto no ha hecho uso de los programas y cursos ofrecidos por el área de extensión.

A partir de estos datos, se aplicó la siguiente fórmula de muestreo para poblaciones finitas, dando como resultado un total de 37 encuestas.

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{(N \times e^2) + (z^2 \times p \times q)} = \frac{1.96^2 \times 0.2 \times 0.8 \times 90}{(90 \times 0.05^2) + (1.96^2 \times 0.2 \times 0.8)} = 37$$

1.5.5 Técnicas de recolección de la información

Para la recolección de información proveniente de fuentes primarias, se utilizó la encuesta, aplicada a los egresados de Contaduría Pública en Guadalajara de Buga.

La recolección de información mediante la encuesta se hace por medio de cuestionarios, los cuales, según Méndez²⁵ tienen aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento. La encuesta permite identificar la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades.

1.5.6 Manejo de información

²⁵ Ibíd. p. 52.

La información recolectada a través de los cuestionarios fue procesada a través de programas informáticos como Excel, los cuales permitieron el procesamiento de datos, generación de gráficos y análisis estadístico, convenientes para caracterizar la situación de los egresados de Contaduría Pública en estudio.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Capital social

Sánchez,²⁶ distingue dos perspectivas que han contribuido a la construcción de una teoría del capital social: la sociológica de Bourdieu y Coleman y la económica de Putman.

La perspectiva sociológica del capital social de Pierre Bourdieu, además del capital económico, incluye el capital cultural y el simbólico. Para explicar su concepción de capital social, Bourdieu hace énfasis en el capital cultural, del cual señala que provee credenciales académicas y cualificaciones que otorgan un “certificado de competencia cultural”. De acuerdo con esta noción, es necesario subrayar el hecho de que el capital cultural necesariamente es provisto por una institución,²⁷ quien es la encargada de proveer dichas “credenciales académicas”. Es decir, una organización puede producir capital social, representado éste en el capital cultural creado o institucionalizado.

Bourdieu, autor referenciado por Sánchez,²⁸ define el capital social de la siguiente forma: Es el conjunto de recursos reales o potenciales que están ligados a la pertenencia a un grupo como conjunto de agentes que no solamente están dotados de propiedades comunes (susceptibles de ser percibidas por el observador, por los otros, o por ellos mismos), sino también están unidos por relaciones permanentes y útiles. Este autor señala que el capital social se encuentra en dos dimensiones: la extensión de la red de relaciones sociales (relaciones permanentes) y el volumen de capital económico, cultural y simbólico que posee (propiedades comunes).

Respecto a lo anterior, pueden presentarse dos escenarios: una red de relaciones sociales poco extensas pero una gran cantidad de capital económico, cultural o simbólico; o una gran extensión de la red de relaciones sociales, pero bajo nivel de capital económico, cultural y simbólico. La condición óptima sería que ambas condiciones sean extensas.

El otro exponente del capital social desde la perspectiva sociológica es James Coleman, a partir de su aporte a la comprensión y explicación de la acción social, teniendo en cuenta que la sociología tiene la tendencia a “observar al actor como

²⁶ SÁNCHEZ, Karem. Construcción de capital social: la experiencia de la Fundación Carvajal. Primera Edición. Cali: Universidad del Valle, 2004. 240 p.

²⁷ Por institución se entiende toda entidad formal o informal que fomente y desarrolle habilidades en el ser humano que le permita cualificarse.

²⁸ *Ibíd.* p. 29.

socializado y a la acción gobernada por normas, reglas y obligaciones.”²⁹ Para lograr esto, Coleman introduce como herramienta conceptual la noción de capital social y se define por su función. No es una entidad singular sino una variedad de entidades diferentes con dos elementos en común: todas incorporan algunos aspectos de las estructuras sociales y facilitan ciertas acciones de los actores –ya sean individuos o actores colectivos– dentro de la estructura. Como otras formas de capital, el capital social es productivo, hace posible el logro de ciertos fines que en su ausencia serían imposibles de cumplir.

A diferencia de otras formas de capital, el capital social es inherente a la estructura de relaciones entre los actores y dentro de los actores. No está alojado en los actores o en implementos físicos de producción. Puesto que las organizaciones con un propósito pueden ser actores (actores colectivos) de la misma manera que lo son los individuos, las relaciones entre los actores colectivos pueden constituir también capital social.³⁰

Coleman concretiza las relaciones entre las personas y para explicarlo acude a la identificación de lo que para él son tres formas básicas de capital social: “las obligaciones y expectativas que operan en una sociedad estrechamente relacionadas con la idea de confianza en el medio social; la capacidad para el flujo de información en la estructura social; y finalmente, las normas y sanciones vigentes y activas en la sociedad.”³¹

La segunda perspectiva corresponde a las ideas de Putman³² fundador y promotor de la teoría del capital social en economía. El autor demuestra cómo la democracia y sus principales instituciones funcionan mejor en las sociedades dotadas de un mayor capital social, es decir, en aquellas que están basadas en relaciones de confianza, normas de reciprocidad y redes de compromiso cívico.

Según Sánchez,³³ para Putman el capital social se refiere a las características de la organización social en términos de redes, normas y confianza, entre otras, que facilitan la cooperación y la coordinación de la acción para el beneficio mutuo. El capital social hace sobresalir los beneficios de la inversión en capital físico y humano.

²⁹ Ibid. p. 30.

³⁰ Ibid. p. 31-32

³¹ Ibid. p. 32.

³² PUTNAM, 2011. Op. Cit.

³³ SÁNCHEZ. Op. cit. p. 33.

2.1.2 Dimensiones del capital social

Parra³⁴ cita a los autores Nahapiet y Ghoshal quienes indican que el Capital Social presenta tres dimensiones que, a su vez, plantean consecuentemente tres categorías de retos para las organizaciones:

- Dimensión *estructural*: por la que las personas pueden percibir por ellos mismos que forman parte de una red o nexo de relaciones. Para los autores la dimensión estructural “trata de abarcar toda la interacción social que se produce en la red, centrándose en las propiedades del sistema social y de la red de relaciones como un todo” de manera que se refiere al modelo general de conexiones entre los actores, representando a quien se alcanza y cómo se alcanza. Según los autores citados, “el capital social bajo esta dimensión puede ser analizado desde la perspectiva de los vínculos de red que abarca el modo específico en el que los actores están relacionados, en términos de fuerza, frecuencia y estrechez, y la configuración de la red que determina el modelo de uniones entre los miembros de una red en términos de densidad, conectividad y jerarquía”.
- Dimensión *relacional*: por la que se dispone de un sentido de confianza y de obligaciones mutuas que se pueden desarrollar a través de la red o de las relaciones que se producen. Esta dimensión se refiere a las características y atributos de las relaciones, como la confianza y otros incentivos que se derivan principalmente de la historia y reputación de la empresa. De manera que, para los autores, las facetas clave de esta dimensión son la confianza y el contenido relacionales, siendo una de las variables que conforman el contenido relacional la identidad o identificación, la cual se refiere al grado en el que los actores se ven a ellos mismos conectados con otros actores, siendo un componente importante que permite a los miembros compartir historias y experiencias.
- Dimensión *cognitiva*: por la que los miembros de la red tienen el interés común o la actitud de querer compartir sus conocimientos y cuestiones en el seno de la organización, basados en el principio de la confianza. Para los autores, esta dimensión representa los recursos proporcionados por el entendimiento y significado compartido entre los miembros de la red. Los dos aspectos principales de esta dimensión son la cultura y las metas compartidas entre los miembros de la red. Estas metas compartidas representan el grado por el cual los miembros de la red comparten un entendimiento y un enfoque hacia el logro de las tareas y el resultado de la red. Por otro lado, la cultura compartida se refiere al grado por el cual las normas de comportamiento controlan o dirigen las relaciones, es decir es el conjunto de reglas y normas institucionalizadas que dirigen un comportamiento apropiado en la red.³⁵

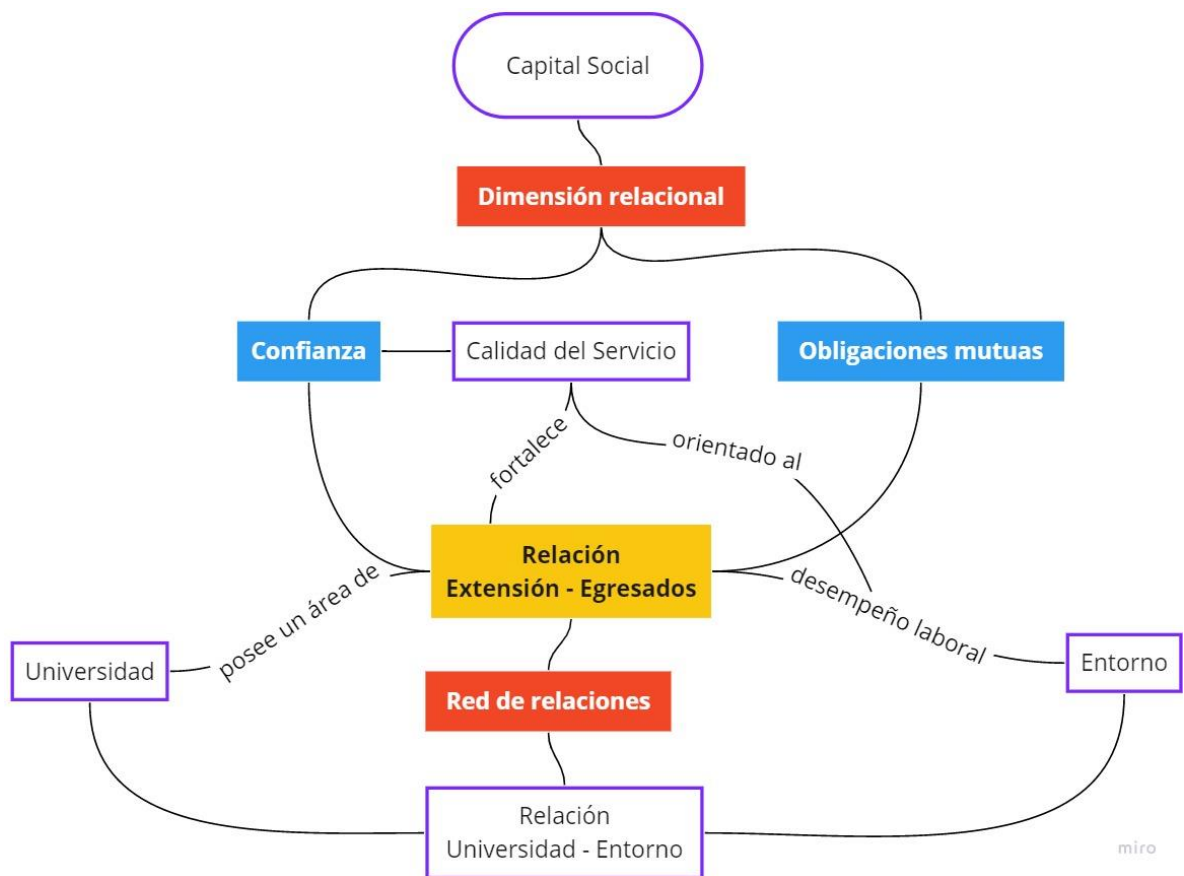
³⁴ PARRA R., Gloria. Capital social y transmisión de conocimiento en los distritos industriales el rol de las instituciones locales. [en línea] Universidad de Castilla, La Mancha [recuperado el 24 de junio de 2018] Disponible en internet: <URL:<http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/378/Gloria%20Parra%20Requena.pdf>>

³⁵ Ibid. p. 109.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, es necesario subrayar el hecho de que en esta investigación se utilizó el concepto de capital social desde la dimensión relacional, donde el énfasis se encuentra en el sentido de confianza y de obligaciones mutuas que se pueden desarrollar a través de la red o de las relaciones que se producen entre el área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga y los egresados de Contaduría Pública. En esta dimensión se tiene en cuenta las características y atributos de las relaciones, como la confianza y otros incentivos.

Lo anterior permite proponer que la confianza en la relación que se debe presentar entre el área de extensión y los egresados se fundamenta en la calidad del servicio que se proporcione en dicha área, lo que permitirá estrechar los lazos y fortalecer la red de relaciones entre la Universidad, los egresados y el entorno. En la siguiente figura se ilustra esta situación:

Figura 1. La relación extensión – egresados desde la perspectiva del capital social.



Fuente: elaboración de las autoras

Considerando la figura anterior, puede apreciarse que la relación directa entre el área de extensión y los egresados puede estudiarse desde la dimensión relacional

del capital social, la cual se fundamenta en la confianza y las obligaciones mutuas. Dadas las características de esta relación, se plantea como elemento generador de confianza, a la calidad del servicio ofrecido en la extensión universitaria, que permitirá estrechar las relaciones directas entre estos actores e indirectas (o ampliadas) entre la universidad y el entorno.

Entonces, se trata de fortalecer el capital social generado en la red de relaciones que se originan en la relación directa entre el área de extensión y los egresados, para orientar estos servicios a las necesidades que se producen en el desempeño laboral que tienen los egresados al actuar en el entorno. Por tanto, si se fortalece el capital social desde la dimensión relacional, es posible mejorar la red de relaciones directas entre el área de extensión y egresados y las indirectas entre la universidad y el entorno.

Conviene entonces comprender la relación entre la universidad y el entorno, considerando que hacen parte de la red de relaciones que se pretenden fortalecer a través del capital social.

2.1.3 Relación Universidad – entorno

La responsabilidad de la Educación Superior, específicamente de la Universidad, es algo que pertenece a su misma naturaleza, la cual tiene como uno de sus objetivos primordiales “el ser factor de desarrollo, orientación crítica, y transformación de la sociedad en que vive. Por ello debe insertarse en la realidad nacional estudiando, de manera operativa e interdisciplinaria, los grandes problemas que vive el país, produciendo conocimientos relevantes sobre estos problemas y presentando estrategias y alternativas para que de una manera seria y responsable se logre la transformación de la sociedad.”³⁶

Según Remolina, tres son los principales presupuestos de la Universidad:

En primer lugar, la Educación Superior y la Universidad son un bien social, lo que quiere decir que han surgido y se explican en función de la sociedad, por lo cual la Universidad es para la sociedad, no es un bien privado sino social. Esto implica que debe actuar teniendo como meta el bien de la sociedad y, además, debe darle cuenta a ella de su gestión.

En segundo lugar y como consecuencia de ser un bien social, la universidad tiene una función política, en el sentido de ser un arte de ordenar las fuerzas y poderes sociales para la obtención del bien común, por lo tanto, el conocimiento que se crea en la Universidad debe conducir a la búsqueda de dicho bien común.

³⁶ REMOLINA VARGAS, Gerardo. La responsabilidad social de la educación superior. Rector de la Pontificia Universidad Javeriana. 13 de febrero de 2007. [en línea] <recursostic.javeriana.edu.co/multiblogs/doc/p_gerardo_apertura.doc>

En tercer lugar, la Universidad debe ejercer esta función desde lo que constituye la naturaleza misma de su propia identidad, es decir desde la academia. La Universidad no puede convertirse en una corriente partidista, ni en una ONG o en una obra de beneficencia. Su labor específica es el saber, y es desde donde ha de prestar una contribución eficaz en el ordenamiento de la sociedad.

De acuerdo con lo anterior, la labor académica de la Universidad tiene un contenido altamente social, que da cuenta de su responsabilidad con la comunidad en la cual interactúa. En la formación de hombres y mujeres integrales que presten un servicio profesional altamente cualificado a la sociedad, lo que implica que la universidad forma personas para los demás.

Según Remolina, más allá de este beneficio, la Universidad debe dar una contribución específica y particular que permita responder a la situación concreta de la sociedad en la que vive. La Universidad y sus unidades no pueden ser ajenas a su entorno, deben no sólo situarse, sino orientarse hacia él y de alguna manera dejarse conformar por sus necesidades y urgencias. Por lo tanto, es muy importante que las universidades tengan sentido de pertenencia con relación a su entorno, en el sentido de contribuir con la comprensión de sus distintas problemáticas y además, pertinencia en la medida que su actuar contribuya a la solución de problemas e impulse el desarrollo local.

Para Boisier³⁷ las universidades tienen hoy un papel importante en la sociedad, por lo tanto deben reafirmar su pertenencia y su pertinencia. La “pertenencia”, entendida como la incrustación en una comunidad local, es clave para afianzar la identidad de la universidad; en un mundo abierto y competitivo la “marca”, la “denominación de origen”, contribuye de manera crucial a que se la distinga entre miles de competidores y es clave para obtener apoyo y respaldo económico de la comunidad, que “siente” como suya una universidad que ha sido capaz de poner de relieve su “pertenencia”. La “pertinencia”, entendida como la adecuación entre el quehacer universitario y las necesidades de corto y largo plazo de la localidad en la cual está inserta y a la cual pertenece socialmente, se relaciona con la “excelencia”, otra palabra clave en este ámbito.

Según Pérez,³⁸ los factores que refuerzan o debilitan el aporte de las universidades a la competitividad de su entorno son:

- Las características del entorno: nivel de desarrollo económico y tecnológico; entorno empresarial y organizativo; dotación y uso de capital humano; especialización de la economía e intensidad tecnológica.

³⁷ BOISIER, Sergio. ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? Revista de la CEPAL 86. Agosto de 2005.

³⁸ Ibid.

- Las características de las universidades: recursos humanos y financieros; especialización científica; cultura organizacional y valores predominantes; eficiencia, productividad y calidad docente y de investigación.
- El funcionamiento de los enlaces: sistema de investigación, desarrollo e innovación; difusión de los resultados; financiamiento de dichas actividades. La pregunta clave es para Boisier, en qué pueden contribuir las universidades a que su territorio, sobre la base del conocimiento, se posicione mejor en la globalización. En materia de formación, las universidades contribuyen en la preparación de más ciudadanos para asimilar más conocimientos y para participar en un proceso de cambio permanente y rápido. Mejorar el capital humano, formando profesionales más competentes. Mejorar la inserción laboral de los egresados, dándoles una formación que fomente la vocación empresarial y que los prepare para contribuir al proceso de innovación.

Se observa que el papel de los egresados, desde la inserción laboral en la sociedad, es clave para incrementar la pertinencia de la universidad como un elemento que propicia transformaciones en el entorno. Para ello se requiere una formación de calidad y continua, siendo el servicio de los programas de extensión universitaria un elemento clave que puede contribuir a estos propósitos si logra orientarse debidamente a las necesidades que reconocen los egresados al desempeñarse laboralmente. Por lo tanto, la calidad del servicio que pueda proveer el área de extensión puede convertirse en una base fundamental para generar confianza y fortalecer el capital social institucional.

2.1.4 La extensión universitaria en la perspectiva del capital social

“La función de extensión se refiere a todas aquellas actividades a través de las cuales la Universidad se relaciona con su entorno, es decir, con la sociedad, las empresas y el Estado; es también llamada la tercera misión de las universidades.”³⁹

Aunque el término extensión educativa se usó por primera vez en 1873 en la Universidad de Cambridge en Inglaterra, para designar una determinada innovación en materia de enseñanza, se convirtió en la tercera función sustantiva y en el elemento dinamizador que facilita el flujo continuo de conocimientos compartidos entre la Universidad y la sociedad. Ortega y Gasset se habían aproximado al concepto en 1930, al afirmar que la Universidad debía incorporar a su misión un tercer aspecto concerniente al compromiso con la sociedad y con su tiempo, y desarrollar capacidades para saber aplicar la ciencia.⁴⁰

³⁹ PINEDA MÁRQUEZ, Katherine, MORALES RUBIANO, María Eugenia y ORTIZ RIAGA, María Carolina. Modelos y mecanismos de interacción Universidad-empresa-Estado: retos para las universidades colombianas [en línea]. Revista de la Universidad de la Salle No. 56. Recuperado de: <https://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ls/article/download/509/429/>

⁴⁰ *Ibid.*

Las funciones antes mencionadas requieren que las universidades cuenten con un carácter universal, científico, corporativo y autónomo, que difunda la ciencia y se encuentre al servicio de la sociedad, indicando que se ha hecho necesario para las instituciones educativas influir en su entorno de una forma más activa, pasando de un estado inicial en donde el incentivo era básicamente académico, a un estado en el que se aplica el conocimiento a la satisfacción de necesidades o a la resolución de problemas del medio, ejerciendo formación en áreas como el emprendimiento, la innovación, el liderazgo y la responsabilidad social, ya que los conocimientos no solo se producen y transmiten, sino que se registran, se aplican, se patentan, se comercializan, se asocian, se exportan y se importan.⁴¹

Por lo tanto, la extensión universitaria, vista desde la perspectiva del capital social, resulta fundamental como elemento que permite relacionar a la universidad con su entorno. En este contexto, los egresados forman parte de esta red de relaciones, dado que ellos al ser formados, se desempeñan profesionalmente en la sociedad. Es por esto por lo que conviene tener en cuenta las ideas de Putman, sobre la perspectiva económica del capital social, que se refiere a las características de la organización social en términos de redes, normas y confianza, entre otras, que facilitan la cooperación y la coordinación de la acción para el beneficio mutuo.

De esta forma, se asume la dimensión relacional de Nahapiet y Ghoshal, dado que dispone de un sentido de confianza y de obligaciones mutuas que se pueden desarrollar a través de la red o de las relaciones que se producen. Esta dimensión se refiere a las características y atributos de las relaciones, como la confianza y otros incentivos que se derivan principalmente de la historia y reputación de la entidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, la idea que se plantea en este trabajo es que el fortalecimiento del capital social generado por la Universidad del Valle sede Buga puede abordarse desde la relación entre el área de extensión universitaria y los egresados. Para esto se asume la dimensión relacional referida a las características y atributos de las relaciones entre dichos actores, donde la confianza es fundamental.

Dicha confianza se deriva de la calidad del servicio que ofrece el área de extensión, sin embargo, resulta fundamental establecer de qué forma perciben los egresados estos servicios, para determinar si existen diferencias entre la calidad del servicio ofrecido y la calidad del servicio percibido. Si la calidad percibida es igual o superior a la ofrecida la confianza se incrementa y con ello se fortalecen las relaciones, en este caso, entre el área de extensión y los egresados. Por lo tanto, desde la dimensión relacional, se estaría fortaleciendo el capital social al incrementarse la confianza, basada en un servicio de calidad.

⁴¹ Ibid.

2.1.5 El concepto teórico de la percepción

En el desarrollo del trabajo uno de los objetivos fue identificar la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades. Esta percepción se estableció desde la dimensión relacional del capital social, como se ha venido planteando, donde la confianza desempeña un papel trascendental y, a su vez, dicha confianza se basa en la calidad del servicio ofrecido por el área de extensión. Aquí el interés se centra en la forma como los egresados perciben dicho servicio. Al respecto, conviene definir desde el punto de vista teórico qué se entiende por percepción.

Según Oviedo⁴² existe consenso científico en considerar al movimiento Gestalt como uno de los esfuerzos más sistemáticos y fecundos en la producción de los principios explicativos de la percepción. El movimiento Gestalt, nació en Alemania bajo la autoría de los investigadores Wertheimer, Koffka y Köhler, durante las primeras décadas del siglo XX. Estos autores consideran la percepción como el proceso fundamental de la actividad mental, y suponen que las demás actividades psicológicas como el aprendizaje, la memoria, el pensamiento, entre otros, dependen del adecuado funcionamiento del proceso de organización perceptual.

La psicofisiología definía la percepción como una actividad cerebral de complejidad creciente impulsada por la transformación de un órgano sensorial específico, como la visión o el tacto. Sin embargo, la Gestalt planteó la percepción como el proceso inicial de la actividad mental y no un derivado cerebral de estados sensoriales. Su teoría, arraigada en la tradición filosófica de Kant, consideró la percepción como un estado subjetivo, a través del cual se realiza una abstracción del mundo externo o de hechos relevantes.

El primer supuesto básico desarrollado por la Gestalt es la afirmación de que la actividad mental no es una copia idéntica del mundo percibido. Contrariamente define la percepción como un proceso de extracción y selección de información relevante encargado de generar un estado de claridad y lucidez consciente que permita el desempeño dentro del mayor grado de racionalidad y coherencia posibles con el mundo circundante.

La Gestalt definió la percepción como una tendencia al orden mental. Inicialmente, la percepción determina la entrada de información; y, en segundo lugar, garantiza que la información retomada del ambiente permita la formación de abstracciones (juicios, categorías, conceptos, etc.).

⁴² GILBERTO LEONARDO, Oviedo. La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt [en línea]. Revista de Estudios Sociales, no. 18, agosto de 2004, 89-96. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n18/n18a10.pdf>

2.1.6 Medición de la percepción

Considerando el concepto de percepción como una tendencia mental, resulta importante definir la forma cómo se identificó la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades, materializada a través de los servicios ofrecidos por el área de extensión y percibidos por los egresados.

Según Velandia, Ardón y Jara,⁴³ señalan que las evaluaciones a través de las percepciones de los clientes (o usuarios), son muy frecuentes en todo tipo de organizaciones. Los índices de calidad y satisfacción constituyen uno de los principales activos de las empresas, sobre los cuales sostienen su rentabilidad y crecimiento en el largo plazo, dado que genera confianza del individuo (egresados) en los servicios que ofrecen (área de extensión universitaria), es decir, la calidad y satisfacción representan indicadores de la gestión de las organizaciones, en el caso particular del presente trabajo, por organización se entiende el área de extensión universitaria.

Este enfoque resulta apropiado dado que los programas de extensión constituyen un tipo de servicio ofrecido a diferentes usuarios, entre los que están los egresados del programa de contaduría pública de la Universidad del Valle sede Buga. Por ello, para abordar el tercer objetivo de determinar los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados en Guadalajara de Buga, es importante considerar los conceptos de satisfacción y calidad.

Según los autores Velandia, Ardón y Jara:

...la satisfacción se origina a partir del procesamiento cognitivo de la información, y es la consecuencia de la experiencia de emociones durante el proceso de consumo. Es el resultado de procesos sico-sociales de carácter cognitivo y afectivo. Se podría definir, entonces, como una evaluación pos-consumo y/o pos-uso, susceptible de cambiar en cada transacción. Por su parte, la calidad del servicio es la valoración de la utilidad de un producto o servicio, en cuanto a que haya cumplido con los fines que tiene encomendados y, también, a que haya producido sensaciones placenteras.⁴⁴

De acuerdo con lo anterior la satisfacción y la calidad son dos conceptos relacionados, pero no iguales, razón por la cual es importante definir cuál es el causante o consecuencia del otro. Al respecto, según Velandia, Ardón y Jara,⁴⁵ fundamentalmente existen tres tendencias: a) la que plantea que la satisfacción

⁴³ VELANDIA SALAZAR, Freddy, ARDÓN CENTENO, Nelson y JARA NAVARRO, María Inés. Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos [en línea]. Revista Gerencia y Salud, Bogotá (Colombia), 6 (13): 139-168, julio-diciembre de 2007. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rqps/v6n13/v6n13a08.pdf>

⁴⁴ *Ibid.* p. 151.

⁴⁵ *Ibid.* p. 151.

provoca una percepción de calidad, de modo que la satisfacción influye en la evaluación a largo plazo de la calidad que perciben los individuos; b) la que considera que es la calidad la que influye sobre la satisfacción que se experimenta, de manera que la satisfacción es una disposición que viene determinada, entre otros factores, por la calidad percibida, y c) la que piensa que la calidad de servicio percibida es tanto un antecedente como una consecuencia de la satisfacción.

Según Ross y otros, autores citados por Velandia, Ardón y Jara,⁴⁶ indican que la calidad del servicio y la satisfacción que este produce son dos eventos altamente correlacionados, lo cual conduce a suponer el fenómeno de la calidad antecede al de la satisfacción. Es decir, es válido el punto de vista que coloca a la satisfacción como variable dependiente. En este sentido, los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados en Guadalajara de Buga deben derivarse de la satisfacción del usuario (egresado) percibida con relación a la calidad del servicio ofrecida por parte del área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga, por lo tanto, se efectúa desde esta dimensión que pone a la satisfacción como variable que depende de la calidad percibida por el egresado.

Esto obliga a comprender los factores que inciden en la calidad del servicio y que a su vez son los que perciben los egresados para determinar sus niveles de satisfacción o no por parte del área de extensión que los proporciona.

Diversas investigaciones acerca de la aplicación del modelo SERVQUAL concluyen que ha sido el más utilizado para la evaluación de la calidad de los servicios públicos.⁴⁷ En particular Bigne et al., autor citado por Acevedo,⁴⁸ demuestran la fiabilidad de la escala SERVQUAL frente a otras metodologías para medir la calidad, fundamentalmente en tres servicios públicos: educación superior, transporte y salud. El modelo de Parasumaram, Len Berry y Valerie Zeithaml determinó cinco dimensiones de la calidad, de las cuales solo una es visible:

1. Tangibles: Como la parte visible de la oferta: la apariencia y limpieza de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación.
2. Confiables: la habilidad para desarrollar el servicio prometido en forma acertada y como fue dicho.
3. Respuesta del personal: respuesta pronta y deseada, deseo de ayudar a los usuarios y de proveer el servicio con prontitud y esmero.

⁴⁶ Ibid. p. 151.

⁴⁷ ACEVEDO, María Eugenia. Calidad de la atención en salud. Percepción de los usuario [en línea]. Hospital Universitario del Valle, HUV, "Evaristo García", ESE Cali, Valle, Colombia 2010 [citado el 27 de enero de 2017]. Disponible en: <http://www.fundacionfundesalud.org/pdf/files/calidad-de-la-atencion-en-salud.pdf>

⁴⁸ Ibid. p. 36.

4. Seguridad: conocimiento y cortesía del personal y su habilidad para producir confianza.

5. Calidez o empatía: el cariño, la atención individualizadas que se provee a los usuarios, el deseo de comprender las necesidades precisas del cliente y encontrar la respuesta más adecuada.

En general, el modelo conceptual para la calidad del servicio SERVQUAL, está basado en la tesis que la percepción depende de la expectativa que se tenga de él, del grado en que se ha satisfecho dicha expectativa y el nivel de comunicación entre personal y usuario. Por su parte, el modelo también permite, en teoría, determinar cinco brechas entre la percepción del usuario y la del personal:⁴⁹

La 1ª. Brecha se da entre los servicios que el personal pretende dar y el servicio esperado por el usuario.

La 2ª. Brecha se da entre el servicio que el personal pretende dar y las especificaciones de este.

La 3ª. Brecha entre las especificaciones del servicio y lo que obtiene el usuario.

La 4ª. Brecha entre lo que el usuario obtiene y se le había comunicado que se daría y

La 5ª. Brecha entre el servicio percibido y el servicio esperado.

Tres brechas están vinculadas con el personal (brecha 2, 3, y 4) pero son las que influyen sobre la brecha 5. La brecha 1ª. y mayormente la 5ta. se relacionan con el usuario. Debido a esto, el interés de la presente investigación se basa en la 5ta brecha, es decir, entre el servicio percibido y el servicio esperado, dado que se trata de determinar los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados en Guadalajara de Buga

Por ello es importante tener en cuenta la perspectiva del cliente (egresado), Parasuraman et al. y Zeithmal et al.⁵⁰ definen la calidad como un “juicio global del consumidor relativo a la superioridad del servicio”. Posteriormente, Parasuraman plantea que la calidad resulta de la comparación realizada por los clientes entre las expectativas sobre el servicio que va a recibir y las percepciones de la actuación de la organización prestadora del servicio. Parasuraman et al. representan gráficamente el concepto de la calidad del servicio y sugieren que las expectativas de los clientes dependen de cuatro factores, a saber:

⁴⁹ Ibid. p. 37.

⁵⁰ PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A. Y BERRY, L. L. (1988). “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol 64 (Nº 1), pp. 12-40. Citado por ACEVEDO (2010), p. 38.

1. Comunicación boca-boca, lo que los usuarios escuchan de otros usuarios.
2. Las necesidades personales de los clientes.
3. La extensión de las experiencias que han tenido con el uso de un servicio.
4. Las comunicaciones externas de los proveedores del servicio.

Hay una observación de la profe Claudia que no atendieron:Cuál es la corriente o perspectiva que se definieron para el desarrollo del trabajo. Eso debe decirse aquí.

Profe los mencionamos en la página 29

“Sobre la base de las consideraciones anteriores, **es necesario subrayar el hecho de que en esta investigación se utilizó el concepto de capital social desde la dimensión relacional**, donde el énfasis se encuentra en el sentido de confianza y de obligaciones mutuas que se pueden desarrollar a través de la red o de las relaciones que se producen entre el área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga y los egresados de Contaduría Pública.”

2.2 MARCO LEGAL

A través de este marco legal se presenta el objeto y propósitos del área de extensión universitaria de la Universidad del Valle, lo cual permite comprender la importancia de fortalecer el capital social de la institución a través de la relación con los egresados.

La Resolución No. 028 Julio 6 del 2012⁵¹ establece los principios y propósitos de la proyección social y la extensión en la Universidad del Valle, dentro de los cuales está incentivar y fortalecer las relaciones de colaboración con los diferentes estamentos de la sociedad.

En este sentido, el objeto de la proyección social es la interacción de la Universidad y la sociedad, buscando aportar al bienestar y solución de problemas que se presentan en el entorno en sus diferentes ámbitos. De esta manera, a través de la proyección social y la extensión, la institución busca contribuir a la construcción de una sociedad más equitativa e incluyente.

En este proceso de interacción entre la Universidad y la sociedad, se integra la docencia y la investigación para permitir el aprendizaje y el intercambio de experiencias, mediante acciones sistemáticas, procesos, planes, programas y servicios, cuyos propósitos son diversos, entre los que están la validación de la pertinencia como institución relevante y comprometida con la sociedad.

⁵¹ UNIVERSIDAD DEL VALLE. Resolución No. 028 Julio 6 del 2012 “Por la cual se establecen los Principios, Propósitos y Modalidades de la Proyección social y la Extensión en la Universidad del Valle [en línea]. Página web institucional, 2018 [citado el 11 de abril de 2018]. Disponible en: http://uvsalud.univalle.edu.co/pdf/politicas_institucionales/rcs_028_proyeccion_social_y_extension.pdf

Igualmente se destaca, dentro de los propósitos de la proyección social y la extensión, según la Resolución 028 de 2012, está el fortalecimiento de relaciones de colaboración con los sectores público, productivo, empresarial, social, artístico y cultural.

Por su parte, el Acuerdo No. 02 de noviembre 28 de 2011 del Consejo Nacional de Rectores de la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, propuso los Lineamientos de Políticas de Extensión Universitaria para las Universidades e Instituciones asociadas a ASCUN como horizonte de esta función sustantiva.

Considerando el objeto y propósitos de la extensión universitaria, pueden apreciarse elementos asociados a la red de relaciones que se pretende favorecer a través de los programas de extensión. El punto e. habla sobre incentivar y fortalecer relaciones de colaboración, mientras que el g. plantea responder a las demandas de recualificación de profesionales a través de las modalidades de educación continua y servicios académicos.

2.3 MARCO CONTEXTUAL

La investigación se desarrolla en la Universidad del Valle, sede Buga.

2.3.1 La Universidad del Valle

Misión:

La Universidad del Valle tiene como misión formar en el nivel superior, mediante la generación, transformación, aplicación y difusión del conocimiento en los ámbitos de las ciencias, la técnica, la tecnología, las artes, las humanidades y la cultura en general. Atendiendo a su carácter de universidad estatal, autónoma y con vocación de servicio social, asume compromisos indelegables con el desarrollo de la región, la conservación y el respeto del medio ambiente y la construcción de una sociedad más justa y democrática.

Visión:

Ser reconocida como una Universidad incluyente con altos estándares de calidad y excelencia, referente para el desarrollo regional y una de las mejores universidades de América Latina.

La Proyección Social y la Extensión, de conformidad con el Proyecto Institucional, son actividades misionales a través de las cuales la Universidad vincula la docencia y la investigación, al tratamiento y planteamiento de alternativas respecto de los retos y problemas críticos de la región y del país. Contribuye a la construcción de un proyecto cultural, ético y democrático, validándose como institución relevante y comprometida con su entorno.

Igualmente involucra a los egresados del plan de Contaduría Pública entre los años 2014-2016. No se toma la población de 2017 ni 2018 dado que constituyen “recién egresados” y el interés se centra en aquellos individuos que han interactuado con el mercado laboral con una trayectoria un poco más amplia.

2.3.2 Programa de Contaduría Pública

El programa académico de Contaduría Pública posee como objetivo general es *“desarrollar en los estudiantes un profundo conocimiento del entorno económico, tecnológico, cultural, político y legal como herramientas básicas de análisis, comprensión e interrelación de los problemas que inciden en la información contable-financiera de las organizaciones.”*⁵²

Se persigue formar un profesional capaz de desempeñarse como consultor, asesor tributario y ejecutivo financiero en organizaciones públicas y privadas.

Perfil Ocupacional:

El egresado podrá desempeñarse como:

Consultor financiero
Revisor fiscal
Asesor tributario
Ejecutivo financiero
Director de sistema de información contable

2.3.3 Extensión y proyección social de Universidad del Valle Buga

La Proyección Social y la Extensión, de conformidad con el Proyecto Institucional, son actividades misionales a través de las cuales la Universidad vincula la docencia y la investigación, al tratamiento y planteamiento de alternativas respecto de los retos y problemas críticos de la región y del país. Contribuye a la construcción de un proyecto cultural, ético y democrático, validándose como institución relevante y comprometida con su entorno. Resolución del Consejo Superior No. 028 de julio 6 de 2012.

En ese marco, se estructuran actividades de proyección social relacionadas con la docencia; actividades de proyección social relacionadas con la investigación y la producción artística y actividades de proyección social relacionadas con el compromiso social. Estas actividades confluyen en cinco programas.

⁵² UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE SEDE BUGA. Pregrado Contaduría Pública [en línea]. Página Web Institucional, Sedes Regionales, Sede Buga, 2018. Disponible en internet: http://190.6.162.84/docs_uvbuga/buga.univalle.edu.co/pregrado/contaduria/objetivos.php

3. CARACTERÍSTICAS DE LOS PROGRAMAS DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE FRENTE A LAS NECESIDADES DE LOS EGRESADOS DE CONTADURÍA PÚBLICA

Considerando el objetivo del trabajo que busca proponer estrategias que contribuyan al fortalecimiento del capital social generado por la Universidad del Valle a través de la extensión y proyección social dirigida a los egresados de Contaduría Pública en Guadalajara de Buga, en este primer objetivo la atención se centra en comprender las características de los programas existentes en el área de extensión y proyección social en la sede en referencia.

Para esto el capítulo se divide en tres apartados: uno, las bases de la extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga, abordado a través de la Resolución del Consejo Superior No. 028 de julio 6 de 2012; dos, la descripción de los programas existentes en la actualidad en el área en referencia, por medio del portafolio de extensión; y tres, las características del área considerando la situación de los recursos técnicos, tecnológicos, infraestructurales y humanos.

Respecto a la confrontación de los resultados del capítulo frente a las necesidades de los egresados de Contaduría Pública de la Universidad del Valle sede Buga, se efectúa en el siguiente capítulo, una vez presentados los hallazgos del trabajo de campo con dichos egresados.

3.1 LAS BASES DE LA EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA

La Proyección Social y la Extensión, de conformidad con el Proyecto Institucional, son actividades misionales a través de las cuales la Universidad vincula la docencia y la investigación, al tratamiento y planteamiento de alternativas respecto de los retos y problemas críticos de la región y del país. Contribuye a la construcción de un proyecto cultural, ético y democrático, validándose como institución relevante y comprometida con su entorno.

La Resolución No. 028 Julio 6 del 2012:⁵³ establece los Principios, Propósitos y Modalidades de la Proyección social y la Extensión en la Universidad del Valle. Dentro de los propósitos básicos de la proyección social de la Universidad, está incentivar y fortalecer relaciones de colaboración con los sectores público, productivo, empresarial, social, artístico y cultural. Se observa cómo a través de

⁵³ UNIVERSIDAD DEL VALLE. Resolución No. 028 Julio 6 del 2012 "Por la cual se establecen los Principios, Propósitos y Modalidades de la Proyección social y la Extensión en la Universidad del Valle [en línea]. Página web institucional, 2018 [citado el 11 de abril de 2018]. Disponible en: http://uvsalud.univalle.edu.co/pdf/politicas_institucionales/rcs_028_proyeccion_social_y_extension.pdf

estos propósitos básicos se concibe una red de relaciones, que constituyen en sí un capital social que emana de la institución en su interacción con el entorno.

A partir de lo anterior, la Proyección social de la Universidad del Valle tiene por objeto interactuar con la sociedad, buscando aportar al bienestar y la solución de sus problemas, contribuyendo así a la construcción de una mejor sociedad, con fundamento en su producción científica, tecnológica, cultural, intelectual y artística.

En este objeto de la proyección social, es posible inferir que los egresados desempeñan un papel importante en la intención de la Universidad de aportar bienestar y soluciones a los distintos problemas, dado que ellos constituyen parte de esa producción científica e intelectual que se forma a través de los diferentes programas académicos pero, que requiere de un continuo fortalecimiento de las competencias profesionales y es allí donde los programas de extensión pueden complementar la formación de los egresados y así, generar confianza a través de un servicio orientado a las necesidades de esta población, buscando la satisfacción con el servicio, factor que actúa en beneficio de la solidez de la red de relaciones entre la universidad y el entorno.

Según la Resolución No. 028 Julio 6 del 2012, la proyección social tiene como propósito la promoción y articulación amplia y recíproca de la Universidad con la sociedad, para lo cual contempla diferentes propósitos básicos, dentro de los cuales existen algunos que tienen que ver directamente con los egresados:

- Responder a las demandas de recualificación de profesiones y disciplinas a través de las distintas modalidades de educación continua y de servicios académicos.
- Promover y apoyar los programas y las actividades para fortalecer el espíritu emprendedor, concebido como un patrón de pensamiento y comportamiento que contribuye a que los individuos, las comunidades y organizaciones, sean sujetos activos y centrales de su propio desarrollo y especialmente de proyectos creativos generadores de riqueza cultural, intelectual y material.
- Fortalecer las Prácticas y Pasantías Profesionales facilitando la articulación de los programas académicos de pregrado y posgrado con las organizaciones, instituciones, empresas y comunidades.
- Organizar y desarrollar procesos de seguimiento y vinculación de los egresados de la Universidad, como reconocimiento de su papel en el análisis y pertinencia de los procesos de docencia, investigación y extensión, y como expresión de la articulación e impacto de la Universidad en la sociedad.

Como se observa, los propósitos de la proyección social tienen al egresado como uno de sus principales ejes que permiten la articulación recíproca entre la Universidad y la sociedad, por ello tienen en cuenta las demandas de recualificación

de los profesionales, para lo cual los procesos de seguimiento y vinculación de los egresados es fundamental, porque a través de dichos procesos es posible captar las necesidades. Además, el apoyo al espíritu emprendedor es importante en la medida que contribuye a que los individuos puedan desarrollar sus propios proyectos creativos en beneficio de la sociedad, mientras que las prácticas y pasantías profesionales facilitan la articulación entre los programas académicos y las organizaciones, instituciones, empresas y comunidad.

No obstante, es importante advertir que los anteriores propósitos de la extensión universitaria y la proyección social constituyen una hoja de ruta para el área institucional, sin embargo, en la práctica es importante conocer cuáles son los programas que existen en la actualidad y qué alcance tienen para los egresados de contaduría pública en particular.

3.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS EXISTENTES EN LA ACTUALIDAD

En ese marco, se estructuran actividades de proyección social relacionadas con la docencia; actividades de proyección social relacionadas con la investigación y la producción artística y actividades de proyección social relacionadas con el compromiso social. Estas actividades confluyen en cinco programas, que se encuentran en el portafolio de extensión.⁵⁴ Durante el año 2018 se trabajó en los siguientes programas:

3.2.1 Educación continua

En Educación Continua, los programas ejecutados y en desarrollo son:

- Programa de Pedagogía para no Licenciados (Cohorte X y XI): el objetivo de este programa es contribuir al mejoramiento de la calidad de la Educación en la región, apropiando a quienes practican la docencia sin ser licenciados, de las herramientas fundamentales encaminadas a la generación de reflexión pedagógica y de acciones didácticas encaminadas a fortalecer los desempeños en el aula. Está dirigido a profesionales en diversas áreas ejerciendo la docencia o interesados en ella sin el título de licenciados.

- Preuniversitario (Dos grupos): es un programa ofrecido a los estudiantes de bachillerato próximos a ingresar a la universidad, el cual busca articular la transición entre los niveles educativos que el estudiante aspira a obtener.

⁵⁴ UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA. Extensión y proyección social Buga [en línea]. Página web institucional, 2019. Recuperado de: <http://buga.univalle.edu.co/extension-sede-buga>

- Curso de Excel Avanzado (Dos grupos): el objetivo del programa es capacitar talento humano en la implementación de fórmulas y complementos del Microsoft Excel para enfocar el uso de las hojas electrónicas en la administración de información en masa. Operar de manera dinámica y eficaz las funciones que se encuentran integradas en la aplicación Excel del Office de Microsoft y a partir de esto, crear nuevas fórmulas que optimicen el tiempo para obtener resultados en la manipulación de datos en una hoja electrónica.

Adicionalmente, se han ofertado otros programas como Talleres musicales, Diplomados y Cursos. En éstos no se ha contado con el cupo mínimo para la ejecución.

3.2.2 Programa de Prácticas Profesionales

Desde esta área se gestiona la apertura de espacios y el establecimiento de convenios para el desarrollo de prácticas de los estudiantes de la sede que requieren cumplir este requisito. Así mismo, se apoya la formalización de contratos, actas de compromiso, afiliación a ARL de quienes aplique, según el caso. También se reportan los diversos indicadores que en este sentido están establecidos.

Considerando la Circular 002-2015 Dirección de Extensión y Educación Continua “las prácticas y pasantías profesionales hacen parte del proceso de aprendizaje y permiten al estudiante intervenir en una realidad específica en su área de estudio, ejercitarse en la aplicación e implementación de los conocimientos adquiridos, con énfasis en los elementos teóricos, metodológicos, técnicos y de investigación, brindados por los programas académicos de la Universidad del Valle.

Estas prácticas se consolidan a través del contrato de aprendizaje, el cual es una forma especial de contratación enfocado a la formación de practicantes, con el auspicio de una empresa patrocinadora que suministra los medios para que el aprendiz adquiera formación profesional, metódica y completa en el oficio, actividad u ocupación (Ley 789 de 2002).

- La duración de esta práctica es mínima seis (6) meses y no mayor a dos (2) años.
- Apoyo de sostenimiento mensual de al menos un salario mínimo.
- Afiliación en riesgos profesionales (ARL).
- Afiliación al Sistema de Seguridad Social en Salud.
- Es de utilidad para las entidades sometidas a la cuota de aprendizaje (Cuota SENA).

Otra manera es a través de un convenio de práctica y pasantía, que es un documento que se suscribe entre la Universidad y la Entidad donde se acuerda realizar vinculación de estudiantes como practicantes o pasantes. Este convenio no

puede tener una duración mayor a dos años. Para formalizar la vinculación del estudiante a prácticas o pasantías bajo dicho convenio, se deberá suscribir un acta de compromiso entre la Entidad, el estudiante y la universidad, y la duración mínima de esta depende de los requisitos de cada programa académico. (Ley 789, 2002).

Si el estudiante se encuentra actualmente trabajando en una entidad bajo un contrato laboral o de prestación de servicios y quiere que se valide dicha vinculación como práctica profesional, debe ser autorizado mediante documento firmado por el director del programa, donde estipule que el contrato es congruente con la formación académica y posteriormente entregar copia del contrato y del certificado de ARL.

3.2.3 Área de Gestión de convenios y contratos

En esta dirección se han venido desarrollando contratos y convenios con entidades públicas y privadas para el desarrollo de proyectos específicos.

Actualmente se tiene en ejecución:

- Programa de Formación Docente (Forma) contrato interadministrativo con la Alcaldía de Buga
- Programa de fortalecimiento de las competencias matemáticas a docentes del Municipio de Restrepo.
- Programa de fortalecimiento de las competencias matemáticas a docentes del Municipio de Calima Darién.

La Universidad se vincula y coopera con la sociedad para la transferencia de conocimientos generados por la investigación, por la producción artística y por la competencia misma de su experticia investigativa en los diversos campos del conocimiento, de manera que le permita aportar a la solución de problemas y a la satisfacción de necesidades que conduzcan al mejoramiento de la calidad de vida. La Universidad a través de estos servicios académicos transfiere sus conocimientos científicos, tecnológicos, humanísticos, artísticos, científicos y sociales a su entorno social. Los servicios académicos se llevan a cabo principalmente a través de proyectos.

Tipos de convenios o contratos:

Convenio Marco: Es un documento a través del cual dos instituciones acuerdan los objetivos y compromisos, desde directrices amplias, con el fin de lograr colaboración académica y científica. Puede ser desarrollado desde convenios específicos.

Contratos Interadministrativos: Los que celebra la Universidad como contratista con otras entidades públicas y que están sometidos a la Ley 80 de 1993 y Ley 1150 de 2007.

Convenios de Cooperación Académica: Son aquellos más concretos, involucran programas de pregrado, así mismo implican determinados programas de postgrado y extensión. Este tipo de convenios pueden implicar desarrollo de actividades específicas para dar cumplimiento a las directrices generales trazadas en un convenio marco.

Proyectos en ejecución y desarrollados:

Universidad del Valle – Fundación EPSA

En convenio con la Fundación EPSA se viene trabajando desde el año 2014 para la ejecución del Programa de cualificación y acompañamiento a docentes en el diseño de secuencias didácticas para el desarrollo de competencias matemáticas en sus estudiantes. En el marco de este proyecto hemos beneficiado alrededor de 110 docentes de las instituciones educativas públicas de los municipios de Guacarí, Restrepo y Calima El Darién. El objetivo general que persigue este programa es contribuir al mejoramiento de la calidad de la educación mediante el fortalecimiento de las competencias de los docentes y el consecuente desarrollo del pensamiento lógico-matemático de los niños y niñas pertenecientes a sus Instituciones Educativas, a través de la formación, cualificación y acompañamiento en didáctica de la matemática a docentes de las I.E oficiales del municipio.

Universidad del Valle - Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga Programa de Formación de Docentes “Forma”

Desde el año 2004 se viene trabajando en la gestión y ejecución de contratos/convenios interadministrativos establecidos con la Administración municipal, con el propósito de fortalecer la calidad educativa del Municipio de Guadalajara de Buga, brindando capacitación y cualificación a docentes, directivos y estudiantes de las 14 Instituciones Educativas del municipio.

3.2.4 Programa institucional de Egresados

La Universidad del Valle creó el Programa Institucional de Egresados el 28 de enero de 2005, mediante la Resolución No. 004 del Consejo Superior, como una estrategia de proyección social para mantener, mejorar y promocionar las relaciones de la Universidad con sus graduados, en la búsqueda de fines académicos, laborales y culturales.

Este programa se encuentra adscrito a la Vicerrectoría Académica bajo la responsabilidad de la Dirección de Extensión y Educación Continua. Se encarga de coordinar las acciones que adelantan las Facultades e Institutos Académicos a favor de sus egresados, con sus políticas y actividades generales debidamente articuladas como parte de una Estrategia Institucional.

Bienestar y cultura para egresados:

A través de esta labor, los egresados podrán acceder a un gran número de beneficios. Estos forman parte de las metodologías de trabajo y propenden a convertir al egresado de la Universidad del Valle en un ser que interactúa y dialoga de manera constante con la Universidad, como una estrategia de proyección social para mantener, mejorar y promocionar las relaciones de la Universidad con sus graduados, en la búsqueda de fines académicos, laborales y culturales. El egresado puede beneficiarse de:

- Programas de capacitación
- Asesorías en emprendimiento
- Tarjeta profesional
- Servicio de biblioteca
- Certificados y/o Constancias
- Dirección de relaciones internacionales
- Transferencia pregrado

Desde el año 2015 se ha trabajado en el fortalecimiento de la comunicación a través de las redes sociales, herramientas que han permitido contactar egresados, con los cuales telefónicamente no se había logrado comunicación. Así mismo, a través de las redes sociales, se ha logrado masificar la oferta de las vacantes enviadas por las empresas de la región.⁵⁵

Actualización de la base de datos

La sede cuenta con 3028 egresados de pregrado y 184 de posgrados para un total general de 3212. Actualmente, se ha logrado avanzar con la actualización, tomando como referencia los últimos 5 años, de alrededor de un 38% de los egresados registrados. Al 2018 se tenía contacto con 1562 egresados a través de la red Facebook. A través de la red twitter se tienen 136 seguidores. Con base en estos datos, podría referirse que se tiene contacto con alrededor del 49% del total de egresados.

Apoyo a la Inserción Laboral

Durante el año 2018 se recibieron 28 solicitudes (una más que en el año 2017) para ocupar vacantes de diversas empresas y entidades. Se realizó el proceso de difusión, revisión de cumplimiento de perfil y remisión de las hojas de vida en los casos que aplicaba. Las entidades a las que se les atendieron requerimientos fueron: Avícola Santa Rita; Fundación Canto por la vida; Omnicon; Agesoc; Ingenio

⁵⁵ UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA. Rendición Pública de Cuentas 2018 Sede Regional Buga [en línea].. Resumen Ejecutivo del Informe de Gestión de la Dirección Universitaria Informe de Gestión 2018 de la Dirección Sede Buga. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/1uYtJdGV4aUJS-lxPal7tuWw3ofkJEYj/view>

Pichichi; Caritex Uniformes; Santipollo; Colgas de Occidente S.A; Óptima consultores en Ingeniería Industrial; Agencia de empleo Comfandi; Proservis; Alcón de Colombia; Bentonitas colombianas S.A.S; DFL S.A; Solvo S.A.S; Universidad de Medellín; Soferco; Hotel El Faro; Avequipos.

Jornada de Empleabilidad

Por parte del Programa Institucional de Prácticas se programó el Seminario de Inserción laboral. La jornada se desarrolló en dos sesiones entre el 9 y 10 de noviembre y tuvo lugar en el salón Paraninfo de la sede principal, se contó con el apoyo de las Agencias de Empleo de Comfandi y de Comfenalco para la programación de la Jornada y con un tallerista asignado por el Programa de Prácticas y Pasantías de la Dirección de Extensión y Educación Continua. Se contó con la asistencia de 56 personas: 40 estudiantes, 14 egresados y 2 personas externas a la sede. De los 40 estudiantes asistentes, 9 se encuentran en su proceso de prácticas profesionales, de ellos 4 pertenecen al programa de Licenciatura en Historia y 5 al de Licenciatura en Literatura. La descripción de los asistentes a la jornada se presenta a continuación.

Cuadro 2. Asistentes Jornada de Empleabilidad

Origen del público	Egresados	Estudiantes	Externos	Total
Contaduría Pública	1	12	0	13
Administración de Empresas	5	6	0	11
Licenciatura en Literatura	0	11	0	11
Licenciatura en Historia	2	4	0	6
Ingeniería Industrial	1	4	0	5
Tecnología en Sistemas	4	1	0	5
Tecnología en Electrónica	1	1	0	2
Tecnología en Dirección de Empresas Turísticas y Hoteleras	0	1	0	1
Externos	0	0	2	2
TOTAL	14	40	2	56

Fuente: Extensión y Proyección Social Sede Buga

3.2.5 Programa de Emprendedores

En éste se está trabajando en la estructuración del programa para la sede; se están coordinando con el Programa Institucional la activación de la ruta del emprendimiento y en el marco de la semana universitaria, se realiza una Jornada de emprendimiento. La sede, atendiendo a un convenio establecido por la Universidad y la Gobernación, tiene actualmente un docente de apoyo que es el enlace con el programa Valle INN.

- Objetivos – RESOLUCION 004

Son objetivos del Programa de emprendedores:

- a) Promover a través de las diferentes Unidades Académicas de la Universidad las relaciones de integración entre los egresados y la Universidad.
- b) Mantener comunicación permanente con los representantes de las asociaciones de egresados de las diferentes instancias académicas y administrativas de la Universidad, para que se coordinen actividades conjuntas en materia de egresados.
- c) Hacer partícipe a los egresados de los eventos de carácter científico, tecnológico y cultural que programe la Universidad del Valle.

En el año 2018, con el apoyo del Programa Institucional de Emprendedores, se realizaron 4 talleres que responden a la activación de la Ruta de Emprendimiento, que convoca a estudiantes y egresados la sede.

Cuadro 3. Talleres rutas de emprendimiento

Fecha	Taller	Asistentes
20 de octubre	Ideación	52
3 de noviembre	Validación	30
10 de noviembre	Modelo de negocio	26
17 de noviembre	Competencias de emprendedores	25

Fuente: Extensión y Proyección Social Sede Buga

Por su parte, el 27 de octubre se llevó a cabo la I Jornada de Emprendimiento donde se realizaron tres conferencias a saber:

- a. Proyecto CLIP - Centro Logístico Industrial del Pacífico y sus perspectivas frente al desarrollo regional por parte del Doctor José Rafael Daste Director Administrativo y Comercial del Centro Logístico Industrial del Pacífico y Zona Franca CLIP.
- b. Cómo hacer un emprendimiento Innovador a cargo del Ingeniero Walter Gálvez Rendón. Emprendedor y creador de 13 desarrollos tecnológicos entre ellos los Semáforos Solares Inteligentes. Fundador y CEO de la compañía Semintel.
- c. Surgimiento del empresariado vallecaucano en el siglo XX ofrecida por el Dr (c) Jairo Henry Arroyo profesor universitario e investigador. Doctorando en Humanidades. Autor del libro: "Historia de las prácticas empresariales en el Valle del Cauca: Cali. 1900 – 1940".

En esta jornada también se realizó una muestra empresarial de 3 emprendedores de la sede: Creaciones Sianling: Juan Camilo Burgos Bedoya, Ingeniería Industrial; Tesitura: Maira Alejandra Carvajal Arias, Administración de Empresas y Corazón contento Buga: Lorena Velásquez Pareja, Administración de Empresas. En total asistieron a la jornada 90 personas, distribuidas como se refiere a continuación:

Cuadro 4. Asistentes Jornada de Emprendimiento

Tipo de público	Cantidad
Docente	6
Egresado	4
Estudiante	69
Externo	11

Fuente: Extensión y Proyección Social Sede Buga

3.3 CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE EXTENSIÓN EN LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA

Considerando la importancia de la calidad del servicio como elemento influyente para generar confianza y solidificar las relaciones entre el área de extensión y los egresados, es necesario una caracterización a la luz de los recursos con que cuentan para el funcionamiento, debido a que, para una mejor prestación del servicio a través de los distintos programas, la situación infraestructural y los recursos resulta fundamental, ya que permiten la ejecución y funcionamiento del área.

Sobre los recursos humanos – RESOLUCION 004 indica que: "Como Programa Institucional, coordinará las acciones que adelanten las Facultades e Institutos Académicos en favor de sus egresados de tal manera que haya políticas y actividades generales debidamente articuladas como parte de una estrategia institucional"

De acuerdo con entrevista realizada por parte de las autoras del trabajo a Luz Adriana Agudelo Castaño, Coordinadora de Extensión y Proyección Social se logró establecer que hay deficiencia en el recurso humano, solo hay una persona encargada y una auxiliar la cual no solo maneja el programa de egresados sino todo lo concerniente al trabajo del área de extensión.

Respecto a la infraestructura, se califica como deficiente, solo hay una oficina en la cual trabajan aproximadamente 7 personas que no pertenecen como tal al área de extensión, este es un espacio reducido el cual deben compartir con el personal del área de bienestar universitario.

Sobre las tecnologías de la información, cuentan con su equipo de cómputo y demás accesorios para llevar a cabo su labor.

Referente al alcance, se menciona un aspecto crítico en cuanto a la base de datos. La forma de obtener fácilmente esa información es con los recién egresados al solicitar la información antes de retirarse (se toma como el momento más oportuno); por redes sociales como Facebook también intentan conseguir más egresados. Se encuentra dificultad en esta labor por el poco personal y es una tarea en la que se encuentran con información muy desactualizada lo que a veces hacen que pierdan contacto total con algunos egresados.

Se menciona también la falta de recursos (por ejemplo, los encuentros de egresados se recortaron por temas presupuestales, se les cobraba la participación en estos eventos), no hay una vinculación de los egresados en los programas de bienestar social y la falta de una política específica donde se establezcan descuentos para sus egresados en las ofertas que se les brindan (por ejemplo, en los postgrados no hay descuentos que incentiven a los egresados a participar).

De los anteriores planteamientos se deduce que existen diversos limitantes para que el área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga, pueda prestar un servicio de calidad, lo cual puede denotar pérdida de confianza respecto a los egresados en particular.

3.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Conviene sintetizar los resultados recopilados a través de la información anterior, en función de las necesidades de los egresados de Contaduría Pública de la Universidad del Valle, considerando los propósitos del área de extensión, con relación a incentivar y fortalecer relaciones de colaboración y responder a las demandas de recualificación de profesionales a través de modalidades de educación continua y servicios académicos.

En el cuadro 5 se contrastan los resultados, haciendo énfasis en las necesidades de los egresados de Contaduría Pública y hasta qué punto pueden estar siendo satisfechas.

Cuadro 5. Contratación de resultados

Programa de extensión	Características del programa	Necesidades de los egresados de Contaduría Pública	Satisfacción de la necesidad
Educación continua	Programa de pedagogía para no licenciados, cuyo objetivo es contribuir al mejoramiento de la calidad de la Educación en la región, apropiando a quienes practican la docencia sin ser licenciados.	Fortalecer las competencias en pedagogía	Tiene un impacto positivo para aquellos egresados que se dediquen a la docencia.
	Preuniversitario: ofrecido a los estudiantes de bachillerato próximos a ingresar a la universidad, el cual busca articular la transición entre los niveles educativos que el estudiante aspira a obtener	No aplica	No aborda ninguna necesidad en particular para el egresado de Contaduría Pública.
	Curso de Excel avanzado: capacitar talento humano en la implementación de fórmulas y complementos del Microsoft Excel para enfocar el uso de las hojas electrónicas en la administración de información en masa.	Gestionar y analizar datos, información estadística, financiera.	Permite fortalecer las habilidades del egresado en el análisis, gestión de información y datos.
Prácticas profesionales	Hacen parte del proceso de aprendizaje y permiten al estudiante intervenir en una realidad específica en su área de estudio, ejercitarse en la aplicación e implementación de los conocimientos adquiridos.	Facilitar la vinculación laboral	Estas prácticas permiten facilitar la inserción laboral de los estudiantes próximos a graduarse, por lo tanto, satisface la necesidad de vinculación laboral.
Gestión de convenios y contratos	La Universidad se vincula y coopera con la sociedad para la transferencia de conocimientos generados por la investigación, de manera que le permita aportar a la solución de problemas y a la satisfacción de necesidades que conduzcan al mejoramiento de la calidad de vida	Aportar a la transformación del entorno.	Los convenios existentes están enfocados en el fortalecimiento de las competencias docentes, razón por la cual el impacto en la satisfacción de la necesidad del egresado de contaduría pública es bajo.
Programa institucional de egresados	Actualización de la base de datos: Actualmente, se ha logrado avanzar con la actualización, tomando como referencia los últimos 5 años, de alrededor de un 38% de los egresados registrados.	Mantener el vínculo con la Universidad, para interactuar y dialogar de manera constante con la Universidad, como una estrategia de proyección social para mantener, mejorar y promocionar las relaciones de la Universidad con sus graduados, en la búsqueda de fines	Solo el 38% de los egresados se encuentra registrado a las bases de datos, considerando que son egresados de todos los programas académicos.

Programa de extensión	Características del programa	Necesidades de los egresados de Contaduría Pública	Satisfacción de la necesidad
		académicos, laborales y culturales	
Programa institucional de egresados	Apoyo a la inserción laboral: Durante el año 2018 se recibieron 28 solicitudes (una más que en el año 2017) para ocupar vacantes de diversas empresas y entidades	Facilitar la vinculación laboral	Este programa tiene una baja participación de los egresados, considerando que sólo se recibieron 28 solicitudes de diferentes profesionales para ocupar vacantes.
	Jornada de empleabilidad: por parte del Programa Institucional de Prácticas se programó el Seminario de Inserción laboral.	Facilitar la vinculación laboral	De los 14 egresados que participaron en la jornada, solo 1 (7.1%) correspondió a Contaduría Pública, lo cual evidencia la baja participación.
Programa de emprendedores	Se busca mantener comunicación permanente con los representantes de las asociaciones de egresados de las diferentes instancias académicas y administrativas de la Universidad, para que se coordinen actividades conjuntas en materia de egresados.	Crear empresa	Este programa tiene baja participación de egresados. De 90 participantes a la jornada de emprendimiento, sólo 4 fueron egresados (4.4%).

Fuente: elaboración de las autoras.

Tal como se observa, para construir y fortalecer capital social es necesario que la institución y en particular el área de extensión tenga un mejor conocimiento del egresado y sus necesidades. El elemento clave en este sentido es la actualización de la base de datos. Como se apreció, sólo se tiene un 38% de los egresados registrados, teniendo en cuenta que estos son de los diferentes programas académicos, claramente existe una ruptura en la relación entre la institución y sus egresados, lo cual no permite retroalimentar debidamente las necesidades que estos tienen y que puedan ser satisfechas a través de los distintos programas.

Esta desarticulación es un obstáculo para el fortalecimiento del capital social institucional y se puede apreciar en el diseño de los programas de educación continua, ya que solo uno de ellos puede tener cierto impacto positivo, en el mejoramiento de una habilidad del profesional contable. Sin embargo, es escaso para la satisfacción de las demandas de recualificación de profesiones y disciplinas a través de las distintas modalidades de educación continua y de servicios académicos.

Por otra parte, el poco alcance que tiene el área de extensión, debido al bajo nivel de egresados registrados, no permite una mayor participación de estos en otros

programas como el apoyo a la inserción laboral, las jornadas de empleabilidad y el programa de emprendedores.

Considerando que el capital social, desde la dimensión relacional se fundamenta en la confianza y las obligaciones mutuas, puede presenciarse un círculo vicioso en la relación entre el área de extensión y los egresados. Éstos, pueden percibir falta de confianza en el área por la ausencia de programas que efectivamente sirvan a sus intereses y necesidades, pero, también es posible que exista poca voluntad por parte de los egresados para mantener el vínculo con la institución (fallando la obligación mutua). De alguna manera, el desinterés por el registro en la base de datos de egresados limita el accionar del área de extensión, ya que no logra comprender la realidad y necesidades de este grupo.

4. PERCEPCIÓN DE LOS EGRESADOS DE CONTADURÍA PÚBLICA, SOBRE LA RED DE RELACIONES CON LA UNIVERSIDAD EN FUNCIÓN DE SUS NECESIDADES

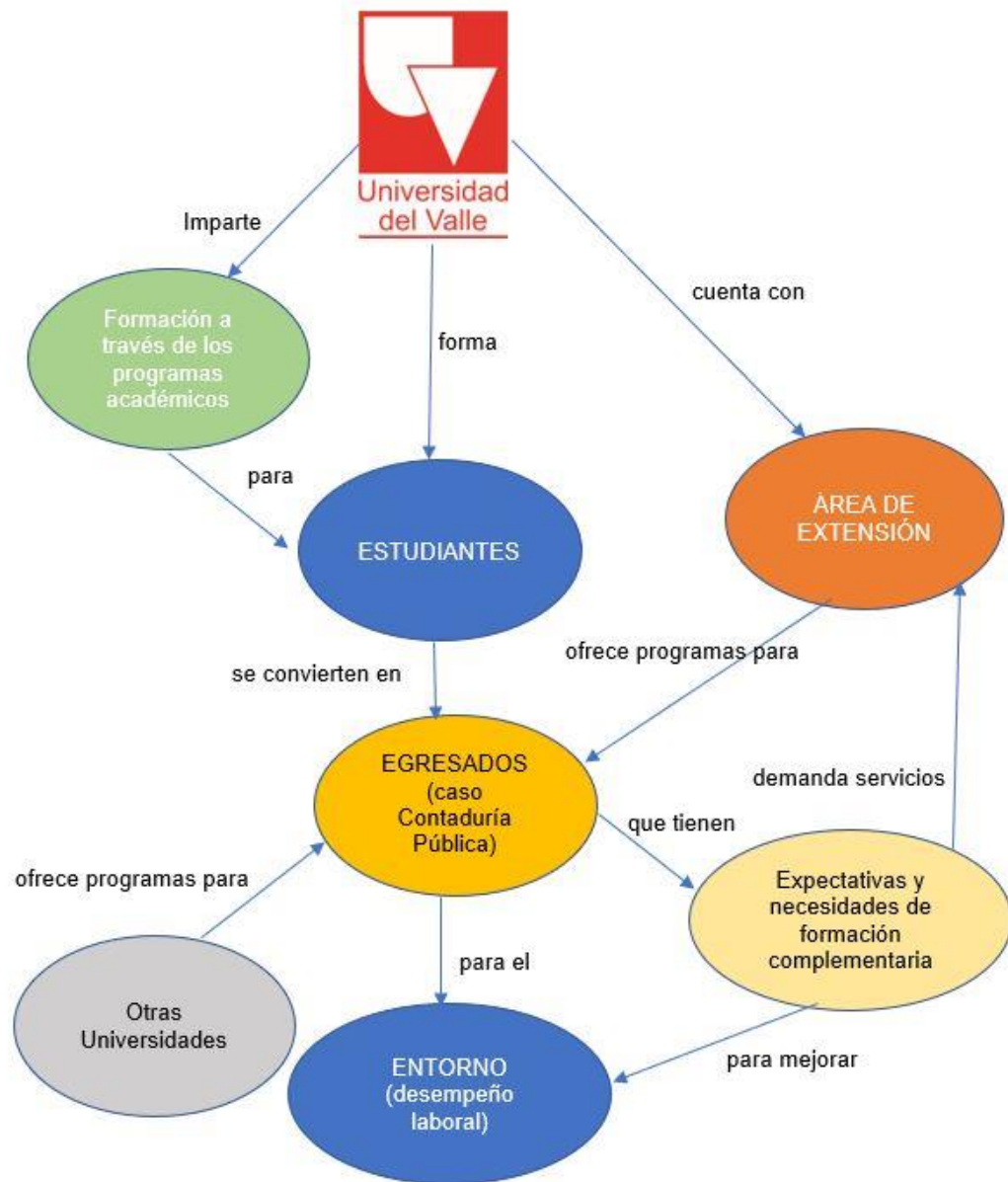
En este capítulo se presenta la percepción de los egresados de Contaduría Pública respecto a la red de relaciones con la Universidad del Valle. Esto se hace desde la dimensión relacional del capital social donde la confianza desempeña un papel trascendental y, a su vez, dicha confianza se basa en la calidad del servicio ofrecido por el área de extensión. Aquí el interés se centra en la forma como los egresados perciben dicho servicio, en la medida que satisfaga sus necesidades y reconociendo que uno de los propósitos de la extensión universitaria es precisamente responder a las demandas de recualificación de profesiones y disciplinas a través de las distintas modalidades de educación continua y de servicios académicos (Resolución No. 028 Julio 6 del 2012).

A través de la figura 2 puede entenderse alguna parte del capital social que crea la Universidad del Valle en el desarrollo de sus funciones, específicamente se trata de la red de relaciones con los egresados. Se puede apreciar que la institución imparte formación a través de los distintos programas académicos para los estudiantes quienes al culminar su proceso formativo adquieren la calidad de egresados en cuyo caso pasan a desempeñarse laboralmente creando así una relación con el entorno y siendo los intermediarios entre la Universidad (quien imparte la formación) y el mercado laboral.

Al relacionarse los egresados con su entorno por medio de su desempeño laboral se comienzan a generar distintas necesidades de formación complementaria, configurándose así una serie de expectativas. Producto de esto el egresado tiene la posibilidad de acudir al área de extensión de la Universidad del Valle para demandar el servicio de programas de extensión; en este caso, el egresado se forma un conjunto de percepciones respecto al servicio ofrecido y el esperado, en función de sus expectativas y necesidades.

En el caso de que el egresado no se encuentre satisfecho con los programas ofertados por el área de extensión de la Universidad del Valle, es probable que acuda a otras instituciones para satisfacer sus expectativas y necesidades, produciéndose allí una ruptura de la red de relaciones o del capital social de la universidad.

Figura 2. Red de relaciones (capital social) de la Universidad del Valle y egresados de Contaduría Pública.



Fuente: elaboración de las autoras, 2019.

Debido a esto, el presente capítulo se desarrolla sobre la base de tres aspectos que deben considerarse en función de la generación de confianza y obligación mutua entre el área de extensión y los egresados. El pilar principal es la calidad del servicio del área de extensión, la cual es el vehículo para generar confianza, base fundamental de la dimensión relacional de Nahapiet y Ghoshal:

- Información general del egresado, la cual incluye el perfil e información académica, así como información laboral, para comprender su relación con el entorno y las posibles necesidades que tienen.
- La percepción que tiene el egresado sobre la calidad del servicio del área de extensión de la Universidad del Valle, que tiene como propósito entender la brecha entre expectativas y realidad. Para esto se utiliza el modelo SERVQUAL que considera 5 grupos: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad (garantía) y empatía.
- La dimensión relacional, que tiene en cuenta las características y atributos de las relaciones, como la confianza y otros incentivos que se presentan en los lazos (redes) de la institución con su entorno (empresas, entidades) y egresados.

4.1 LIMITANTES

Para efectos de la consecución de la muestra se acudió al área de extensión, teniendo en cuenta que allí se encuentran los datos de contacto de los registrados en el programa institucional de egresados. Debido a esto se presentaron dos problemas: 1) dificultades para controlar la muestra, considerando que no se podía asegurar que las personas que se contactaran pertenecieran exclusivamente al período 2014-2016 y 2) se dependía de la voluntad colaborativa de los egresados que quisiesen contribuir con la investigación.

Teniendo en cuenta estos limitantes, se trató de asegurar la mayor cantidad de respuestas, logrando finalmente la participación de 32 egresados, con el agravante de que 11 de ellos pertenecían al período 2011-2013. No obstante, el criterio del año no resulta ser el más relevante para efectos de la investigación.

Considerando que el propósito de la aplicación de la encuesta era identificar la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades, se considera que el criterio de tener datos de egresados de más de dos años de haber recibido su grado profesional asegura de alguna manera un mayor conocimiento de dichas necesidades, dado que han tenido más tiempo de ejercer la profesión. Debido a esto, haberse salido del esquema inicial de la población diseñada para el periodo 2014-2016, no resta significancia al propósito del instrumento.

No obstante, dada la existencia de sesgos de la información recopilada, es importante subrayar que el análisis que a continuación se efectúa, se realiza sobre la base de la muestra obtenida, dado que la significancia de la prueba no permite efectuar inferencia estadística sobre el comportamiento de la población.

4.2 INFORMACIÓN GENERAL DEL EGRESADO

4.2.1 Perfil e información académica

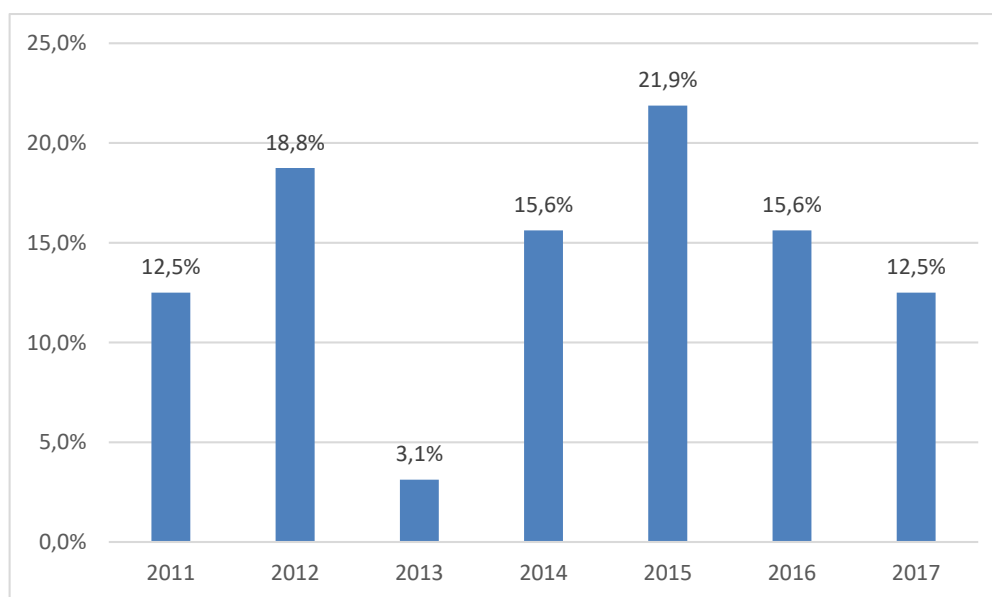
Se obtuvo información de 32 egresados de Contaduría Pública, entre los años 2011 y 2017, siendo los de más concentración los de los años 2015 con 21.9% y 2012 con 18.8%. Se buscó obtener respuesta de personas que llevan más de 2 años de graduados, considerando que tienen mayor conocimiento sobre el mercado laboral y pueden tener necesidades y expectativas más puntuales sobre su formación complementaria.

Cuadro 6. Año de graduación

Año	Cant.	%
2011	4	12,5%
2012	6	18,8%
2013	1	3,1%
2014	5	15,6%
2015	7	21,9%
2016	5	15,6%
2017	4	12,5%
Total general	32	100,0%

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Gráfico 1. Porcentaje de egresados según año de graduación



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

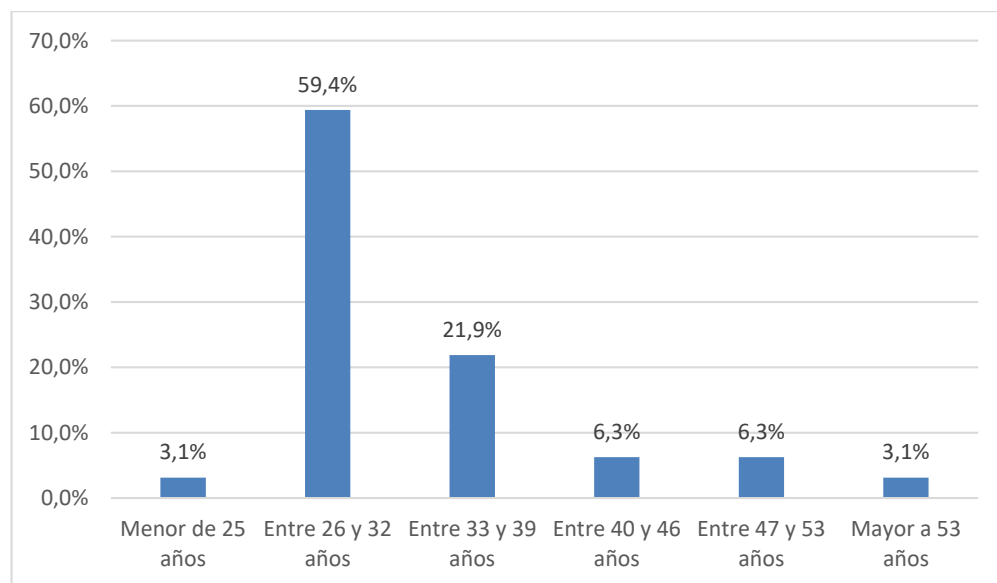
Respecto a la edad de los egresados encuestados, el 59.4% son personas con edades entre los 26 y 32 años, consideradas en plena etapa productiva, seguido de personas con edades entre 33 y 39 años que representaron el 21.9% de la muestra.

Cuadro 7. Edad

Edad	Cant.	%
Menor de 25 años	1	3,1%
Entre 26 y 32 años	19	59,4%
Entre 33 y 39 años	7	21,9%
Entre 40 y 46 años	2	6,3%
Entre 47 y 53 años	2	6,3%
Mayor a 53 años	1	3,1%
Total general	32	100,0%

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Gráfico 2. Porcentaje de egresados según rango de edad



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

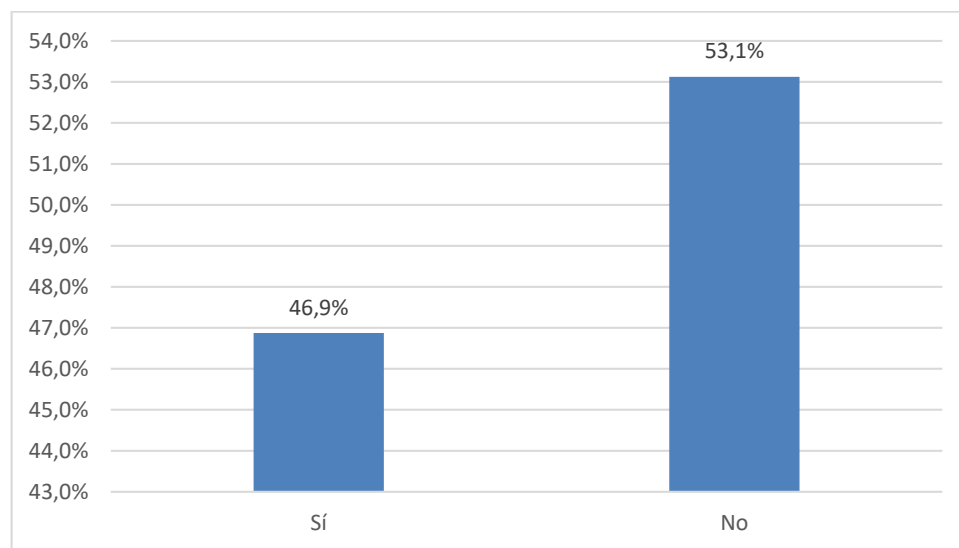
Un aspecto importante para subrayar es que el 53.1% de la muestra encuestada no ha continuado sus estudios de posgrados tal como se registra en el cuadro 8 y gráfico 3, lo que significa que la mayor proporción de estos egresados a los cuales se consultó, a pesar de haber obtenido su título profesional hace más de dos años, aún no han tenido o no han decidido realizar estudios de postgrado. El 46.9% de los encuestados afirma que sí ha continuado con dichos estudios (ver cuadro 8).

Cuadro 8. ¿Ha continuado estudios de posgrados?

¿Ha continuado estudios de posgrados?	Cant.	%
Sí	15	46,9%
No	17	53,1%
Total general	32	100,0%

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Gráfico 3. Porcentaje de egresados de acuerdo con la continuidad de estudios de posgrados



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

A pesar de que el 46.9% de los egresados de Contaduría Pública ha efectuado estudios posteriores a la obtención de su título de pregrado, el 40.6% de ellos se concentra en diplomados y el 12.5% en cursos, mientras que sólo el 18.8% ha tenido la posibilidad de realizar estudios de especialización y el 6.3% de maestrías (ver cuadro 9 y gráfico 4). Como se observa, la demanda de estudios posteriores al título de pregrado se concentra en programas de menor duración como los diplomados y cursos, los cuales generalmente buscan fortalecer las competencias de los egresados.

Cuadro 9. ¿En qué nivel?

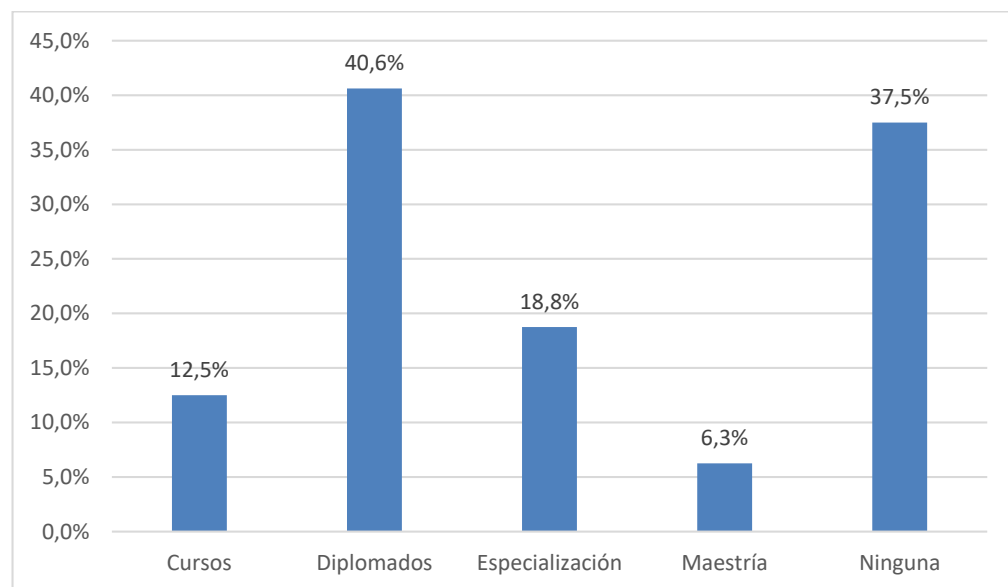
¿En qué nivel?	Cant.	%
Cursos	4	12,5%
Diplomados	13	40,6%
Especialización	6	18,8%
Maestría	2	6,3%
Ninguna**	12	37,5%
Total general	32	100,0%

* Pregunta con opción de respuesta múltiple

** El número de respuestas difiere con relación a la pregunta anterior (17 egresados que no han continuado con estudios de posgrado), porque puede ser que el encuestado considere que los cursos o diplomados no constituyen en sí un posgrado. En este sentido, es difícil precisar la valoración que realiza el encuestado al respecto.

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Gráfico 4. Porcentaje de egresados según nivel de posgrado alcanzado



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

A pesar de lo anterior, al preguntar sobre las expectativas de estudios de posgrados a los encuestados, los mayores porcentajes se concentraron en las maestrías con el 46.9% y las especializaciones con 40.6%.

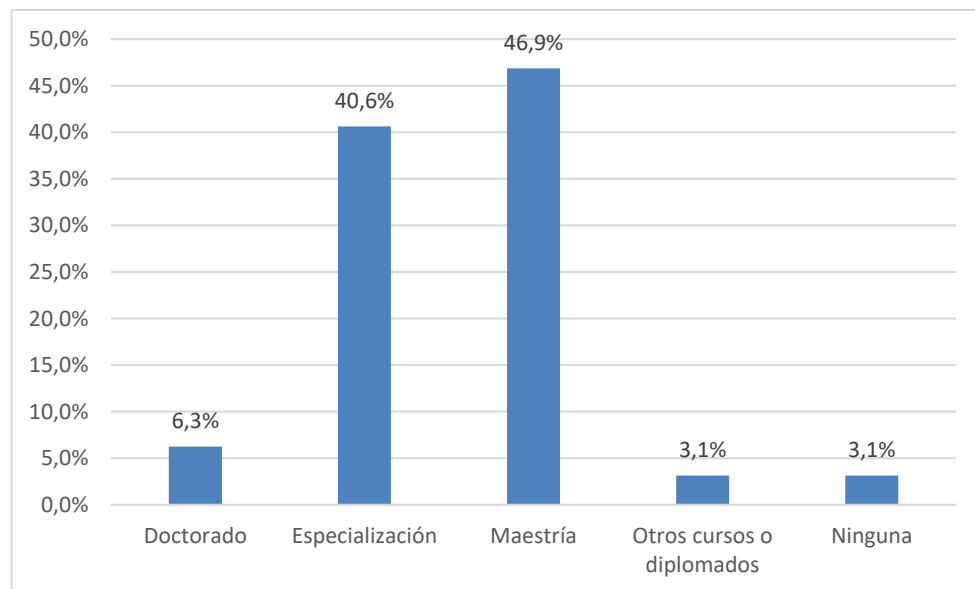
A partir de esto puede inferirse que los egresados efectivamente desean realizar estudios de posgrados a nivel de especializaciones y maestrías en el futuro, lo que seguramente significa que existen restricciones para poder realizar estos estudios, es decir, existe la expectativa, pero quizá no los medios para efectuar este tipo de formación.

Cuadro 10. ¿Cuál es su expectativa de estudios de posgrado?:

¿Cuál es su expectativa de estudios de posgrado?:	Cant.	%
Doctorado	2	6,3%
Especialización	13	40,6%
Maestría	15	46,9%
Otros cursos o diplomados	1	3,1%
Ninguna	1	3,1%
Total general	32	100,0%

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Gráfico 5. Porcentaje de egresados según expectativa de estudios de posgrado



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

4.2.2 Información laboral

Respecto a la información laboral, el 87.5% de los encuestados se encuentran laborando en la actualidad, ya sea como empleados o independientes, sólo el 12.5% señala que no labora actualmente (ver cuadro 11).

Cuadro 11. Empresa donde labora

Empresa donde labora	Cant.	Cargo
ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI	1	ADMINISTRADOR
ALI TOTAL SAS	1	ANALISTA CONTABLE
ARQUSTIK VITRUVIO SAS	1	ANALISTA DE CONTABILIDAD Y FINANCIERA
AVIDESA DE OCCIDENTE S.A	1	ANALISTA TRIBUTARIO
AVIDESA DE OCCIDENTE S.A.	1	ASISTENTE
BANCO DE OCCIDENTE	1	ASISTENTE FINANCIERO
CONSTRUCCIÓN	1	AUXILIAR CONTABLE
CONSULTORES DE GESTION INTEGRAL	1	CAJERO PRINCIPAL
CONTADOR INDEPENDIENTE	1	CEO
COOPERATIVA COPROCENVA	1	COMPRADOR DE SERVICIOS
DENTIX	1	CONSULTOR
E&M SOLUCIONES SAS	1	CONTADOR
E.S.E HOSPITAL DIVINO NIÑO	1	CONTADOR
FONTRAGRASAS	1	CONTADORA
HOTEL DE TURISMO GUADALAJARA S.A.	1	CONTADORA PÚBLICA
INDEPENDIENTE	1	CONTROL INTERNO
INDEPENDIENTE	1	COORDINADOR SI
KPMG	1	COORDINADORA DE CONTROL GESTION
MI BEBÉ EN PAÑALES	1	DIRECTOR CLINICA
MOLINOS SANTA MARTA S.A.S.	1	DIRECTOR FINANCIERO
PORVENIR	1	DIRECTORA
SERVICIO TÉCNICO MONTACARGAS SAS	1	DIRECTORA DE BIENESTAR SOCIAL Y EDUCACIÓN
TECNOQUIMICAS S.A	1	FACTURADOR
TOTAL GAS SA	1	GERENTE
UNIVERSIDAD DEL VALLE	1	GERENTE FINANCIERO Y CONSULTOR, CONFERENCISTA
VARIAS, SOY CONSULTOR EMPRESARIAL	1	PRESTADORA DE SERVICIOS (CONTRATISTA)
VEOLIA	1	PROFESIONAL
XIOM PYME	1	REVISOR FISCAL
NINGUNA	4	(EN BLANCO)
TOTAL GENERAL	32	

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Por su parte, el 34.4% de la muestra encuestada afirma laborar en empresas de tamaño grande, mientras que el 15.6% lo hace en las medianas organizaciones. Sin embargo, un porcentaje significativo correspondiente al 44% se desempeña en empresas micro y pequeñas.

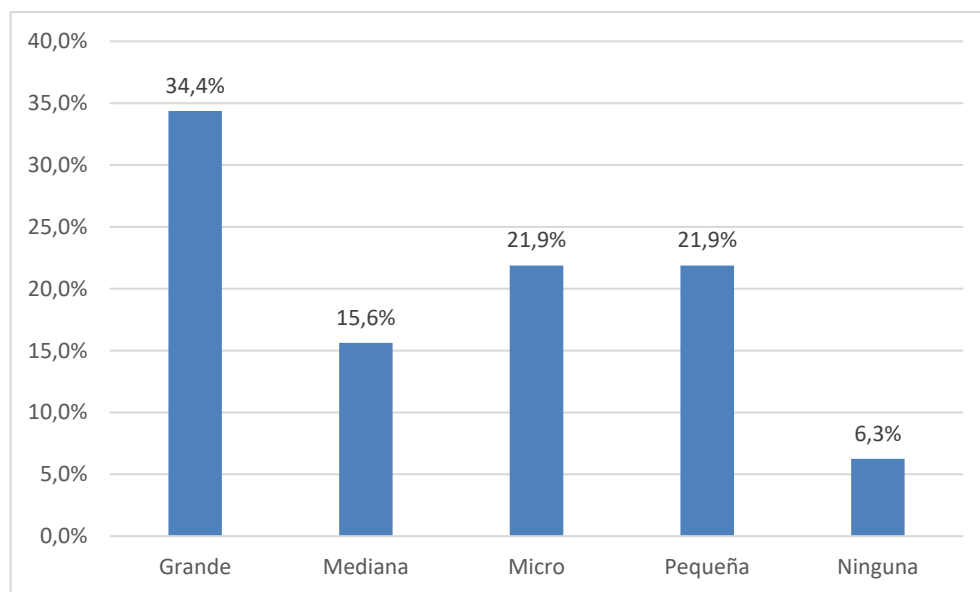
Cuadro 12. Tamaño de la empresa donde laboran los egresados de contaduría pública.

Tamaño de la empresa	Cant.	%
Grande	11	34,4%
Mediana	5	15,6%
Micro	7	21,9%
Pequeña	7	21,9%
Ninguna**	2	6,3%
Total general	32	100,0%

** En el cuadro anterior se encontró que cuatro (4) de los encuestados indicaron que no trabaja en ninguna empresa, mientras que en la presente pregunta dos (2) respondieron que no laboran en ninguna, lo cual denota incongruencia en las respuestas. Este tipo de situaciones son las que suelen presentarse en las encuestas y que son difícilmente controlables, razón por la cual es necesario tener en cuenta el margen de error estadístico.

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Gráfico 6. Porcentaje de egresados según tamaño de empresa donde labora



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

Con relación al sector donde laboran los egresados encuestados, se encontró una elevada concentración en las empresas del sector servicios, con el 59.4% del total (ver cuadro 13 y gráfico 7). Le sigue en importancia el sector industrial con el 12.5% y el agrícola con el 9.4%.

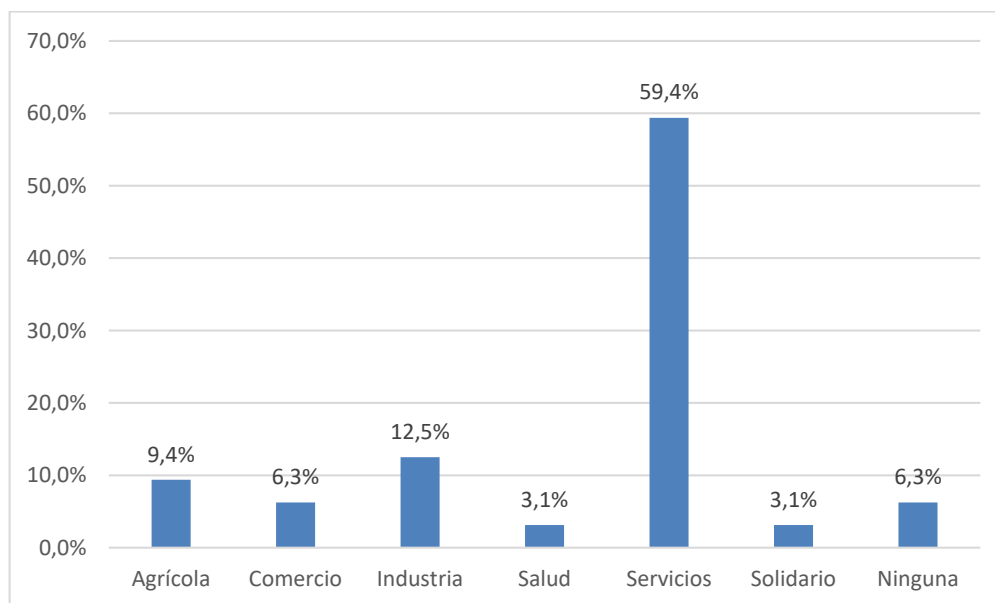
También puede observarse que los contadores públicos de la muestra de encuestados, ha logrado desempeñarse en una diversidad de sectores económicos, tal como se observa en la información consignada en el cuadro siguiente.

Cuadro 13. Sector donde labora el egresado

Sector	Cant.	%
Agrícola	3	9,4%
Comercio	2	6,3%
Industria	4	12,5%
Salud	1	3,1%
Servicios	19	59,4%
Solidario	1	3,1%
Ninguna	2	6,3%
Total general	32	100,0%

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Gráfico 7. Porcentaje de egresados según sector donde labora



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

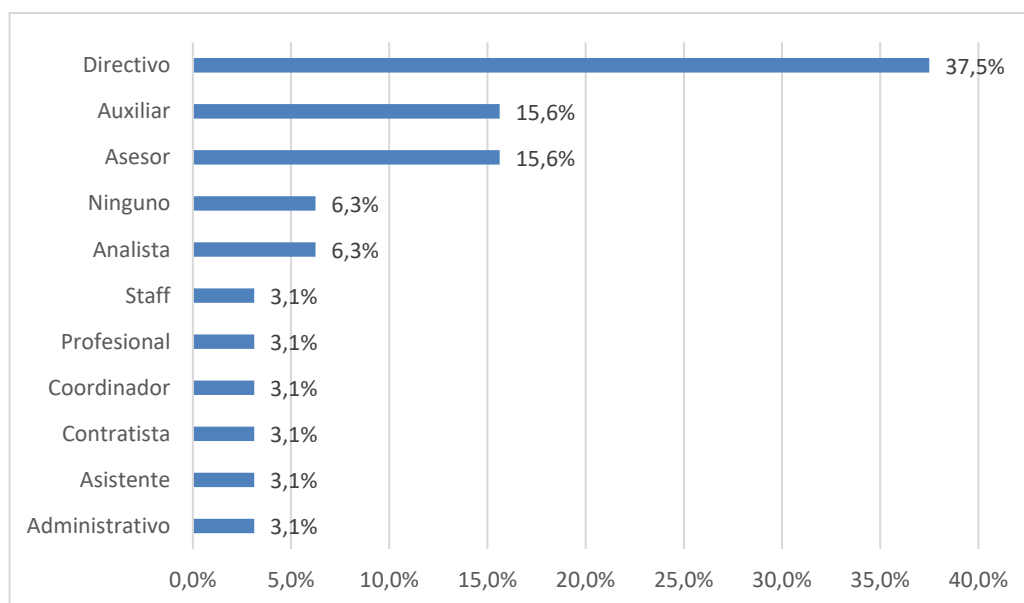
En lo que tiene que ver con el nivel del cargo desempeñado, se aprecia que el 37.5% de los egresados encuestados actúa en cargos directivos, mientras que el 31.2% lo hace como auxiliar o asesor contable.

Cuadro 14. Nivel del cargo desempeñado

Nivel del cargo desempeñado	Cant.	%
Administrativo	1	3,1%
Asistente	1	3,1%
Contratista	1	3,1%
Coordinador	1	3,1%
Profesional	1	3,1%
Staff	1	3,1%
Analista	2	6,3%
Ninguno	2	6,3%
Asesor	5	15,6%
Auxiliar	5	15,6%
Directivo	12	37,5%
Total general	32	100,0%

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Gráfico 8. Porcentaje de egresados según nivel de cargo desempeñado



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

Finalmente, sobre el nivel salarial devengado por los egresados encuestados, se encontró que el 46.9% obtiene un salario entre 2 y 4 SMLV (salario mínimo legal vigente), es decir, entre \$1.656.632 y \$3.312.464 pesos.

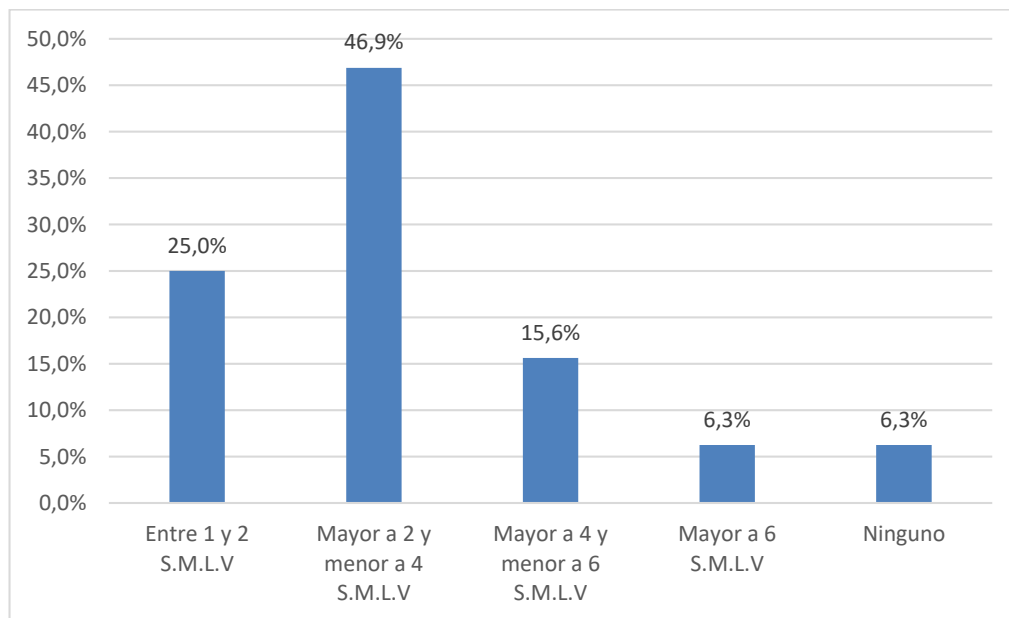
Se aprecia que el 25% de los encuestados obtiene un salario entre 1 y 2 SMLV, mientras que sólo el 15.6% devenga entre 4 y 6 SMLV.

Cuadro 15. Nivel de salario.

Nivel de salario	Cant.	%
Entre 1 y 2 S.M.L.V	8	25,0%
Mayor a 2 y menor a 4 S.M.L.V	15	46,9%
Mayor a 4 y menor a 6 S.M.L.V	5	15,6%
Mayor a 6 S.M.L.V	2	6,3%
Ninguno	2	6,3%
Total general	32	100,0%

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Gráfico 9. Porcentaje de egresados según nivel de salario devengado



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

4.3 PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL ÁREA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA

Para la identificación de la percepción sobre la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga por parte de los egresados, se agruparon las preguntas en cinco dimensiones, según el modelo Servqual, tal como se referenció en el marco teórico del trabajo, utilizando el cuestionario que se referencia en la segunda parte del Anexo A. Las respuestas individuales se pueden consultar en el Anexo B.

- Elementos Tangibles (P1-P3)
- Fiabilidad (P4-P7)
- Capacidad de respuesta (P8-P12)
- Seguridad (garantía) (P13-P14)
- Empatía (P15-P17)

Es importante subrayar que a los encuestados se les presentó una escala de valoración donde 0 es una valoración baja y 10 una valoración alta. En los gráficos que vienen a continuación se exponen los resultados promedio de la muestra, para cada una de las variables relacionadas con los cinco elementos que plantea el modelo Servqual para estudiar la percepción que se tiene de la calidad de un servicio.

Para determinar si la percepción es excelente, buena, regular o mala, se proponen los siguientes criterios:

Mala: valoración entre 0 y 5.9
Regular: valoración entre 6 y 6.9
Buena: valoración entre 7 y 8.9
Excelente: valoración mayor a 9

Se consideró utilizar esta escala y este modelo, teniendo en cuenta que la actividad que desarrolla el área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle corresponde a un intangible, que puede asociarse a las características de un servicio. Según Kotler⁵⁶ servicio se define como “cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”.

Por su parte, se asume el concepto teórico de percepción desde la perspectiva de Parasuraman et al. y Zeithmal et al.⁵⁷, quienes definen la calidad como un “juicio

⁵⁶ KOTLER, P. mercadotecnia. Prentice-Hall México, 1997. p. 656.

⁵⁷ PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A. Y BERRY, L. L. (1988). “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, Journal of Retailing, Vol 64 (Nº 1), pp. 12-40. Citado por ACEVEDO (2010), p. 38.

global del consumidor relativo a la superioridad del servicio” y sugieren que las expectativas y el juicio que tienen respecto de un servicio se configuran a partir de cuatro factores:

1. Comunicación boca-boca, lo que los usuarios escuchan de otros usuarios.
2. Las necesidades personales de los clientes.
3. La extensión de las experiencias que han tenido con el uso de un servicio.
4. Las comunicaciones externas de los proveedores del servicio.

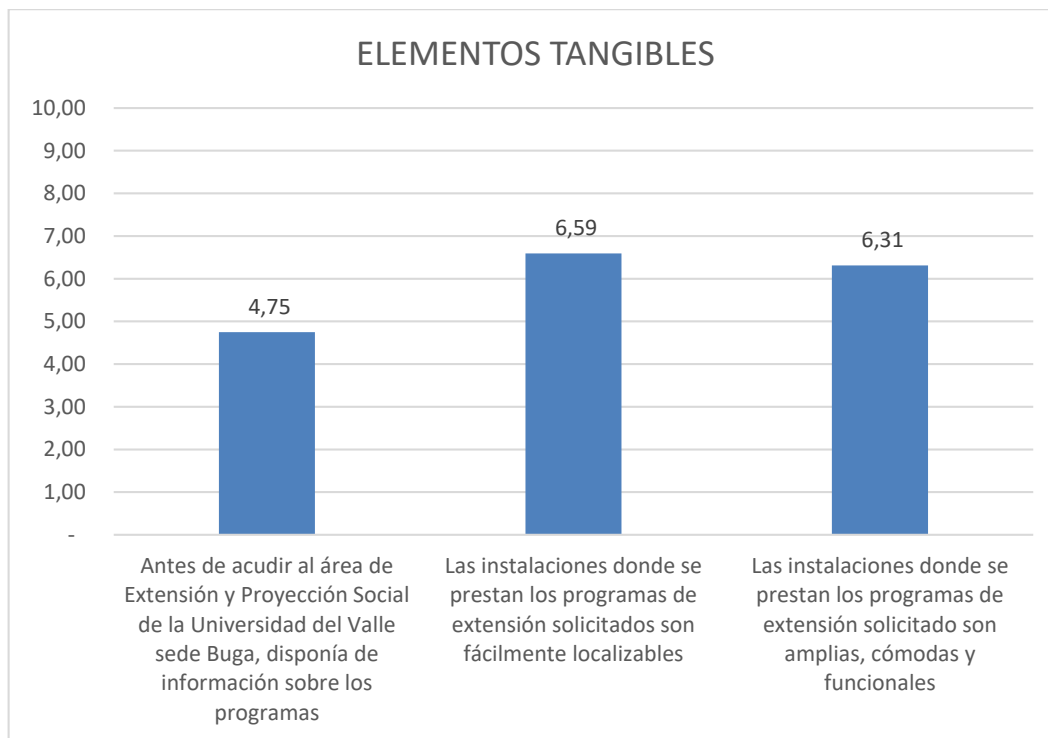
Entonces, a partir de estos planteamientos, puede presentarse la situación de que un egresado a pesar de no conocer o haber ido físicamente al área de extensión de la Universidad, sí puede haber escuchado lo que dicen otros usuarios (comunicación boca-boca). Igualmente, en el tiempo de actuar como estudiante, pudo haber tenido contacto o conocido el área, razón por la cual el individuo mentalmente se forma una idea y adquiere una percepción respecto a dicha área. Bajo estos preceptos los encuestados lograron responder las diferentes preguntas asociadas a las cinco dimensiones para percibir la calidad del servicio en cuestión.

4.3.1 Elementos tangibles

Los elementos tangibles corresponden a la parte visible de la oferta, tiene que ver con las instalaciones físicas, apariencia y materiales de comunicación entre otros. En el gráfico 10 se resumen los resultados de la encuesta relacionada con la percepción que tienen los egresados respecto a los elementos tangibles que encuentran en el área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.

La mayor calificación se obtiene en la percepción que tienen los encuestados sobre la facilidad para localizar las instalaciones donde se prestan los programas de extensión con un promedio de 6.59 en la escala de 1 a 10. No obstante, de acuerdo con los criterios definidos, esta calificación es regular, lo mismo ocurre con la percepción que tienen sobre la amplitud, comodidad y funcionalidad de las instalaciones, las cuales para los egresados tienen en promedio una calificación de 6.31. Por su parte, la disposición de información, como material de comunicación, es valorada por los egresados con una calificación promedio de 4.75, es decir, tienen una mala percepción.

Gráfico 10. Elementos tangibles en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

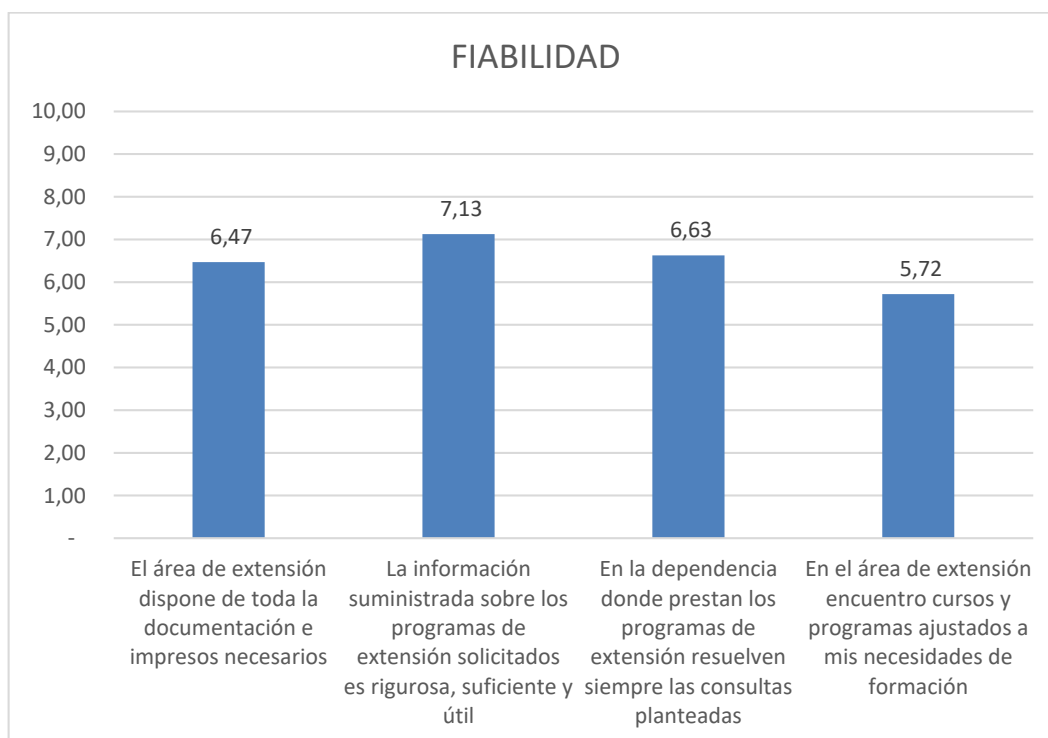
4.3.2 Fiabilidad

Este componente se refiere a la habilidad para desarrollar el servicio prometido en forma acertada y como fue dicho. Con base a los resultados de la encuesta con los egresados, se observa que estos tienen una percepción regular respecto a la documentación e impresos necesarios que posee el área de extensión, así como respecto a la resolución de las consultas planteadas al área.

Se obtiene una calificación promedio un poco más elevada con relación a la información suministrada sobre los programas de extensión solicitados, en función de la rigurosidad, suficiencia y utilidad, la valoración de 7.13 se encuentra en el rango establecido como buena.

Mientras que los egresados tienen una mala percepción sobre la oferta de cursos y programas que encuentran en el área de extensión, ajustada a sus necesidades de formación.

Gráfico 11. Fiabilidad en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

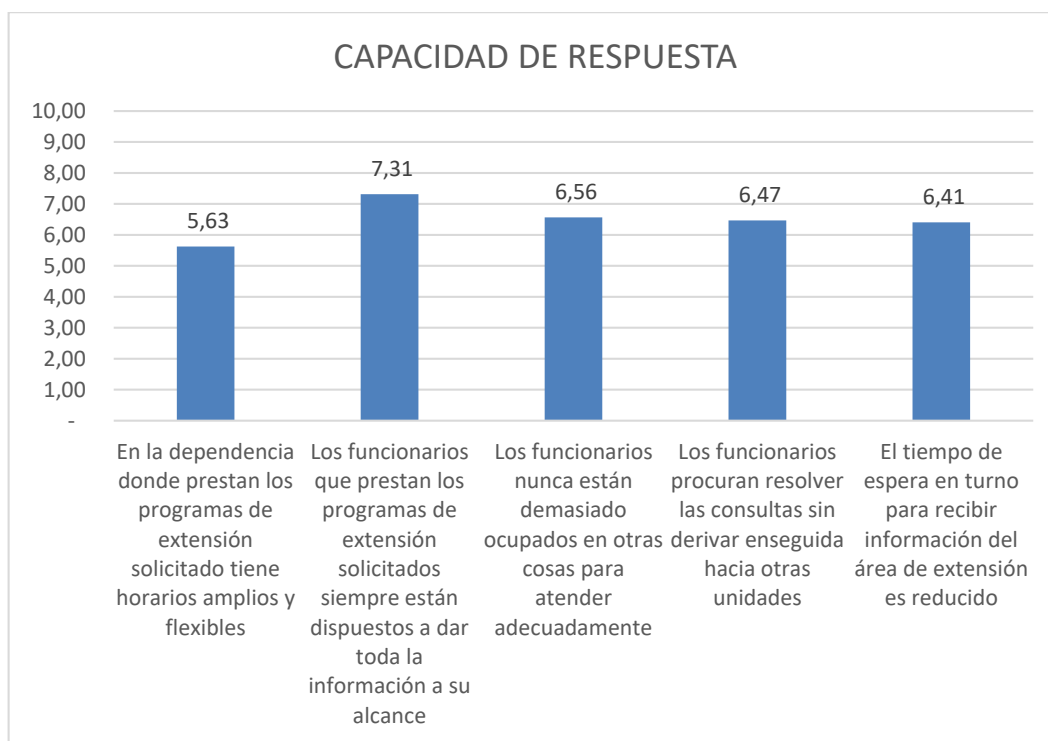
4.3.3 Capacidad de respuesta

Dentro de la calidad del servicio, este elemento se refiere a la respuesta pronta y deseada, deseo de ayudar a los usuarios y de proveer el servicio con prontitud y esmero.

La calidad percibida por los egresados sobre la capacidad de respuesta del área de extensión es, en general, regular según las valoraciones encontradas en la encuesta. Un elemento que los encuestados perciben como malo, tiene que ver con los horarios, dado que la mayoría indica que no son amplios ni flexibles.

La mayor valoración es percibida respecto a la disposición que tienen los funcionarios del área de extensión para dar toda la información a su alcance. En este caso, existe una percepción buena por parte de los egresados.

Gráfico 12. Capacidad de respuesta en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.



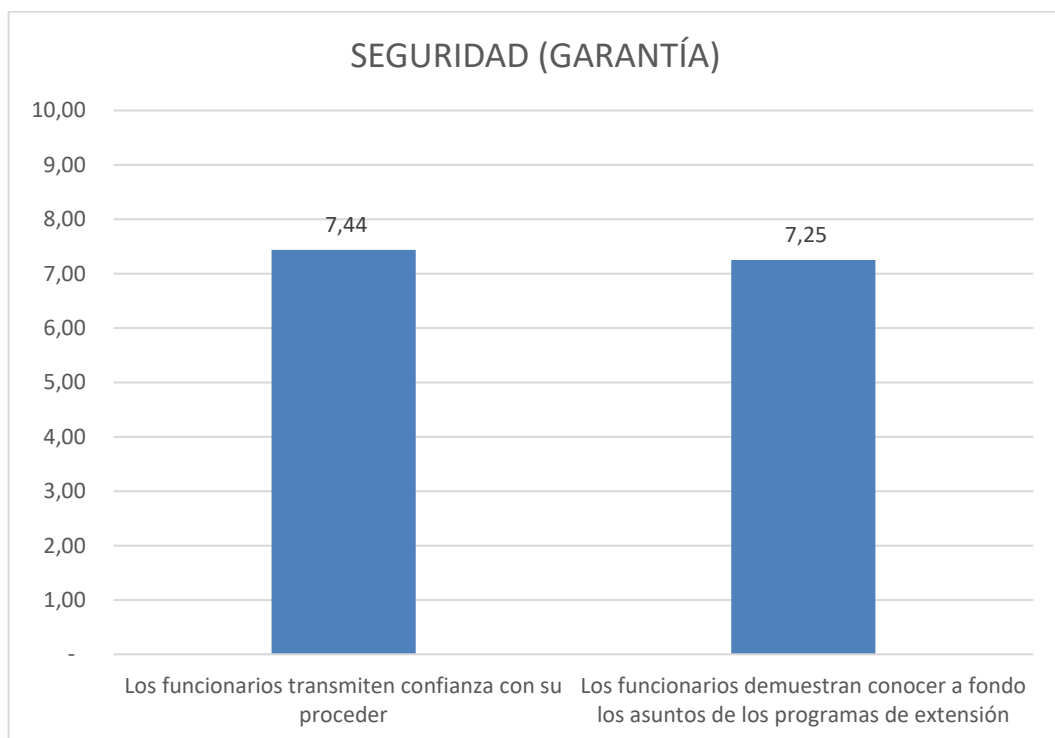
Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

4.3.4 Seguridad (garantía)

La seguridad o garantía corresponde al conocimiento y cortesía del personal y su habilidad para producir confianza.

La calidad del servicio percibida por los egresados, con respecto a la seguridad o garantía que ofrece el personal del área de extensión, es buena, además, sus valoraciones son superiores al promedio de los otros elementos vistos hasta este punto. La mayor valoración se percibe en la confianza que transmiten los funcionarios del área con su proceder y demuestran que conocen a fondo los asuntos de los programas de extensión.

Gráfico 13. Seguridad en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

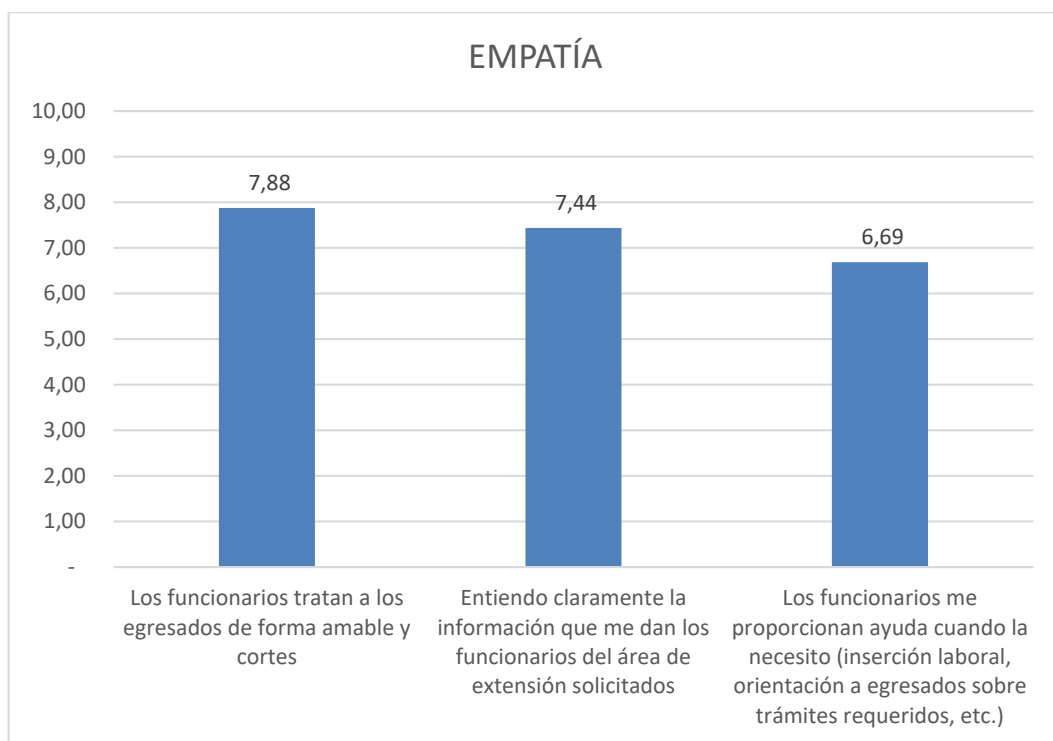
4.3.5 Empatía

Este elemento tiene que ver con el cariño, la atención individualizada que se provee a los usuarios, el deseo de comprender las necesidades precisas del cliente y encontrar la respuesta más adecuada.

Respecto a este elemento, se observa que los egresados tienen una elevada valoración respecto al trato recibido por los funcionarios, percibiéndolo de forma amable y cortés. También se observa que la valoración sobre la comprensión de la información que dan los funcionarios es buena.

Sin embargo, la ayuda que proporcionan respecto a las necesidades de inserción laboral, orientación a egresados sobre trámites requeridos es percibida en promedio como regular.

Gráfico 14. Empatía en la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

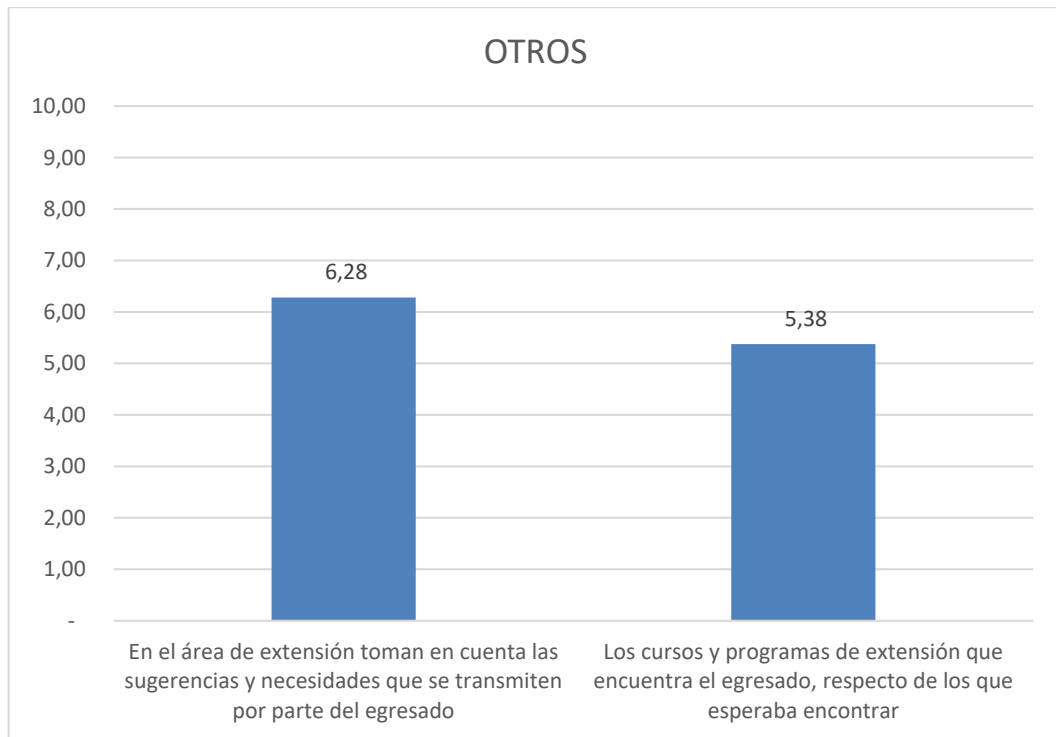
4.3.6 Otros elementos

Finalmente, se realizaron otras preguntas adicionales, relacionadas con las sugerencias y necesidades que expresan los egresados al área de extensión, en el sentido si son tomadas en cuenta. En promedio, la percepción es regular por parte de los encuestados.

Por su parte, la percepción que tienen los egresados encuestados con relación a la diferencia entre lo que encuentran en cursos y programas en el área de extensión y

lo que esperaban encontrar es mala, mostrando algún grado de insatisfacción en la calidad del servicio, por la existencia de una brecha entre lo que esperaban encontrar y lo que realmente encuentran.

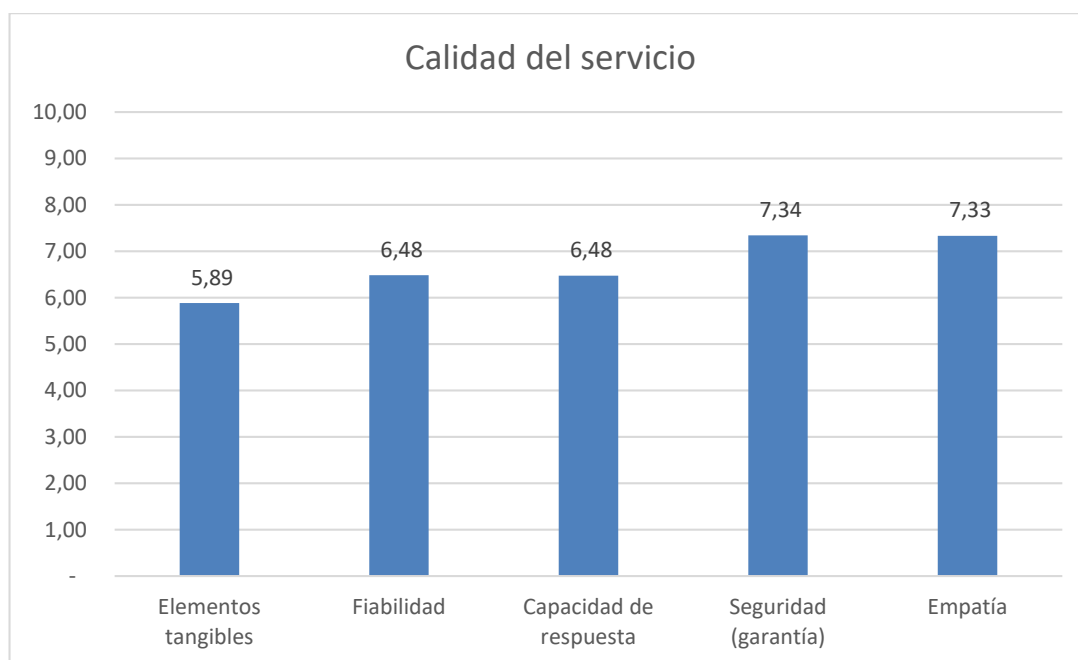
Gráfico 15. Otros elementos relacionados con la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga.



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

En síntesis, el gráfico 16 presenta los cinco elementos que tienen que ver con la calidad del servicio percibida por los egresados, respecto al área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga. En él se puede observar que la percepción es en promedio mala respecto a los elementos tangibles, regular en cuanto a fiabilidad y capacidad de respuesta y buena, en la seguridad (garantía) y empatía.

Gráfico 16. Resumen general de la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

4.4 DIMENSIÓN RELACIONAL

El tercer módulo del trabajo de campo tiene que ver con la dimensión relacional, el cual está integrado por los lazos (redes) de la institución con su entorno (empresas, entidades) y egresados. Para esto se utilizó la parte tres del Anexo A., utilizando la escala de Likert como instrumento de medición. Esta, según Matas,⁵⁸ constituye uno de los más utilizados en Ciencias Sociales y estudios de mercado. Son instrumentos psicométricos donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional.

En este caso se utilizó la siguiente escala:

- 1. Totalmente de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Indeciso
- 4. En desacuerdo
- 5. Totalmente en desacuerdo

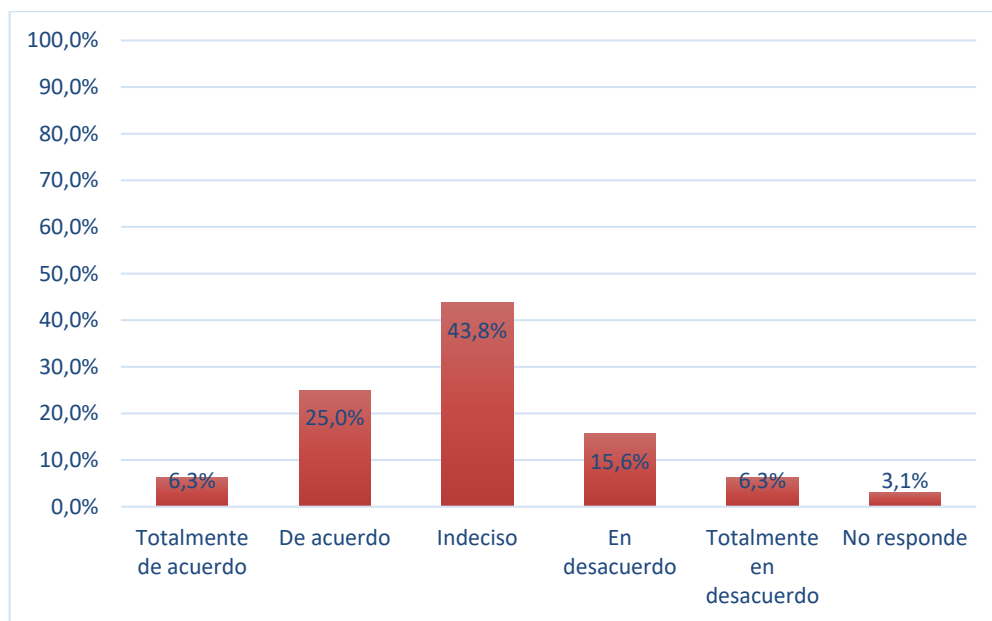
⁵⁸ MATAS, Antonio. Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión [en línea]. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 20(1), 38-47. Recuperado de: <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>

Se decidió incluir en la escala la opción “Indeciso”, teniendo en cuenta que, según Matas “algunos autores argumentan que la eliminación de la alternativa intermedia obliga al encuestado a posicionarse a favor o en contra del ítem. Por tal motivo, estos autores recomiendan la inclusión de las categorías intermedias, argumentando que es preferible no forzar esta elección para evitar inducir un error en los datos.”⁵⁹

Con base a lo anterior, se realizaron 10 afirmaciones, pidiéndosele a los encuestados (egresados), que indicaran si estaban de acuerdo o en desacuerdo, según la escala de medición elegida. A continuación, se presentan los resultados promedio obtenidos. Las respuestas individuales pueden consultarse en el Anexo C. Para la interpretación de los resultados se agregaron las escalas “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo”, así como “En desacuerdo” y “Totalmente en desacuerdo”

Respecto a la percepción que tienen los encuestados sobre las políticas para hacer seguimiento a los egresados, el mayor porcentaje correspondiente al 43.8% se mostró indeciso; el 31.3% está de acuerdo con la existencia de políticas claras para dicho seguimiento, mientras que el 21.9% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo (ver gráfico 17).

Gráfico 17. La oficina de extensión y proyección de la Universidad del Valle sede Buga cuenta con políticas claras para hacer seguimiento a sus egresados:



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

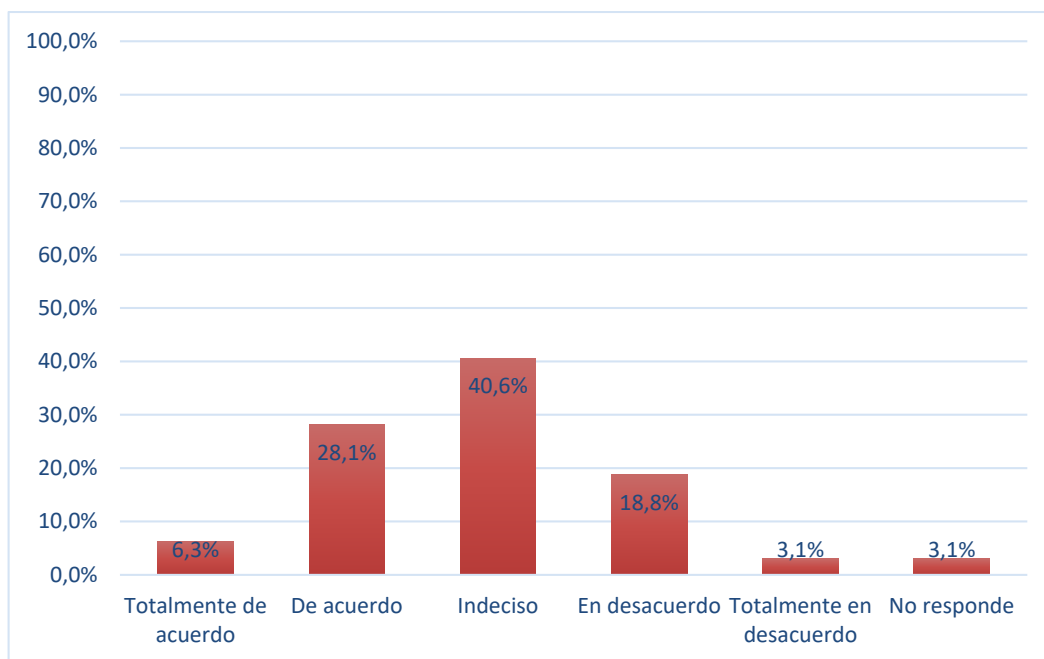
Respecto a los mecanismos existentes para conocer la opinión de los egresados y comunidad en general, referente al servicio educativo ofrecido, también se observa

⁵⁹ Ibid. p. 42.

que el mayor porcentaje, correspondiente al 40.6% de los encuestados está indeciso. El 34.4% está de acuerdo con la afirmación, mientras que el 21.9% está en desacuerdo.

Como se aprecia, en general para los egresados no existe claridad sobre los mecanismos que permitan conocer la opinión de ellos en el contexto del programa académico, denotando falencias en los canales de comunicación existentes en la institución para interactuar con los egresados.

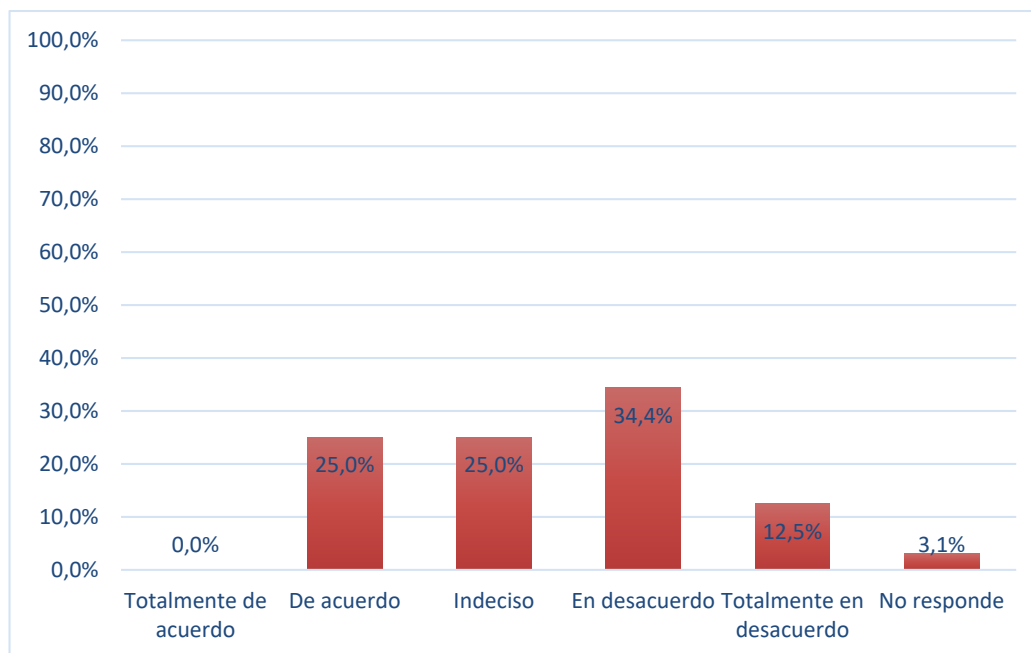
Gráfico 18. La oficina de extensión y proyección de la Universidad del Valle sede Buga cuenta con mecanismos para conocer la opinión de los egresados y comunidad en general referente al servicio educativo ofrecido:



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

Con relación a la existencia de preocupación por diseñar programas de extensión para ofrecer valor agregado a sus egresados de Contaduría Pública, la percepción de la mayoría de los egresados (34.4%) es negativa, ya que se encuentran en desacuerdo con la afirmación, además, el 34.4% se muestra indeciso. Solo el 28.1% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación (ver gráfico 19).

Gráfico 19. En la oficina de extensión y proyección de la Universidad del Valle sede Buga existe preocupación por diseñar programas de extensión para ofrecer valor agregado a sus egresados de contaduría pública:

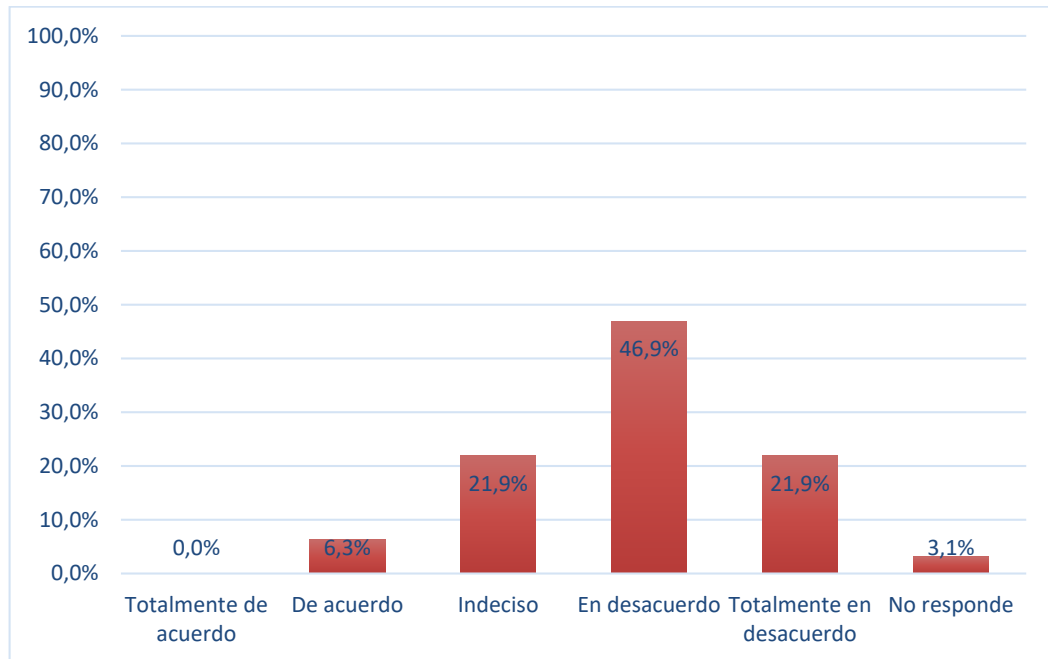


Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

Por su parte, la oferta de programas de postgrados en el programa de Contaduría Pública de la Universidad del Valle sede Buga no es suficiente para los egresados encuestados. Según el gráfico 20, el 68.8% de los encuestados está en desacuerdo con la suficiencia en la oferta en este tipo de programas, denotando una debilidad importante en este aspecto, por parte de la institución. Sin embargo, es importante subrayar que, en el caso de esta institución, la oferta de posgrados no depende directamente del área de extensión y proyección social, pero, si puede ser canalizadora de las necesidades y expectativas de los egresados en este sentido.

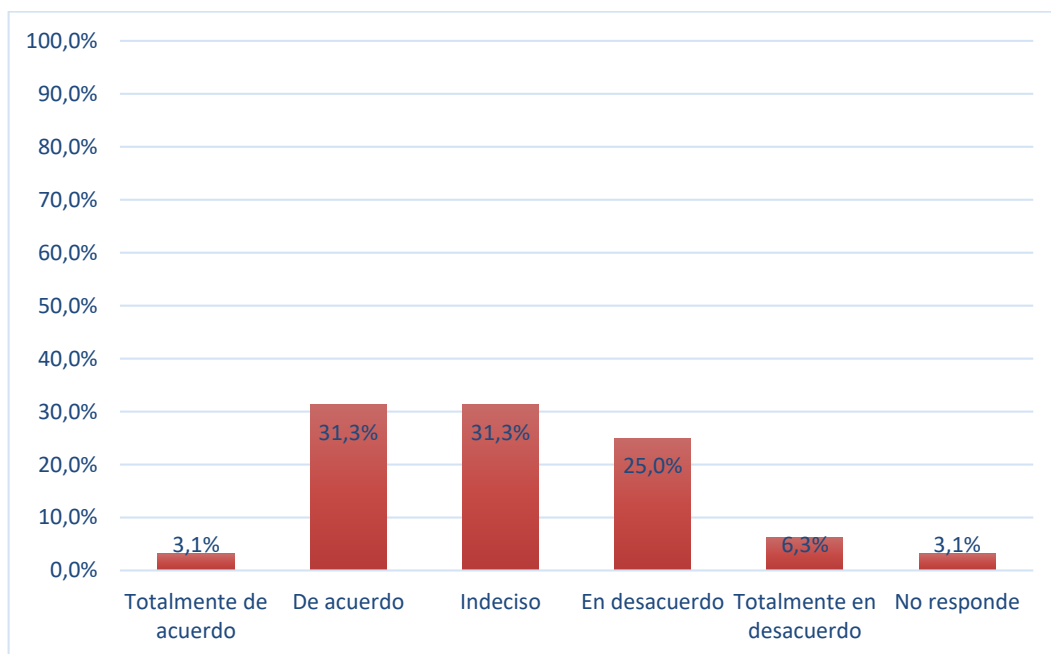
En el gráfico 21 se logra apreciar respecto a la información sobre los cursos y programas existentes en el área de extensión para los egresados, que existe división de opiniones; el 34.4% de los encuestados está de acuerdo con la existencia de suficiente información al respecto, no obstante, el 31.3% está indeciso y otro 31.3% en desacuerdo.

Gráfico 20. El egresado encuentra suficiente oferta de programas de postgrados en el programa académico de Contaduría Pública de la Universidad del Valle sede Buga:



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

Gráfico 21. Existe suficiente información sobre los cursos y programas existentes en el área de extensión para los egresados:

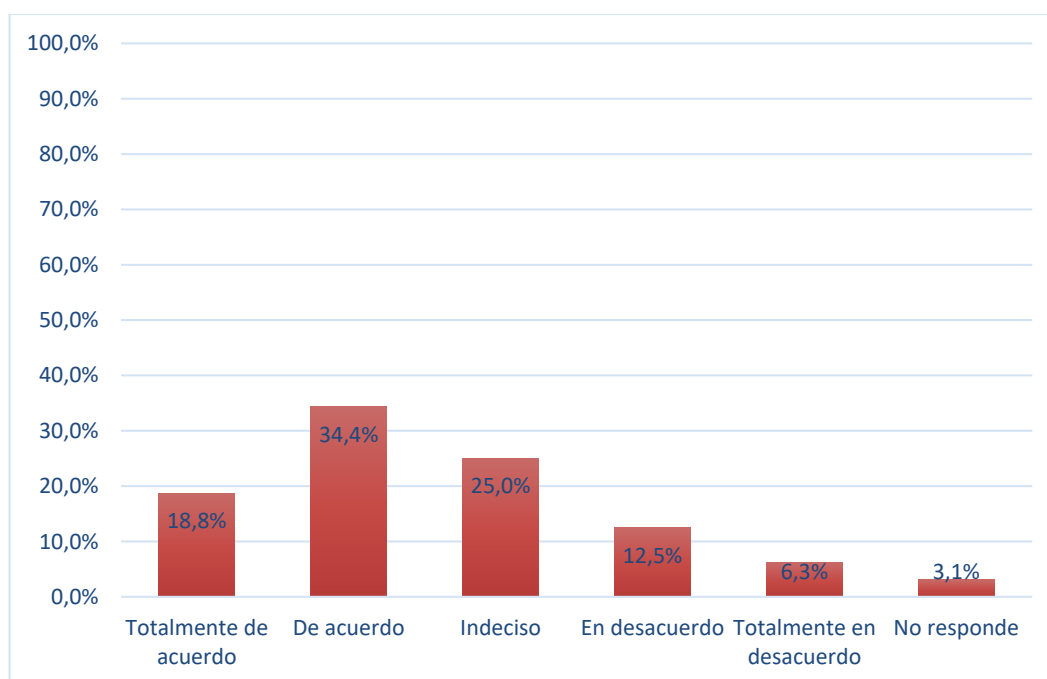


Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

Sin embargo, al afirmar que la institución ofrece programas de extensión que permitan actualizar el conocimiento recibido a través del desarrollo de su carrera profesional, el 46.9% de los egresados encuestados se mostró en desacuerdo con la afirmación (ver gráfico 22), mientras que el 25% está indeciso.

En este caso, la mayoría de encuestados percibe que la oferta de extensión es inadecuada para actualizar los conocimientos recibidos en la carrera profesional, denotando insatisfacción de un elevado porcentaje de egresados.

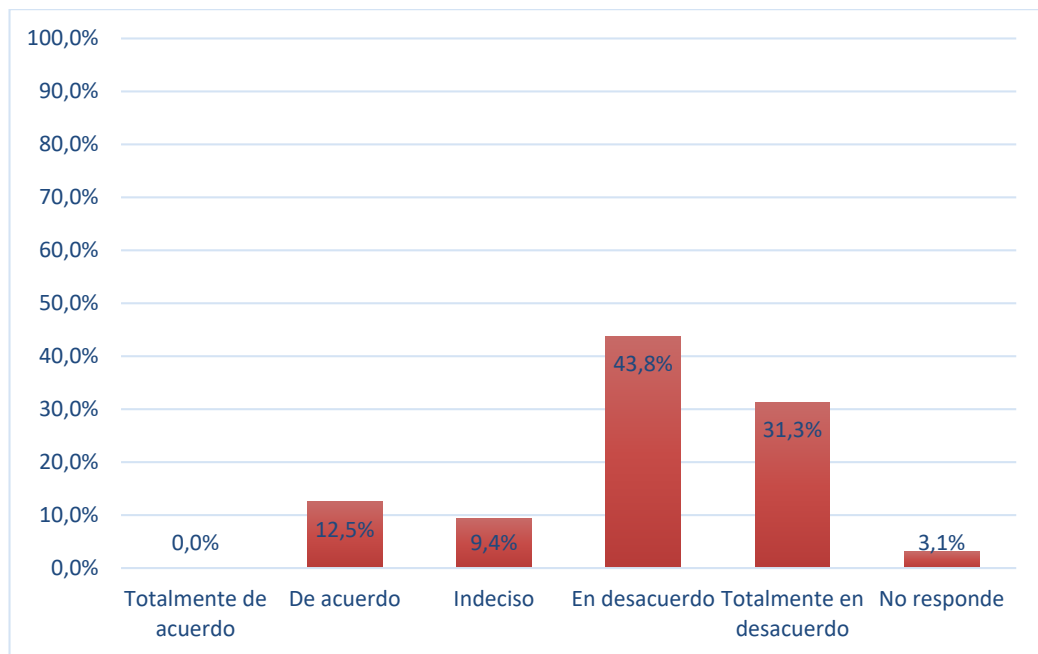
Gráfico 22. Ofrece la institución programas de extensión que permitan actualizar el conocimiento recibido a través del desarrollo de su carrera profesional:



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

Adicionalmente, en el gráfico 23 se aprecia que el 75% de los egresados encuestados no ha hecho uso de algunos programas y cursos ofrecidos por el área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga, lo cual puede estar correlacionado con la situación anterior de la insatisfacción de un gran porcentaje de egresados con la oferta del área en mención.

Gráfico 23. He hecho uso de algunos programas y cursos ofrecidos por el área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga:

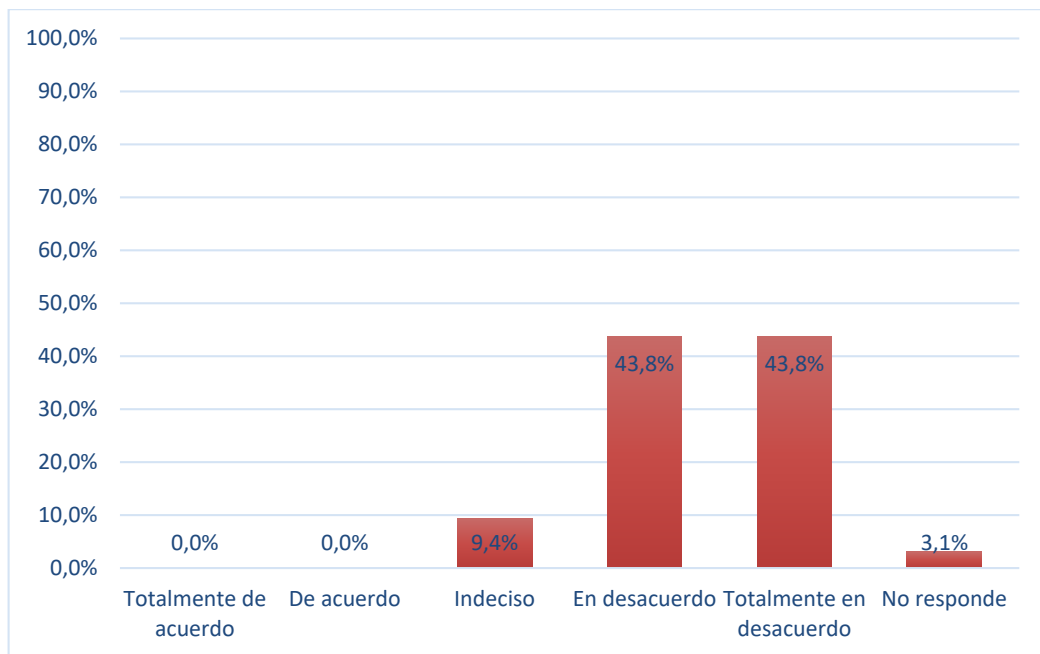


Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

Esto también se puede corroborar a través del gráfico 24, ya que el 87.5% de los egresados encuestados no ha participado en el programa de emprendedores del área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga, lo que puede significar una baja demanda de este.

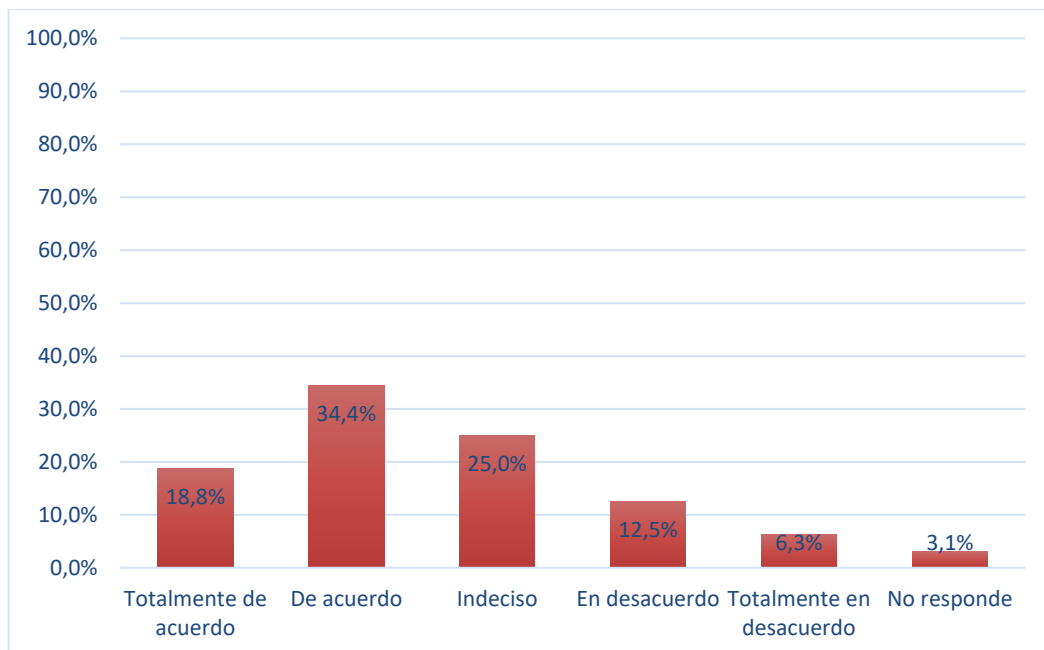
Se aprecia, seguidamente en el gráfico 25, que el 53.1% de los egresados piensa que el área de extensión no ofrece cursos en los que esté interesado para complementar la formación profesional, mostrando que puede existir cierta desconexión entre la oferta del área y las necesidades y/o expectativas de los egresados.

Gráfico 24. He participado en el programa de emprendedores del área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga:



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

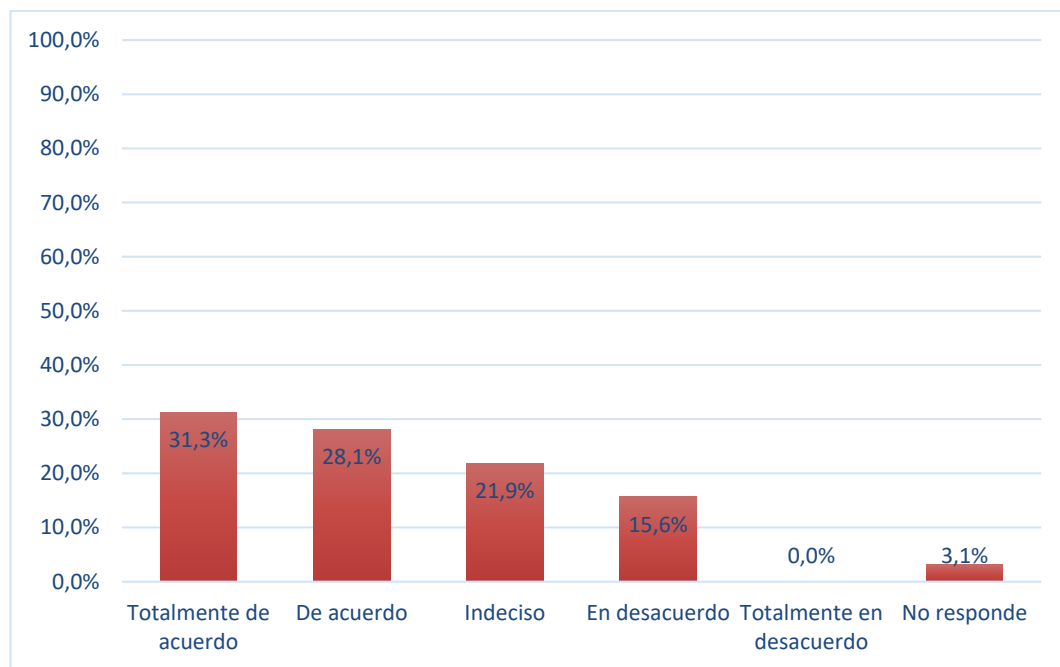
Gráfico 25. El área de extensión no ofrece cursos en los que esté interesado para complementar mi formación profesional:



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

Finalmente, se aprecia en el gráfico 26, que el 59.4% de los egresados encuestados afirma que encuentra mejores alternativas de cursos y programas en otras universidades que pueden complementar su formación profesional, lo que puede significar una ruptura de las relaciones con la institución y, por ende, un deterioro del capital social generado por la misma a través de su área de extensión.

Gráfico 26. Encuentro mejores alternativas de cursos y programas en otras universidades que complementan mi formación profesional:



Fuente: gráfico de las autoras con base a resultados de trabajo de campo, 2019

4.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Considerando que este capítulo tuvo como propósito identificar la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades, es importante tener en cuenta que para ello es de utilidad orientar los resultados a la dimensión relacional del capital social, donde la confianza es un factor clave para que las relaciones entre egresados y Universidad se fortalezcan, además, tener presente que dicha confianza se construye a través de un servicio de calidad que, en el caso del presente trabajo, debe ser provisto por el área de extensión.

Según se planteó en este capítulo, la percepción que un individuo (en este caso el egresado) se forme respecto a la calidad del servicio ofrecido (por el área de extensión), se construye sobre la base de cinco dimensiones (modelo Servqual).

Respecto a la primera dimensión, es decir, los elementos tangibles, la percepción de los encuestados sobre la facilidad de localizar las instalaciones y la comodidad de las mismas es regular de acuerdo con las calificaciones promedio obtenidas, mientras que la percepción asociada a la disposición de información sobre los programas es mala.

En lo referente a la fiabilidad, a pesar de existir una buena percepción sobre la información que se suministra de los programas de extensión, en el aspecto de rigor, suficiencia y utilidad, en las demás variables de este elemento la percepción es mala, en especial sobre la oferta de cursos y programas que se encuentran tomando como base las necesidades de formación que tienen los usuarios (egresados). De alguna manera, no se tiene fiabilidad sobre la calidad de la oferta que tiene el área, según los requerimientos de los egresados.

Sobre la capacidad de respuesta, pudo evidenciarse que existen limitaciones en el área que impiden entregar un mejor servicio, las cuales están asociadas a los horarios de atención, el tiempo de espera y nivel de ocupación de funcionarios (limitantes de recursos humanos para brindar atención).

No obstante, estas debilidades son problemas más del orden estructural, por falta de recursos que por capacidad de los funcionarios involucrados en el área. Esto se logró corroborar dado que la calidad del servicio percibida por los egresados, con respecto a la seguridad o garantía que ofrece el personal del área de extensión, es buena, además, sus valoraciones son superiores al promedio de los otros elementos vistos hasta este punto.

Igual ocurre con la dimensión empatía, pues los encuestados califican bien el servicio recibido en estos aspectos, principalmente por el buen trato recibido y la claridad en la información que reciben.

En síntesis puede concluirse que la calidad del servicio percibida por los egresados es regular, encontrando que las causas de esta situación son inherentes a las limitaciones de recursos físicos y humanos, donde la estructura del área tiene debilidades que impiden entregar un mejor servicio y, por ende, se puede propiciar una ruptura en la dimensión relacional del capital social, impidiendo que se amplíe la red de relaciones en la institución.

5. FACTORES QUE CONTRIBUYEN A INCREMENTAR LA CONFIANZA EN LAS RELACIONES UNIVERSIDAD – EGRESADOS

En este capítulo la atención se centró en determinar los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados, lo cual servirá para proponer una estrategia que contribuya al fortalecimiento del capital social generado por la Universidad, a través de la extensión y proyección social.

5.1 MODELO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL SOCIAL

Para proponer la estrategia que contribuya al fortalecimiento del capital social, se planteó un modelo basado en la propuesta de innovación de Silva Aristeguieta,⁶⁰ que plantea una situación presente y una deseada (futuro) a la cual se busca llegar a partir del fortalecimiento del capital social. Se escogió un modelo de innovación debido a que la propuesta estratégica pretende transformar una realidad a partir de los elementos influyentes, de una manera innovadora para llegar a una situación deseada.

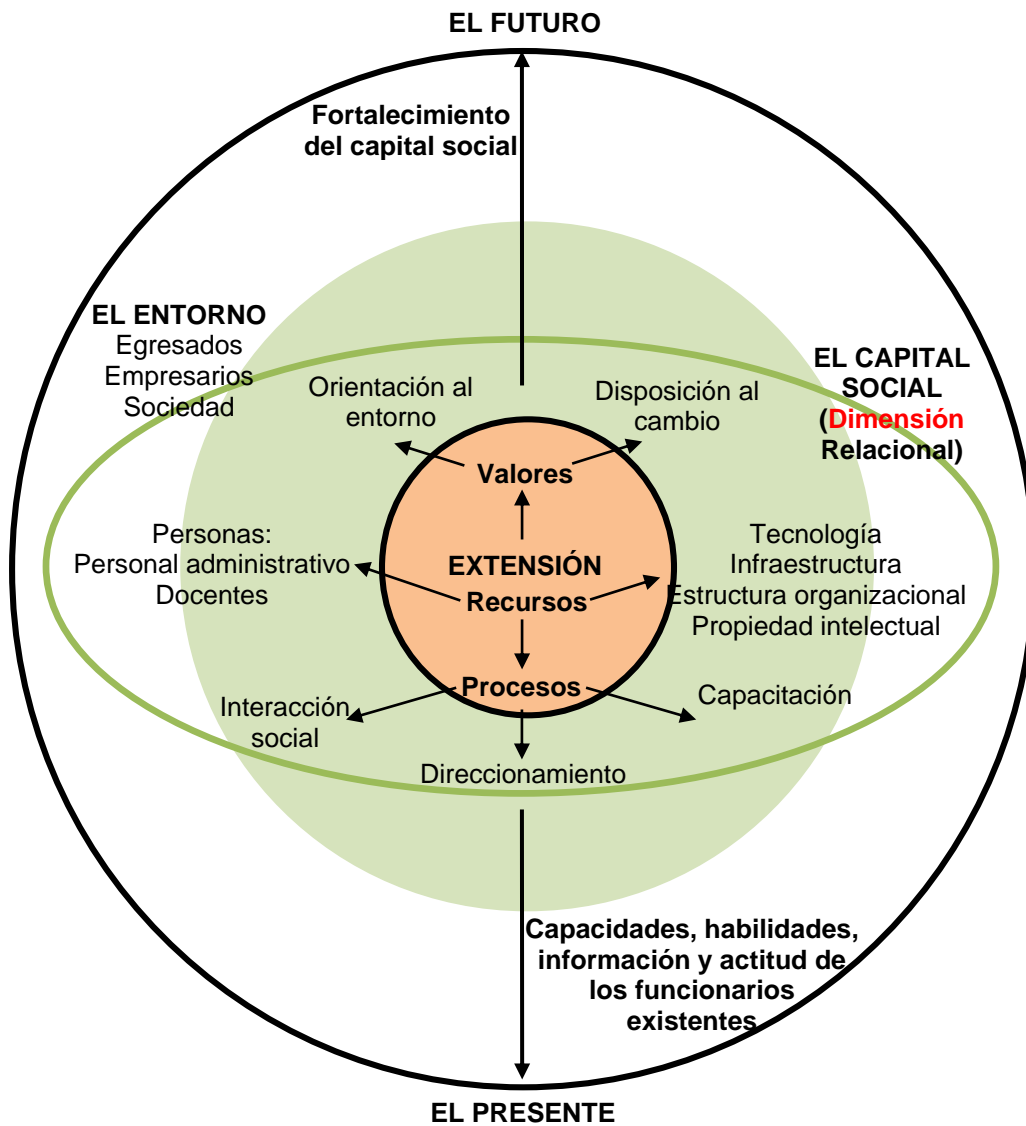
Por lo tanto, la estrategia que se propone está basada en un modelo donde se identifican los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados, teniendo en cuenta que se asume la perspectiva de la dimensión relacional como fundamento teórico del capital social, donde dicha confianza y el servicio son la base para el desarrollo de la red de relaciones.

Como todo modelo, este corresponde a una simplificación de la realidad, donde se presenta una red de relaciones que tiene en cuenta tres factores, cuyas características permiten incrementar la confianza entre los actores:

1. El área de extensión (componente interno, lo constituye la organización)
2. El entorno (componente externo donde se encuentran egresados y empresas)
3. El tiempo (presente y futuro)

⁶⁰ SILVA ARITEGUIETA, Albero. Un modelo para la innovación en la empresa [en línea]. Anales, Universidad Metropolitana. Vol. 5, No. 2 (nueva serie), 2005: pp. 75-88. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4001856.pdf>

Figura 3. Modelo para el fortalecimiento del capital social generado por la Universidad, a través de la extensión y proyección social.



Fuente: adaptación a partir de Silva Aristeguieta

5.1.1 El área de extensión (la organización)

Toda organización tiene básicamente tres categorías: los recursos, los valores y procesos. Cuando se piensa en capital social, estas categorías contienen diferentes variables, en el caso de los recursos: las personas y la tecnología que son fundamentales para el funcionamiento de las organizaciones. En el caso del área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga el recurso humano es un factor esencial en la medida que de las personas depende la calidad del servicio prestado,

por lo tanto, de su capacidad y capacitación dependerá el éxito del proceso de gestión del capital social.

En el caso del área de extensión, el recurso humano integra al personal administrativo y los docentes que pueden hacer parte de los distintos programas que se creen, quienes constituyen el principal recurso de la organización.

Adicionalmente, la tecnología en el caso del área de extensión brinda la posibilidad de obtener mayor eficiencia y competitividad para la realización de los distintos procesos laborales y formativos. Para el personal administrativo es fundamental la tecnología en el desarrollo de sus tareas y la comunicación que debe mantener con los diferentes actores, en especial los egresados. Por su parte, para los docentes que participen en los programas de extensión, este recurso es también fundamental en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Con relación a los valores se encuentran la orientación al entorno y la disposición al cambio, que corresponde a dos variables requeridas en cualquier proceso de gestión de capital social, debido a que debe existir una coherencia entre lo que se desea gestionar y las necesidades del entorno (principalmente los egresados en su desempeño laboral), además, desde el punto de vista de la organización debe existir una disposición al cambio si así lo estima conveniente el proceso.

Respecto a la orientación al entorno, es importante considerar que allí confluyen egresados y empresarios. De alguna manera, dichos egresados constituyen uno de los elementos integradores entre el programa académico de Contaduría Pública de la Universidad del Valle y la sociedad (empresas). Este planteamiento se deriva de uno de los propósitos de la proyección social y la extensión de la Universidad del Valle, dado que, según la Resolución No. 028 de 2012, dentro de los propósitos básicos está “Organizar y desarrollar procesos de seguimiento y vinculación de los egresados de la Universidad, como reconocimiento de su papel en el análisis y pertinencia de los procesos de docencia, investigación y extensión, y como expresión de la articulación e impacto de la Universidad en la sociedad.” Por lo tanto, la oferta del área de extensión debe estar integrada a las necesidades de los egresados, quienes captan los requerimientos al interactuar en el mercado laboral.

En el caso de los procesos, en materia de capital social es fundamental la interacción social, la cual se genera con el entorno (egresados, empresarios, sociedad); la dirección porque es el impulso necesario que debe tener todo proceso de capital social ejerciendo el liderazgo requerido; finalmente la capacitación que son los ejes para el impulso de los procesos de gestión del capital social en la organización en la medida que genera conocimiento y aprendizaje.

5.1.2 El entorno

Constituye el ambiente externo en el cual interactúan los egresados del programa de contaduría pública; el entorno está constituido por los empresarios, egresados y en general la sociedad, es decir, los distintos grupos de interés que posee la institución. Es fundamental, en el proceso de fortalecimiento del capital social y la confianza entre la universidad y sus egresados, tener en cuenta cada una de estas categorías, en la medida que existe una orientación al entorno y una continua interacción social.

Dentro del modelo para el fortalecimiento del capital social generado por la Universidad, a través de la extensión y proyección social, el área debe contar con elementos que le permitan orientarse al entorno, en especial, retroalimentarse de las necesidades de los egresados, que reconocen en medio de su desempeño laboral en su interacción con la sociedad.

5.1.3 El tiempo

El fortalecimiento del capital social debe considerar la variable tiempo, en el sentido de reconocer su presente y proyectar su futuro. Las ideas deben partir de una situación actual que está caracterizada por las capacidades, habilidades, información y actitud del personal existente (personal administrativo y docentes), pero igualmente debe proyectar su futuro que depende de la capacidad de gestionar el capital social de la institución.

5.2 FACTORES INFLUYENTES PARA INCREMENTAR LA CONFIANZA

De acuerdo con lo anterior, los elementos más influyentes que permitirán incrementar la confianza se presentan a continuación. Es importante subrayar que la confianza es una variable fundamental en la dimensión relacional, el cual permite el fortalecimiento del capital social.

Los elementos influyentes en el modelo para el fortalecimiento del capital social se basan en aquellos que soportan la prestación del servicio y con ello brindan satisfacción a los usuarios, construyendo confianza en el marco de la dimensión relacional del capital social.

5.2.1 Elementos más influyentes en el modelo para el fortalecimiento del capital social

Para identificar los elementos más influyentes en el modelo de capital social para la Universidad, es importante retomar la figura 2 al inicio de este capítulo. En esta se

pueden observar los factores que deben fortalecerse en el modelo de capital social para incrementar la confianza y robustecer la red de relaciones:

Capital humano:

Recurso humano (personas): es un factor esencial en la medida que de las personas depende la calidad del servicio, por lo tanto, de sus capacidades, habilidades, información y actitud dependerá el éxito del modelo de capital social.

Capacitación: es importante la generación de conocimiento el cual debe estar en función de los requerimientos del personal administrativo, docente y egresados principalmente.

Capacidades internas: la gestión del capital social debe partir de una situación actual que está caracterizada por las capacidades, habilidades, información y actitud del personal existente (administrativo, docente y egresados).

Capital estructural:

Tecnología: la tecnología en el caso del área de extensión es transversal, brinda la posibilidad de obtener mayor eficiencia y competitividad para la realización de los distintos procesos laborales y formativos.

Direccionamiento: corresponde al direccionamiento estratégico del área de extensión, la misión, visión y valores establecidos, su revisión en el tiempo y su divulgación.

Procesos: tiene que ver con los trámites, la calidad del servicio prestado por parte del personal administrativo del programa de extensión.

Cultura organizacional: se genera por medio de la interacción social entre las personas que conforman el programa de extensión.

Infraestructura física: se refiere a los activos físicos que sirven para el desarrollo de las actividades al interior del programa de extensión.

Estructura organizacional: abarca la organización para el funcionamiento del programa de extensión.

Propiedad intelectual: son los activos intangibles generados en el programa de extensión.

Dimensión relacional:

Orientación al entorno y disposición al cambio: debe existir una coherencia entre el capital social y las necesidades del entorno, además, desde el punto de vista de la

organización debe existir una disposición al cambio si así lo estima conveniente el proceso.

Interacción con grupos de interés: en materia de capital social es fundamental la interacción social, la cual se genera con el entorno (egresados, empresarios y la sociedad), para tener en cuenta la opinión de estos grupos.

Análisis del entorno: es necesario estar pendiente sistemáticamente de la evolución del entorno, la dinámica económica, las variables macroeconómicas, las tendencias y proyecciones, el comportamiento de los empresarios y el seguimiento de los egresados.

El futuro:

El fortalecimiento del capital social busca potenciar el programa de Contaduría Pública de la Universidad del Valle a través del programa de extensión, desde sus componentes internos (personal administrativo, docentes) constituyéndose en los intangibles que son el factor más importante para el desempeño con éxito de la docencia, investigación y transferencia del conocimiento por medio del desempeño de los egresados.

5.2.2 Estrategias asociadas a los elementos más influyentes en el modelo para el fortalecimiento del capital social

Considerando los elementos más influyentes en ese modelo para el fortalecimiento del capital social y los resultados obtenidos en el trabajo de campo con egresados, a continuación, se exponen las estrategias que se proponen para fortalecimiento del capital social generado por la Universidad del Valle a través de la extensión y proyección social dirigida a los egresados de Contaduría Pública en Guadalajara de Buga.

Como se indicó, los elementos influyentes están representados en los factores en los que se basa la prestación del servicio en el área de extensión universitaria y sobre los cuales es posible construir confianza, teniendo en cuenta la dimensión relacional propuesta para estudiar el capital social en este trabajo. Estos elementos son:

Capital humano: sobre el cual se basa la prestación del servicio, a partir de unos perfiles específicos, con personal debidamente capacitados y fortalecidos en sus capacidades internas para beneficio de su labor en el área de extensión.

Capital estructural: considerando que se trata de la prestación de un servicio, en este elemento influyente se relacionan las variables que permiten el desarrollo de

las actividades propias del área de extensión, de una manera eficiente que permita satisfacer las necesidades de los usuarios. Entre estas variables está la tecnología, el direccionamiento del área, los procesos, la cultura organizacional, la infraestructura, la estructura organizacional y la propiedad intelectual, entendida como el propósito u objeto del área en función de las necesidades de los egresados.

Por último, está la dimensión relacional, elemento influyente en esta estrategia, la cual permite orientar el servicio al entorno en favor de la disposición al cambio, interactuando con los grupos de interés y analizando el entorno, para identificar las necesidades de los egresados, así como las actuaciones de programas de extensión en otras universidades, que sirvan de referentes.

Cuadro 16. Estrategias asociadas a los elementos influyentes

Elemento influyente	Variable	Estrategia
Capital humano	Recurso humano	Identificar perfiles laborales para en el mediano y largo plazo incorporar recurso humano consecuente con una nueva estructura organizacional para el programa de extensión.
	Capacitación	Realizar estudios sobre requerimientos de competencias para el personal administrativo del programa de extensión.
	Capacidades internas	Realizar un diagnóstico sobre las capacidades, habilidades, información y actitud del personal existente (administrativo, docente y egresados), para identificar fortalezas y debilidades.
Capital estructural	Tecnología	Aumentar el presupuesto para inversión en tecnología de hardware y software, que permita una mejor gestión de la información en el programa de extensión.
	Direccionamiento	Socializar con directivos, estudiantes, egresados y personal del programa de extensión para diseñar un direccionamiento estratégico adecuado. Diseñar una política para el seguimiento a egresados en la cual se cuente con indicadores de gestión.
	Procesos	Elaborar un manual de procesos y procedimientos para incrementar la fiabilidad de la información a los usuarios del programa de extensión. Crear un proceso que permita contar con procedimientos en la elaboración de la oferta de programas de extensión.
	Cultura organizacional	Fortalecer los canales de comunicación del programa de extensión con los egresados para darle flexibilidad a los horarios. Incrementar la capacidad de respuesta a través de una mejor gestión de la información a los egresados fortaleciendo la página web institucional.
	Infraestructura	Realizar un estudio para identificar posibles alternativas que permitan a la dependencia de extensión contar con sus propias oficinas dentro de la Universidad.

Elemento influyente	Variable	Estrategia
	Estructura organizacional	Planear a mediano y largo plazo una estructura organizacional para el programa de extensión, de tal forma que se fortalezca la gestión del área.
	Propiedad intelectual	Realizar un estudio sobre las necesidades de los egresados en materia de cursos y programas que puedan ofertarse en el área de extensión y proyección social.
Dimensión relacional	Orientación al entorno y disposición al cambio	Crear un sistema de indicadores para gestionar los resultados del área de extensión, en función de la demanda de programas por parte de los egresados.
	Interacción con grupos de interés	Incorporar procesos para proporcionar ayuda a los egresados sobre inserción laboral y orientación a egresados sobre trámites requeridos. Fortalecer los canales de comunicación con egresados para documentar las sugerencias y necesidades que expresen. Realizar periódicamente encuestas de satisfacción con los egresados para reducir la brecha entre el servicio esperado y el recibido.
	Análisis del entorno	Realizar estudios sobre el funcionamiento de programas de extensión en otras universidades de la región que sirvan de referente para mejorar la situación de la Universidad del Valle sede Buga.

Fuente: elaboración de las autoras

De acuerdo con lo anterior, las estrategias que permiten construir confianza se proponen desde la perspectiva del capital social, en sus distintas dimensiones: capital humano, estructural y relacional. De alguna manera se propone fortalecer cada uno de los elementos propios del servicio, desde los cinco elementos que permiten ofrecer un servicio de calidad: elementos tangibles (capital estructural), fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (capital humano y relacional).

Por ello, para la implementación de estas estrategias se sugiere diseñar un plan estratégico, que conduzca a establecer las necesidades de recursos financieros, identificar responsables y asignar tareas específicas en el corto, mediano y largo plazo, de tal manera que se pueda concretar a futuro el potencial que tiene el área de extensión y proyección de la Universidad del Valle, como elemento integrador entre la institución y la sociedad.

6. CONCLUSIONES

Se puede concluir del primer objetivo que las características de los programas de extensión y proyección social de la Universidad del Valle descansan sobre la base de un proyecto institucional donde se establecen los principios, propósitos y modalidades, buscando incentivar y fortalecer relaciones de colaboración con los sectores público, productivo, empresarial, social, artístico y cultural. Se logró observar cómo a través de estos propósitos básicos se concibe una red de relaciones, que constituyen en sí un capital social que emana de la institución en su interacción con el entorno.

En este objeto de la proyección social, es posible inferir que los egresados desempeñan un papel importante en la intención de la Universidad de aportar bienestar y soluciones a los distintos problemas, dado que ellos constituyen parte de esa producción científica e intelectual que se forma a través de los diferentes programas académicos pero, que requiere de un continuo fortalecimiento y es allí donde los programas de extensión pueden complementar la formación de los egresados y así, fortalecer la red de relaciones con la sociedad.

Sin embargo, se lograron detectar diversos limitantes para que el área de extensión de la Universidad del Valle sede Buga, pueda prestar un servicio de calidad, lo cual puede denotar pérdida de confianza respecto a los egresados en particular. Se presenta una desarticulación ya que sólo se tiene un 38% de los egresados registrados, teniendo en cuenta que estos son de los diferentes programas académicos, claramente existe una ruptura en la relación entre la institución y sus egresados, lo cual no permite retroalimentar debidamente las necesidades que estos tienen y que puedan ser satisfechas a través de los distintos programas.

Considerando que el capital social, desde la dimensión relacional se fundamenta en la confianza y las obligaciones mutuas, puede presenciarse un círculo vicioso en la relación entre el área de extensión y los egresados. Éstos, pueden percibir falta de confianza en el área por la ausencia de programas que efectivamente sirvan a sus intereses y necesidades.

Por su parte, a través del segundo objetivo se concluye, respecto a los cinco elementos que tienen que ver con la calidad del servicio percibida por los egresados, con relación al área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga, que la percepción es en promedio mala respecto a los elementos tangibles, regular en cuanto fiabilidad y capacidad de respuesta y buena, en la seguridad (garantía) y empatía.

Esto explica, a su vez, que la percepción que tienen los egresados encuestados con relación a la diferencia entre lo que encuentran en cursos y programas en el área de extensión y lo que esperaban encontrar es mala, mostrando algún grado de

insatisfacción en la calidad del servicio, por la existencia de una brecha entre lo que esperaban encontrar y lo que realmente encuentran.

Puede concluirse que la calidad del servicio percibida por los egresados es regular, encontrando que las causas de esta situación son inherentes a las limitaciones de recursos físicos y humanos, donde la estructura del área tiene debilidades que impiden entregar un mejor servicio y, por ende, se puede propiciar una ruptura en la dimensión relacional del capital social, impidiendo que se amplíe la red de relaciones en la institución.

De acuerdo con lo anterior y a través del tercer objetivo, la estrategia que se propone está basada en un modelo donde se identifican los factores que contribuyen a incrementar la confianza en las relaciones universidad – egresados. Como todo modelo, este corresponde a una simplificación de la realidad, donde se presenta una red de relaciones que tiene en cuenta tres factores, cuyas características permiten incrementar la confianza entre los actores: El área de extensión (componente interno, lo constituye la organización), el entorno (componente externo donde se encuentran egresados y empresas) y el tiempo (presente y futuro).

Se logra concluir que se requiere un modelo que permita comprender la relación entre los distintos componentes del capital social, sentando las bases para su gestión en función de sus principales elementos influyentes asociados al capital humano, estructural y relacional. Por ello, las estrategias que se proponen buscan el fortalecimiento del capital humano, respecto al recurso, capacitación y capacidades internas.

Es fundamental el capital estructural, considerando la tecnología, el direccionamiento estratégico del área, los procesos, la cultura organizacional, la infraestructura, estructura organizacional y la propiedad intelectual.

Además, respecto al capital relacional, las estrategias buscan fortalecer la filosofía del modelo, que no es otra cosa que orientarse al entorno y tener disposición al cambio, interactuando con los grupos de interés y considerando el entorno que debe servir de referente para fortalecer el capital social de la Universidad.

Las estrategias que permiten construir confianza se proponen desde la perspectiva del capital social, en sus distintas dimensiones: capital humano, estructural y relacional. De alguna manera se propone fortalecer cada uno de los elementos propios del servicio, desde los cinco elementos que permiten ofrecer un servicio de calidad: elementos tangibles (capital estructural), fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (capital humano y relacional).

7. RECOMENDACIONES

Se recomienda ejercer liderazgo por parte del personal administrativo del programa de extensión para la implementación del modelo de capital social propuesto. En este sentido es importante establecer un esquema de responsabilidades de acuerdo con las estrategias propuestas, de tal manera que puedan concretarse en el futuro.

Es importante socializar las estrategias propuestas para conocer su utilidad y practicidad, de cara a establecer posibles mejoras al modelo, esto permitirá conocer otro tipo de propuestas, fortalecer las existentes o corregir algunas de ellas. Se trata de involucrar a los diferentes estamentos de la Universidad para que se pueda construir un proyecto sólido.

Crear un sistema de información que permita alimentar indicadores relacionados con las estrategias, definiendo además metas de resultados esperados de acuerdo con las expectativas de las directivas del programa. Esto permitirá ejercer control sobre los resultados esperados a través de las estrategias y validar las metas en el corto, mediano y largo plazo.

Realizar diagnósticos de forma periódica a cada uno de los componentes del capital social, con miras a tener elementos para mejorar el modelo propuesto. Es decir, se requiere constantemente estar retroalimentando las estrategias sugeridas, construyendo capital social de acuerdo con las posibilidades de la institución.

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA ÁLVAREZ, Olga Lucía, GHISO COTOS, Alfredo Manuel y QUIROZ LIZARAZO, Elkin Horacio. Capital social: revisión del concepto y propuesta para su reelaboración [en línea]. Semestre Económico, volumen 11, No. 21, pp. 75-90 - enero-junio de 2008. Medellín, Colombia. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v11n21/v11n21a6.pdf>

ARIAS CARDONA, Ana María y MAZO PEÑA, Jeisy Andrea. Capital social: asociacionismo, confianza, valores y ciudadanía en jóvenes universitarios [en línea]. Revista Katharsis, N. 21, pp.193-216. Recuperado de <http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis>

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS (ANIF). La gran encuesta Pyme, lectura regional [en línea]. Informe de resultados, primer semestre de 2017 [citado el 1 de feb.-18]. Disponible en: http://www.anif.co/sites/default/files/encuestas_pyme/2017/12/gep_regional_i-2017.pdf

BOISIER, Sergio. ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? Revista de la CEPAL 86. Agosto de 2005.

CEDEÑO FERRÍN, Julio y MACHADO RAMÍREZ, Evelio Felipe. Papel de la Extensión Universitaria en la transformación local y el desarrollo social. Centro de Desarrollo de las Ciencias Sociales y Humanísticas en Salud. Humanidades Médicas 2012;12(3):371-390. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/hmc/v12n3/hmc02312.pdf>

GIBBONS, Michael. Pertinencia de la educación superior en el siglo XXI. ASSOCIATION OF COMMONWEALTH UNIVERSITIES. 1998

GONZÁLEZ, Rocío M., PALACIO, Jorge. El capital social en universitarios de Cartagena. Confianza, acción colectiva, empoderamiento y acción política [en línea]. Magíster en Desarrollo Social de la Universidad del Norte, 2016 [citado el 25 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://revistas.usb.edu.co/index.php/GuillermoOckham/article/view/2609>

HAZ GÓMEZ, Francisco Eduardo. El capital social y la universidad: estudio sobre la influencia de la universidad en la construcción del capital social de los jóvenes [en línea]. Tesis Doctoral, Departamento de Sociología e Ciencia Política e da Administración, 2015 [citado el 22 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/16106>

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la Investigación. McGraw Hill.

Bogotá, 1997.

LEÓN GONZÁLEZ, Ángel. Un modelo de Vinculación Universidad - PYME – Gobierno para la creación de Centros de Desarrollo Productivo en la Costa Caribe de Colombia. Universidad del Norte, Barranquilla, Atlántico, Colombia. Tercera conferencia internacional Latinoamericana y del Caribe de Ingeniería y tecnología (LACCET 2005) “Avances en Ingeniería y tecnología: Una Perspectiva Global”, 8-9 de Junio 2005, Cartagena de Indias, Colombia. Recuperado de: http://www.laccei.org/LACCEI2005-Cartagena/Papers/GIU079_GonzalezAriza.pdf

MALAGÓN PLATA, Luis Alberto. (2003). La pertinencia en la educación superior. Elementos para su comprensión. En Revista de la Educación Superior. Vol. XXXII (3), Núm. 127. Julio – septiembre de 2003.

MATAS, Antonio. Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión [en línea]. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 20(1), 38-47. Recuperado de: <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>

MÉNDEZ A., Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Editorial Limusa. México, 2008.

MUÑOZ, Claudio Marcelo. Modelo de gestión para la vinculación universidad-pyme en la república de Argentina. Maestría en Administración de Negocios. Facultad Regional Buenos Aires, 2011. Recuperado de: <http://posgrado.frba.utn.edu.ar/product/tesis/MAN-2011-Munos.pdf>

ORTIZ RIAGA, María Carolina; MORALES RUBIANO, María Eugenia. La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias. Educación y Educadores, [S.l.], v. 14, n. 2, ago. 2011. Disponible en: <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/1928/2515>

PARRA R., Gloria. Capital social y transmisión de conocimiento en los distritos industriales el rol de las instituciones locales. [en línea] Universidad de Castilla, La Mancha [recuperado el 24 de junio de 2018] Disponible en internet: [URL:http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/378/Gloria%20Parra%20Requena.pdf](http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/378/Gloria%20Parra%20Requena.pdf)

PÉREZ DE MAZA, Teresita. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Facultad de Educación. Dpto. De didáctica, organización escolar y didácticas especiales. Madrid, 2011. Recuperado de: <http://biblo.una.edu.ve/docu.7/bases/marc/texto/t37585a.pdf>

PINEDA MÁRQUEZ, Katherine, MORALES RUBIANO, María Eugenia y ORTIZ RIAGA, María Carolina. Modelos y mecanismos de interacción Universidad-

empresa-Estado: retos para las universidades colombianas [en línea]. Revista de la Universidad de la Salle No. 56. Recuperado de: <https://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ls/article/download/509/429/>

PUTNAM, Robert. Para que la democracia funcione: Las tradiciones cívicas en la Italia moderna. Caracas: Ed. Galac, 2011. 304 p.

REMOLINA VARGAS, Gerardo. La responsabilidad social de la educación superior. Rector de la Pontificia Universidad Javeriana. 13 de febrero de 2007. [en línea] <recursostic.javeriana.edu.co/multiblogs/doc/p_gerardo_apertura.doc

RODRÍGUEZ MODROÑO, Paula. Análisis relacional del capital social y el desarrollo de los sistemas productivos regionales [en línea]. <https://revistes.uab.cat/redes/article/view/446>

SÁNCHEZ, Karem. Construcción de capital social: la experiencia de la Fundación Carvajal. Primera Edición. Cali: Universidad del Valle, 2004. 240 p.

SILVA ARITEGUIETA, Albero. Un modelo para la innovación en la empresa [en línea]. Anales, Universidad Metropolitana. Vol. 5, No. 2 (nueva serie), 2005: pp. 75-88. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4001856.pdf>

UNIVERSIDAD DEL VALLE. ACUERDO No. 010 Abril 7 de 2015. “Por la cual se adopta una nueva versión del Proyecto Institucional de la Universidad del Valle” [en línea]. Consejo Superior, 2015 [citado el 12 de feb. de 18]. Disponible en: http://secretariageneral.univalle.edu.co/consejo-superior/acuerdos/2015/Acu_010.pdf

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA. Extensión y proyección social Buga [en línea]. Página web institucional, 2019. Recuperado de: <http://buga.univalle.edu.co/extension-sede-buga>

UNIVERSIDAD DEL VALLE. Resolución No. 028 Julio 6 del 2012 “Por la cual se establecen los Principios, Propósitos y Modalidades de la Proyección social y la Extensión en la Universidad del Valle [en línea]. Página web institucional, 2018 [citado el 11 de abril de 2018]. Disponible en: http://uvsalud.univalle.edu.co/pdf/politicas_institucionales/rcs_028_proyeccion_social_y_extension.pdf

UNIVERSIDAD DEL VALLE. Misión y Visión [en línea]. Página web institucional, 2018 [citado el 14 de febrero de 2018]. Disponible en: <http://buga.univalle.edu.co/la-sede/mision-y-vision>

VEGA MEDEROS, Juan Francisco. La extensión universitaria: función integradora del quehacer universitario en el presente siglo [en línea]. Investigación & Desarrollo,

vol. 10, núm. 1, mayo, 2002, pp. 26- 39. Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26812103>

ANEXOS

Anexo A. Cuestionario

Objetivo: Identificar la percepción que tienen los egresados de Contaduría Pública, sobre la red de relaciones con la universidad en función de sus necesidades.

INFORMACIÓN GENERAL DEL EGRESADO:

Perfil e información académica	Información laboral
Año de graduación: _____	
Edad: _____	Empresa donde labora: _____
Menor de 25 años _____	Independiente: ____
Entre 26 y 32 años _____	No está laborando actualmente: ____
Entre 33 y 39 años _____	Tamaño de la empresa donde labora:
Entre 40 y 46 años _____	Micro
Entre 47 y 53 años _____	Pequeña
Mayor a 53 años _____	Mediana
	Grande
¿Ha continuado estudios de posgrados?: Sí __ No ____	Sector: _____
	Cargo desempeñado: _____
¿En qué nivel? Cursos: ____ Diplomados: ____ Especialización: ____ Maestría: ____ Doctorado: ____	Nivel del cargo desempeñado: Directivo: ____ Asesor: ____ Auxiliar: ____ Otro: ____ ¿Cuál?: ____
¿Cuál es su expectativa de estudios de posgrado?: Especialización: ____ Maestría: ____ Doctorado ____ Otros cursos o diplomados ____	Nivel de salario: Entre 1 y 2 S.M.L.V ____ Mayor a 2 y menor a 4 S.M.L.V ____ Mayor a 4 y menor a 6 S.M.L.V ____ Mayor a 6 S.M.L.V

PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL ÁREA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA

Para la medición de la calidad percibida por los egresados, respecto al área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga se aplicó una encuesta basada en el modelo SERVQUAL, con 19 preguntas agrupadas en 5 grupos como se muestra a continuación:

- ELEMENTOS TANGIBLES P1-P3
- FIABILIDAD P4-P7
- CAPACIDAD DE RESPUESTA P8-P12
- SEGURIDAD (GARANTÍA) P13-P14
- EMPATÍA P15-P17

En cada una de las frases que se relacionan a continuación, por favor, **tache el número** que más se aproxime a la valoración que **USTED** realiza de ese aspecto en concreto, teniendo en cuenta que el **0 es una valoración baja y 10 una valoración alta**.

		ESCALA DE VALORACIÓN											PREGUNTA
1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Antes de acudir al área de Extensión y Proyección Social de la Universidad del Valle sede Buga, disponía de información sobre este servicio.	
2	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Las instalaciones donde se prestan los programas de extensión solicitados son fácilmente localizables.	
3	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Las instalaciones donde se prestan los programas de extensión solicitado son amplias, cómodas y funcionales.	
4	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	El área de extensión dispone de toda la documentación e impresos necesarios.	
5	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	La información suministrada sobre los programas de extensión solicitados es rigurosa, suficiente y útil.	
6	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	En la dependencia donde prestan los programas de extensión resuelven siempre las consultas planteadas.	
7	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	En el área de extensión encuentro cursos y programas ajustados a mis necesidades de formación.	
8	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	En la dependencia donde prestan los programas de extensión solicitado tiene horarios amplios y flexibles.	
9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los funcionarios que prestan los programas de extensión solicitados siempre están dispuestos a dar toda la información a su alcance.	
10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los funcionarios nunca están demasiado ocupados en otras cosas para atender adecuadamente.	
11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los funcionarios procuran resolver las consultas sin derivar enseguida hacia otras unidades.	
12	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	El tiempo de espera en turno para recibir información del área de extensión es reducido.	
13	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los funcionarios transmiten confianza con su proceder.	
14	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los funcionarios demuestran conocer a fondo los asuntos de los programas de extensión.	
15	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los funcionarios tratan a los egresados de forma amable y cortés.	
16	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Entiendo claramente la información que me dan los funcionarios del área de extensión solicitados.	
17	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los funcionarios me proporcionan ayuda cuando la necesito (inserción laboral, orientación a egresados sobre trámites requeridos, etc.)	
18	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	En el área de extensión toman en cuenta las sugerencias y necesidades que se transmiten por parte del egresado	
19	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los cursos y programas de extensión que encuentra el egresado, respecto de los que esperaba encontrar.	

DIMENSIÓN RELACIONAL:

En la dimensión relacional se presentan las características de la relación entre actores, integrado por los lazos (redes) de la institución con su entorno (empresas, entidades) y egresados.

1. El Programa Académico de Contaduría Pública de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA cuenta con políticas claras para hacer seguimiento a sus egresados:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

2. El Programa Académico de Contaduría Pública de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA cuenta con mecanismos para conocer la opinión de los egresados y comunidad en general referente al servicio educativo ofrecido:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

3. En el Programa Académico de Contaduría Pública de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA existe preocupación por diseñar programas de extensión para ofrecer valor agregado a sus egresados de contaduría pública:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

4. El egresado encuentra suficiente oferta de programas de postgrados en el programa académico de Contaduría Pública de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

5. Existe suficiente información sobre los cursos y programas existentes en el área de extensión para los egresados:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

6. Ofrece la institución programas de extensión que permitan actualizar el conocimiento recibido a través del desarrollo de su carrera profesional:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

7. He hecho uso de algunos programas y cursos ofrecidos por el área de extensión de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

8. He participado en el programa de emprendedores del área de extensión de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

9. El área de extensión no ofrece cursos en los que esté interesado para complementar mi formación profesional:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

10. Encuentro mejores alternativas de cursos y programas en otras universidades que complementan mi formación profesional:

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

11. Si tiene alguna observación o sugerencia dirigida al área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga, por favor, dar su apreciación respecto a los siguientes aspectos:

Comunicaciones, contacto e información del área de extensión:

Programas y cursos del área de extensión:

Precios de programas y cursos ofrecidos por el área de extensión:

Expectativas y preferencias que quisiera encontrar en el servicio del área de extensión:

Otras opiniones o sugerencias para el área de extensión:

Anexo B. Respuestas asociadas a la percepción sobre la calidad del servicio del área de extensión y proyección social de la Universidad del Valle sede Buga

Nro. Encuesta	Antes de acudir al área de Extensión y Proyección Social de la Universidad del Valle sede Buga, disponía de información sobre los programas	Las instalaciones donde se prestan los programas de extensión son fáciles y localizables	Las instalaciones donde se prestan los programas de extensión solicitados son amplias, cómodas y funcionales	El área de extensión dispone de toda la documentación e impresos necesarios	La información suministrada sobre los programas de extensión solicita es rigurosa, suficiente y útil	En la dependencia donde prestan los programas de extensión resuelve siempre las consultas planteadas	En el área de extensión encuentro cursos y programas ajustados a mis necesidades de formación	En la dependencia donde prestan los programas de extensión solicitado tiene horarios amplios y flexibles	Los funcionarios que prestan los programas de extensión solicitan siempre están dispuestos a dar toda la información a su alcance	Los funcionarios nunca están demasiado ocupados en otras cosas para atender adecuadamente	Los funcionarios procuran resolver las consultas sin derivar enseguida hacia otras unidades	El tiempo de espera en turno para recibir información del área de extensión es reducido	Los funcionarios transmiten confianza con su proceder	Los funcionarios demuestran conocer a fondo los asuntos de los programas de extensión	Los funcionarios tratan a los egresados de forma amable y cortés	Entiendo claramente la información que me dan los funcionarios del área de extensión solicitados	Los funcionarios me proporcionan ayuda cuando la necesito (inserción laboral, orientación a egresados sobre trámites requeridos, etc.)	En el área de extensión toman en cuenta las sugerencias y necesidades que se transmiten por parte del egresado	Los cursos y programas de extensión que encuentra el egresado, respecto de los que esperaba encontrar
	ELEMENTOS TANGIBLES			FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA					SEGURIDAD (GARANTÍA)		EMPATÍA			OTROS	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19
1	5	9	7	9	9	9	6	9	10	9	9	9	10	10	10	10	10	10	10
2	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	0
3	0	10	9	10	8	8	10	8	8	7	9	8	10	9	9	9	8	9	9
4	3	3	4	4	4	4	1	2	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
5	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
6	6	6	7	7	6	6	8	8	8	7	7	7	7	7	8	7	7	8	7
7	5	8	3	5	6	8	8	6	8	5	6	8	8	8	5	6	5	5	5
8	8	7	7	8	7	7	6	9	8	6	6	7	9	8	9	8	9	9	9
9	5	9	5	5	7	5	6	5	6	5	4	4	6	6	9	7	7	5	5
10	5	5	8	8	6	7	6	7	7	6	8	6	9	8	7	7	7	7	7
11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	6	8	8	9	9	7	8	9	9	8	9	8	7	8	9	9	9	9	9
13	5	7	9	9	6	5	5	7	8	6	6	6	9	9	10	7	9	7	6
14	2	9	8	9	8	8	8	9	8	8	8	6	9	8	9	9	8	9	8
15	5	5	7	7	10	5	5	3	9	8	8	5	9	9	9	8	7	8	7

16	7	8	8	7	9	8	6	8	9	8	8	8	9	10	8	8	10	8	7
17	0	10	10	0	5	5	0	4	7	7	0	7	7	7	10	10	7	7	5
18	7	8	8	7	7	8	7	6	7	8	7	7	8	6	9	8	8	8	8
19	4	5	3	5	6	5	5	1	5	6	5	6	5	5	7	6	0	3	2
20	5	8	8	9	10	9	9	5	10	9	9	10	10	9	9	9	9	8	7
21	5	8	8	9	10	9	9	5	10	9	9	10	10	9	9	9	9	8	7
22	5	8	8	9	10	9	9	5	10	9	9	10	10	9	9	9	9	8	7
23	6	5	5	8	10	8	8	7	9	3	4	7	8	8	10	9	7	2	3
24	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	9	10	7	8	9	9	9	10	8	9	9	9	9	9	10	10	10	9	8
26	6	7	8	10	10	10	9	9	9	9	9	9	9	9	9	7	8	5	3
27	5	6	6	6	7	7	3	3	7	7	7	6	7	7	9	9	6	7	6
28	4	3	3	3	3	4	1	2	5	3	3	7	5	3	8	5	3	3	3
29	1	7	7	6	8	8	3	5	7	8	8	6	7	8	6	8	9	8	4
30	10	10	5	5	10	10	2	1	10	10	10	0	10	10	10	10	5	2	0
31	2	1	3	6	7	5	7	8	6	7	7	7	8	8	9	8	5	6	4
32	8	8	10	6	8	6	6	6	8	6	6	6	6	8	8	8	6	6	4
Promedio	4,75	6,59	6,31	6,47	7,13	6,63	5,72	5,63	7,31	6,56	6,47	6,41	7,44	7,25	7,88	7,44	6,69	6,28	5,38
0 es una valoración baja y 10 una valoración alta																			

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019

Anexo C. Respuestas asociadas a la dimensión relacional

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No responde	Total		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No responde
1. El Programa Académico de Contaduría Pública de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA cuenta con políticas claras para hacer seguimiento a sus egresados:	2	8	14	5	2	1	32		6,3%	25,0%	43,8%	15,6%	6,3%	3,1%
2. El Programa Académico de Contaduría Pública de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA cuenta con mecanismos para conocer la opinión de los egresados y comunidad en general referente al servicio educativo ofrecido:	2	9	13	6	1	1	32		6,3%	28,1%	40,6%	18,8%	3,1%	3,1%
3. En el Programa Académico de Contaduría Pública de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA existe preocupación por diseñar programas de extensión para ofrecer valor agregado a sus egresados de contaduría pública:	2	7	11	8	3	1	32		6,3%	21,9%	34,4%	25,0%	9,4%	3,1%
4. El egresado encuentra suficiente oferta de programas de postgrados en el programa académico de Contaduría Pública de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA:	0	2	7	15	7	1	32		0,0%	6,3%	21,9%	46,9%	21,9%	3,1%
5. Existe suficiente información sobre los cursos y programas existentes en el área de extensión para los egresados:	1	10	10	8	2	1	32		3,1%	31,3%	31,3%	25,0%	6,3%	3,1%
6. Ofrece la institución programas de extensión que permitan actualizar el conocimiento recibido a través del desarrollo de su carrera profesional:	0	8	8	11	4	1	32		0,0%	25,0%	25,0%	34,4%	12,5%	3,1%
7. He hecho uso de algunos programas y cursos ofrecidos por el área de extensión de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA:	0	4	3	14	10	1	32		0,0%	12,5%	9,4%	43,8%	31,3%	3,1%
8. He participado en el programa de emprendedores del área de extensión de la UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA:	0	0	3	14	14	1	32		0,0%	0,0%	9,4%	43,8%	43,8%	3,1%
9. El área de extensión no ofrece cursos en los que esté interesado para complementar mi formación profesional:	6	11	8	4	2	1	32		18,8%	34,4%	25,0%	12,5%	6,3%	3,1%
10. Encuentro mejores alternativas de cursos y programas en otras universidades que complementan mi formación profesional:	10	9	7	5	0	1	32		31,3%	28,1%	21,9%	15,6%	0,0%	3,1%

Fuente: información obtenida a través del trabajo de campo elaborado por las autoras, 2019