

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS – BOGOTÁ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ



Opción de grado:

“Sistematización de Experiencias”

El Sistema MerAc en el Departamento de Admisiones

Por:

Eliana Katherine Castro Sandoval

Bogotá, Colombia
2012

Tabla de Contenidos

	Página
CAPITULO 1	
Marco de la Práctica.....	3
Proyección.....	5
Plan de Acción.....	6
Tipo de Organización de la Práctica.....	7
Focalización Estratégica.....	8
<i>Misión</i>	
<i>Visión</i>	
<i>Historia</i>	
<i>Símbolos</i>	
<i>Organigrama</i>	
CAPITULO 2	
Categorías de Análisis.....	12
Definición del problema.....	12
Formulación del problema.....	13
Objetivos.....	14
<i>Objetivo General</i>	
<i>Objetivos específicos</i>	
Marco Conceptual.....	14
CAPITULO 3	
Interpretación y Análisis de La Práctica.....	19
Herramientas de Recolección de Información.....	21
<i>Entrevista</i>	
<i>Registros de observación de campo</i>	
<i>Documentos de recolección de información</i>	
Resumen Ejecutivo.....	38
Bibliografía.....	39

CAPITULO 1

Marco de la Práctica

Hablar de la sistematización de experiencias va más allá de simplemente llevar consignas de las cosas que ocurren alrededor de un proceso investigativo. Todo lo contrario, las consignas son la parte fundamental pero acompañadas de observación directa, citas bibliográficas y diálogos estratégicos que se transcriben y se analizan críticamente, para comunicar los resultados de las herramientas empleadas y mencionadas anteriormente. Es decir, plantear opiniones objetivas con base en la información recolectada y lo vivido a lo largo de la práctica.

En el caso de mi sistematización de experiencia, elaborada con base en el empleo y resultados del sistema MerAc, en el Departamento de admisiones de la Universidad Santo Tomás concretamente, fue preciso tener contacto directo con el tema. De hecho, esa fue la razón que me impulsó a investigar sobre esta experiencia, ya que en el pico de actividad del departamento de admisiones, es una herramienta importante en la cual nos podemos apoyar, conduciéndola a resultados eficaces para la universidad, pues va de la mano del proceso de promoción de la USTA.

Pero ¿Qué es el sistema MerAc? Es un sistema informático establecido en los procedimientos de la USTA para contribuir en el almacenamiento de información de los aspirantes a estudiar en la USTA, las personas interesadas en nuestros procesos a través de la publicidad tanto interna como externa, para el departamento de admisiones y la VUAD activos (ver pág. 12). Es importante alimentar este sistema. En él se encontrarán datos como: nombre, teléfono, dirección y el programa académico que consideran de mayor interés. Adicionalmente, en el pantallazo que contiene la información de cada persona, se encuentra un espacio creado para plasmar el proceso de acompañamiento que se

hace a cada uno de ellos, por medio de las llamadas, con el fin de confirmar a cada una de estas personas, como estudiante de nuestra universidad.

Es importante resaltar que para lograr el fin para el cual fue creado el sistema MerAc, es necesario contar con bases de datos en físico, que llenan los estudiantes y lo hacen gracias a las ferias y visitas universitarias gestionadas y llevadas a cabo por el grupo de promoción de la universidad que forma parte del departamento de admisiones, cuyo objeto es llegar a diferentes colegios e instituciones informando sobre la universidad, orientar a los asistentes sobre la vida profesional y recolectar información para posterior seguimiento. Por esta razón se entrega a los interesados, unos formatos en los que consignan sus datos. Esos formatos son los que llegan al departamento de admisiones y las personas responsables del Call Center, nos encargamos de alimentar la base de datos en el sistema MerAc.

Es precisamente en este punto del proceso, donde es posible realizar algunos cambios para lograr mejores resultados, ya que los formatos actuales solo contienen los nombres de los programas de pregrado presenciales y una casilla que indica "Programas a Distancia", sin especificar cuál de los programas a distancia y esto impide optimizar tiempo y ser más claros en la información, pues así, sería factible clasificar las hojas de recolección de datos. Es decir, manejar dos formatos: Uno en el que se especifiquen los programas a distancia y otro, en el que se puntualicen los programas presenciales, para facilitar la tarea de filtrar la información, ya que es necesario contactar a las personas interesadas en programas a distancia, para tener datos precisos, lo cual hace perder tiempo y origina información confusa, debido a que no siempre es posible ubicar a las personas a la hora de ingresar la información. Esta misma situación, se presenta en los postgrados.

No debemos olvidar que también es parte del trabajo, tanto de la división de admisiones presencial como de la VUAD, sistematizar los datos de las llamadas

entrantes, solicitando información de los diferentes programas ya que son integrantes de la USTA en potencia. Sin embargo, esta es una de las formas de recolección de información menos empleadas, lo que conlleva a tener una serie de datos, que no ingresan al sistema, teniendo en cuenta que tanto la VUAD como los centros de atención, no lo manejan con la misma intensidad que el departamento de admisiones.

Pero no se puede hablar de falencias solamente por parte de las personas encargadas de alimentar el sistema MerAc, las formas de hacerlo, y la necesidad de organizar los datos, teniendo en cuenta el tipo de información que ingresan y los períodos de tiempo en el que se realiza este ingreso. En otras palabras, clasificar de acuerdo al tiempo de ingreso, pues en ocasiones las llamadas de seguimiento que se hacen desde el call center y el grupo de promoción arrojan resultados como: llamar a estudiantes que ya no se encuentran en el colegio a puertas de ingresar al mundo universitario, sino que ya están estudiando en la USTA o en otras instituciones y como se clasifico desde un principio, se pierde tiempo haciendo menos efectivo el sistema.

El ingreso de datos al sistema y el seguimiento de llamadas fueron puntos de impacto en el proceso de observación realizado en el segundo semestre del 2011y para cuya mejora es necesario, elaborar modificaciones e implementar estrategias contando con la opinión, conocimiento e información que puedan brindar personas vinculadas al tema especialmente de manera directa, como los directores de departamento y coordinadores de grupos, quienes tienen contacto continuo con el sistema.

Proyección

En este primer semestre y como parte final del proceso de sistematización, el paso a seguir es llevar a cabo las estrategias de mejoramiento para dar solución al

problema de investigación planteado en la primera parte de este trabajo, en el cual la cultura organizacional es el eje central a la hora de hablar del sistema MerAc. La cultura organizacional es vista como el conjunto de normas que adoptan como índice de comportamiento las personas que pertenecen a una organización, pero que en ocasiones, no logra ser eficiente, ya que en su práctica diaria debe contribuir a lograr el objetivo común de la institución. Por lo cual el problema de investigación es: *“El personal del departamento de admisiones encargado de los procesos de información para inscripciones, registro de llamadas, atención telefónica y alimentación de bases de datos, necesitan desarrollar y fortalecer su cultura organizacional, en cuanto al manejo del sistema MerAc, sistema creado para la realización de dichas tareas, contribuyendo al mejoramiento del sistema, en cuanto a evaluación y actualización del mismo.”*

Para ello, llevare a cabo un plan de ejecución en el cual se estipulan las tareas que lograrán el objetivo de esta investigación: *“Realizar el proceso de sistematización de experiencias de la práctica profesional enfocada a diagnosticar, la necesidad de fortalecimiento y mejoramiento continuo de la cultura organizacional con relación a los procesos de sistematización en el departamento de Admisiones de la USTA, en las fases de preinscripción, registro de llamadas, atención telefónica y alimentación de las bases de datos, con relación al sistema MerAc, en pro de obtener resultados eficaces”*¹

Plan de Acción

Como primera instancia, realizar entrevistas a la directora del departamento de admisiones, la secretaria de pregrado, postgrado y encargados de call center para saber como manejan el MerAc y las opiniones sobre su utilidad. Posteriormente proponer a los directivos los nuevos formatos de recolección.

¹CASTRO SANDOVAL, Eliana Katherine, Manejo del Sistema Merac en departamento de admisiones. Trabajo de Grado (Comunicadora Social). Universidad Santo Tomás. Facultad de comunicación Social para la Paz. Bogotá.

Por otra parte, realizar reuniones de capacitación y afianzamiento de conocimientos al personal de admisiones encargado de alimentar el MerAc, enfatizando sobre la importancia que se debe dar a este sistema y su uso, debido a que es de vital importancia para tener contacto con los diferentes públicos de la universidad, más allá de las ventanillas del departamento, teniendo en cuenta que en el primer semestre de 2012, ingresó nuevo personal al grupo de Call Center y de Promoción.

Con el fin de tener implementos para evaluar la eficacia de las capacitaciones se deben realizar visitas de monitoreo de manera periódica, lo cual debe hacerse de forma previa al pico de trabajo del departamento de Admisiones.

Como cierre final, sistematizar paso a paso la evolución de la aplicación de estrategias para realizar una evaluación global del proceso y solucionar de manera acertada y oportuna, los posibles inconvenientes que puedan presentarse a lo largo del trabajo.

Tipo de Organización de la Práctica

La Universidad Santo Tomás es una entidad privada, pertenece a particulares, sin ánimo de lucro pues su finalidad es, realizar labor social o benéfica, para lo que destinan los beneficios obtenidos y por esta misma razón, pertenece al tercer sector económico.

La USTA es una gran empresa, pues cuenta con más de 500 empleados y es una empresa nacional ya que cuenta con sedes presenciales en Bogotá, Tunja, Bucaramanga, Medellín y Villavicencio. Además centros de atención universitaria distribuidos en 27 ciudades del país: Arauca, Armenia, Barrancabermeja, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Chiquinquirá, Cúcuta,

Duitama, Yopal, Facatativá, Ibagué, Manizales, Medellín, Montería, Neiva, Ocaña, Pasto, Pereira, Quibdó, San Andrés isla, Sincelejo, Tunja, Valledupar y Villavicencio, en los cuales se maneja la VUAD.

Focalización Estratégica

Misión

La Misión de la Universidad Santo Tomás, inspirada en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás de Aquino, consiste en promover la formación integral de las personas, en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social, para que respondan de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a la problemática y necesidades de la sociedad y del país.²

Visión

La Visión, como proyección de la Misión a mediano plazo, prospecta así la presencia y la imagen institucional de la Universidad Santo Tomás: interviene ante los organismos e instancias de decisión de alcance colectivo; se pronuncia e influye sobre los procesos que afectan la vida nacional o de las comunidades regionales, porque goza tanto de la acreditación de sus programas como de la acreditación institucional; es interlocutora de otras instituciones tanto educativas como empresariales del sector público y privado.

²UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS Misión y Visión de la USTA. [Termino de la búsqueda: información general] [En Línea] Bogotá: 2012 [Consulta: 2021-03-11] http://www.usta.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=109&Itemid=30

La comprensión humanista cristiana de la realidad colombiana y latinoamericana contemporánea, heredada de su larga tradición en el campo de la educación superior, en contexto de mundialización, inspira el quehacer de sus programas, con miras a asegurar la construcción del bien común y la realización de la justicia distributiva, y así reducir la exclusión social, económica, cultural y política. Vinculada a las distintas regiones del país, a través de sus Seccionales y de sus programas de Universidad Abierta y a Distancia, es factor de desarrollo y mejoramiento de los entornos y contextos donde opera. Incorpora el uso de nuevas tecnologías educativas como herramientas para la docencia y la investigación en todos los planes de estudio, y vincula a docentes y a estudiantes en proyectos compartidos para recuperar, adaptar y generar nuevos conocimientos en orden a la solución de los nuevos problemas de la sociedad y del país.³

Historia

El Primer Claustro Universitario de Colombia, la Universidad Santo Tomás, fue fundada por la Orden de Predicadores (Padres Dominicos) el 13 de junio de 1580.

En 1608 se fundó el Colegio Santo Tomás y posteriormente se fusionó con la Universidad de Estudios Generales. Nació así el Colegio-Universidad Santo Tomás, que posteriormente se llamaría Universidad Tomística.

Durante casi tres siglos esta Universidad constituyó una fuente inagotable de pensamiento y cultura que formó a numerosas generaciones de neogranadinos.

Entre los graduados destacados se encuentran los nombres de Andrés Rosillo (con estudios en filosofía, teología y cánones); Camilo Torres, autor del célebre “Memorial de Agravios”, Francisco José de Caldas (grado en cánones), Francisco de Paula Santander (en filosofía y leyes) y Atanasio Girardot (en cánones).

³UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS Misión y Visión de la USTA. [Termino de la búsqueda: información general] [En Línea] Bogotá: 2012 [Consulta: 2021-03-11] http://www.usta.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=109&Itemid=30

CAPITULO 2

Categorías de Análisis

<u>CATEGORÍA</u>	<u>AUTOR</u>	<u>TEXTO</u>
Cultura Organizacional	- Raúl Luna Rodríguez - Alfredo Pezo paredes	- Cultura de la Innovación y la Gestión Tecnológica para el Desarrollo de los Pueblos - Redes de vinculación con mercados, gobiernos locales y organizaciones del entorno. serie gestores tecnológicos
Sistematización de Experiencias	Víctor Mario Estrada Ospina	Miradas sobre la Sistematización de experiencias en Trabajo Social.
Telemercadeo	- Verónica Baena García - María de Fátima Moreno Sánchez	Instrumentos de marketing. Decisiones sobre producto, precio, distribución, comunicación y marketing directo.
Call Center	Domingo Valhondo	Gestión del conocimiento: del mito a la realidad.
Bases de Datos	Salvador Capuz Rizo	Ecodiseño: ingeniería del ciclo de vida para el desarrollo de productos sostenibles

Definición del problema

Dentro del departamento de admisiones se cuenta con un centro de llamadas e información en el cual el aspirante, el estudiante y el egresado, se comunican para suplir su necesidad de información. Además en este centro también se maneja marketing telefónico ya que, se sistematizan bases de datos y posteriormente se

llaman a las personas que integran dicha base, para realizar seguimiento a los procesos comprendidos desde la inscripción hasta la matrícula.

Llevar a cabo este tipo de seguimiento no es una labor que debe ejecutar solamente el departamento de admisiones en los programas de pregrado presenciales, teniendo en cuenta que en esta dependencia también se brinda información sobre los programas a distancia. La VUAD Universidad Abierta y a Distancia debe hacerlo de la misma manera. También deben manejar de la de igual forma el sistema MerAc. Para que los resultados sean eficaces, a mi modo de ver, se requiere de capacitaciones dirigidas y específicas haciendo los seguimientos correspondientes y fortalecer la comunicación con el personal de admisiones, con el objeto de clarificar políticas de procesos o se pierde el interés por parte del talento humano, lo que genera una ruptura en la recolección y procesamiento de la información, la cual es de vital importancia para que la Universidad continúe manteniendo e incrementando, su capacidad de captación.

Por esta razón predomina el tema del conocimiento y desarrollo eficaz de la cultura organizacional en la realización de este tipo de procesos, siendo esta, el eje de mi sistematización, ya que si no se cuenta con un manejo unificado de información y procedimientos ya sea físico, o de sistema computarizado de información, se generaría un impacto negativo en la imagen de la universidad y en la debida ejecución de cada una de las tareas, propias del departamento.

Formulación del problema

El personal del departamento de admisiones encargado de los procesos de información para inscripciones, registro de llamadas, atención telefónica y alimentación de bases de datos, necesitan desarrollar y fortalecer su cultura organizacional, en cuanto al manejo del sistema MerAc, sistema creado para la

realización de dichas tareas, contribuyendo al mejoramiento del sistema, en cuanto evaluación y actualización del mismo.

Objetivos

Objetivo General

Realizar el proceso de sistematización de experiencias de la práctica profesional enfocada a diagnosticar, la necesidad de fortalecimiento y mejoramiento continuo de la cultura organizacional con relación a los procesos de sistematización en el departamento de Admisiones de la USTA, en las fases de preinscripción, registro de llamadas, atención telefónica y alimentación de las bases de datos, con relación al sistema MerAc, en pro de obtener resultados eficaces.

Objetivos específicos

- Investigar las razones por las cuales se debe fortalecer la cultura organizacional en la ejecución de diferentes procesos en el departamento de admisiones, con relación al sistema MerAc.
- Contribuir al fortalecimiento y mejoramiento continuo de la cultura organizacional del grupo de talento humano del departamento de admisiones, en cuanto a procesos de información para inscripciones, registro de llamadas, atención telefónica y alimentación de bases de datos con relación al sistema MerAc
- Generar un documento escrito que sea el soporte de mi trabajo de prácticas en el departamento de admisiones y sea usado, como un manual o esquema de capacitación, para lograr el fortalecimiento y mejoramiento

continuo de la cultura organizacional en el departamento de admisiones y aplicación sistemática de la herramienta informática.

Marco Conceptual

El trabajo en el departamento de admisiones depende de varias personas. En el caso del Call Center, somos tres las personas encargadas de este punto de trabajo, en el cual se llevan a cabo tres tareas específicas. En primera medida está la recepción de llamadas ya que contamos con 5 líneas telefónicas para atención al cliente, dado que son muchas personas las que solicitan información por este medio para tener claridad en los requisitos de diferentes procesos, comunicarse con personal de la universidad o información sobre los diferentes programas y servicios, que presta la universidad como consultorios jurídicos y psicológicos.

Todas estas actividades están muy ligadas unas con otras, ya que se tiene contacto directo con la gente, pero se trabaja de la mano con otras herramientas como la Web, *Siebel* (2001). “Muchas personas creen que la Web reemplazara a los call centers, pero la Web está penetrando tanto que recibimos un 30 por ciento más de llamadas. La Web reemplazara a otras funciones más normales de los call centers, como facilitar información, pero si el producto es complicado el cliente insistirá en hablar con alguien más adelante en el proceso de venta...” (p. 110). En el caso de admisiones, no se habla de un servicio y/o producto complicado sino de los cambios en fechas y precios de los programas que brinda la universidad y sobre los nuevos programas que abre la Institución.

Para cada tipo de llamada se brinda información determinada ya sea de: programas, costos, admisiones o calendario para la necesidad que tenga la persona que se comunica con nosotros si la información es de programas presénciales se les indica todo lo que desean saber y si sale de los parámetros de

información se remite a la pagina Web de la universidad o al departamento o facultad del cual desea saber más, en el caso de los programas a distancia se informa la existencia del programa y el valor pero para mayor información se remite la llamada a la VUAD.

La atención de llamadas que entran a las líneas de call center y las que hacemos los operadores para tener contacto con nuestros clientes por llamarlos de este modo (los estudiantes), es más un proceso de telemarketing; *Baena y Moreno (2010)* “El telemarketing es una herramienta de marketing directo que utiliza el teléfono con fines comerciales para la realización de investigación de mercados. No obstante, también puede ser empleado para fidelizar al cliente haciéndole ver lo importante que su opinión resulta para la empresa...” (p.201) y de hecho es una de las tareas con mayor fuerza en el call center de admisiones estar en contacto con los estudiantes de la USTA para acompañarlos en su proceso de ingreso a la universidad.

Otra de las tareas es la sistematización de datos que se hace por dos fuentes. las llamadas: cada vez que alguien llama para solicitar información sobre un programa, se le toman los datos (nombre completo, correo electrónico, teléfono de contacto y programa que le interesa). La otra fuente es, la cantidad de fichas de datos que recolectan los promotores en cada una de los eventos a los que asiste la universidad, como: ferias estudiantiles, empresariales y charlas. Cada vez que se reciben fichas de datos, se realiza un registro de cada evento en el que se recolectaron y se inicia a ingresarlas al sistema *MerAc*.

Llanos (2010) “Una base de datos es un conjunto, colección o depósito de datos almacenados en un soporte informático de acceso directo. Los datos deben estar relacionados y estructurados de acuerdo con un modelo capaz de recoger el contenido semántico de los datos almacenados” (p. 272). En el caso de las fichas de datos que se recolectan en los eventos de promoción, al ingresarlas al *MerAc* se clasifican de tal manera que fácilmente se tiene acceso dependiendo la

información que se necesite en específico como: el periodo, la facultad o el estado.

Luego de que los datos de las fichas están en el sistema, en la página principal de cada uno de los funcionarios del Call Center, aparecen las personas que llenaron los datos, clasificadas por programa y cada uno de nosotros nos corresponden un grupo de programas y lo que se debe hacer es llamarlos para hacer telemarketing además también se deben llamar a las personas que realizan preinscripción por Internet para hacer seguimiento del proceso de inscripción y matrícula, ya que solo se cuenta con proceso de preinscripción por Internet por que la legalización de la inscripción debe realizarse personalmente, a diferencia de la VUAD ya que para las personas interesadas en programas a distancia si pueden realizar todo el proceso por Internet en un link creado para ellos www.ustadistancia.edu.co pero los documentos son los mismos y todo lo relacionado con este proceso se encarga directamente la VUAD.

El personal de la VUAD también cuenta con el servicio de recepción de llamadas y atención al público y con base en ello, alimentan la misma base de datos de admisiones presencial, siendo importante el proceso de sistematización, llevando un control de los registros que este realiza y de esta manera afianzar la cultura organizacional del personal de la USTA, en el caso del departamento de admisiones y la VUAD.

La Cultura Organizacional Para *Rodríguez y Paredes (2005)* “...tiene la particularidad de manifestarse a través de conductas significativas para sus miembros, las cuales facilitan el comportamiento de la misma. Tales conductas se identifican básicamente a través de un conjunto de prácticas gerenciales y de supervisión...” (p.55); en la VUAD y admisiones específicamente la cultura organizacional esta enmarca en la responsabilidad y la efectividad en la atención a los usuarios. No obstante, se presentan falencias en los procesos de la recepción de datos de manera concreta, en la VUAD con respecto al empleo del sistema

MerAc, teniendo en cuenta que este muestra la necesidad de algunos cambios en su estructura.

En mi concepto el control y el conocimiento de los “clientes potenciales”, que en este caso son los posibles estudiantes, son un punto de vital importancia. Por esta razón se emplea el registro de datos con un conducto establecido para tener total claridad en el momento de realizar el Telemercadeo, pues de este contacto con los usuarios depende en gran medida la sostenibilidad de la USTA, como lo indican *Rodríguez y Paredes (2005)*. “Se necesita pues, acercarse a los consumidores y sus organizaciones para establecer con ellos una relación social duradera.” (p.14). En este aspecto el departamento de admisiones, cuenta con un grupo de promoción que es el encargado de realizar contacto directo con organizaciones empresariales y educativas, de las cuales se adquieren las diferentes fichas de datos con las cuales se les inicia el seguimiento.

La pretensión directa de esta investigación es contribuir con el constante mejoramiento que lleva el departamento de admisiones y su cultura organizacional, ya que partiendo de este estudio, es posible visualizar una serie de falencias fáciles de corregir para establecer una cultura organizacional innovadora. *Rodríguez y Paredes (2005)* “cultura innovadora: basar su trabajo permanente y sostenido, en programas de mejoramiento continuo; establecer políticas claras de incentivo y promoción de la creatividad y la capacidad innovadora; permanente preocupación por el desarrollo humano y la alta incorporación tecnológica” (p.57).

Con este fin, y gracias a la observación de campo que he realizado a lo largo de este trabajo de sistematización, se han evidenciado un aserie de estrategias que se pueden aplicar para mejorar el empleo del sistema MerAc para facilitar la labor de telemercadeo.

CAPITULO 3

Interpretación y Análisis de La Práctica

La Sistematización de la experiencia de práctica profesional está centrada en, un trabajo de investigación partiendo de la observación de campo en el departamento de admisiones de la USTA, modalidad presencial para contribuir a desarrollar una cultura organizacional eficiente en el proceso de admisiones, con el apoyo de Call Center y sistematización de datos (bases de datos).

Cuando se inicia el programa de pregrado de Comunicación Social, se debe tener claro que al culminar la parte primordial del proceso es la realización de la tesis para lo cual se cuenta con diversas modalidades como la sistematización de experiencias, la cual se realiza con base en las prácticas profesionales que se desarrollan en el último año de la carrera profesional, en el cual se ponen en práctica en el ámbito laboral, todos los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje.

Hablar de sistematización de experiencias para *Torres Victoria* (2005) “La sistematización a estado ligada a la necesidad a la necesidad de reflexionar sobre la actuación profesional de una manera organizada, rigurosa y sistemática, a partir de las experiencias generadas en diversos contextos y sujetos sociales” (p.29).

En el campo de la práctica profesional esta sistematización va ligada a la investigación de campo que se lleva a cabo en la práctica, como resultado de: trabajo de campo, donde se toma nota y se observa en el entorno en el que se trabaja, se investiga y se busca más a fondo información que profundice y respalde todas las notas que se genera a lo largo del trabajo de campo, y finalmente toda la información que se recolecta es organizada y recopilada para este producto que a sido el motivo de este escrito, *la sistematización de la experiencia*.

El departamento de admisiones de la Universidad Santo Tomás, cuenta con el espacio para que estudiantes en Prácticas, formen parte de los procesos activos con los que cuenta dicho departamento. El mecanismo para la selección de los estudiantes que desean ingresar a realizar las pasantías en este departamento es: La presentación de la hoja de vida, este es el primer filtro. Posteriormente convocan a las personas preseleccionadas para presentar una entrevista y partiendo de ésta realizar la selección de las personas que formaran parte de su grupo de trabajo.

El día 16 de agosto, inicié mi trabajo de prácticas en la dependencia de admisiones de la universidad. Las actividades a desempeñar fueron: de asesora en el Call Center y alimentando las bases de datos de estudiantes activos y posibles estudiantes. Con la información de esas bases de datos, se llama a cada una de las personas para hacer seguimiento a diferentes procesos que se llevan a cabo en esta dependencia como preinscripciones, inscripciones matrículas y promoción de la Universidad de los servicios que esta ofrece. Cabe resaltar que en estas bases de datos, adicionalmente se registra información general de programas a distancia, ya que la plataforma virtual es la misma para VUAD y presencial.

Admisiones es la dependencia encargada de mostrar la imagen de la universidad frente al público externo. De esta área depende que el estudiante reciba clara información que le permita realizar el procedimiento adecuado y obtenga la información completa, para iniciar sus estudios universitarios. Estos procesos para estudiantes interesados en programas a distancia está a cargo de la VUAD, división encargada de todos los programas de pregrado y posgrados con los que cuenta la universidad para atender a su público en todo el país y tiene su sede principal en el segundo piso, de la sede principal de la universidad, en la carrera 9 # 51^a – 11.

Admisiones realiza actividades promocionales en entidades educativas y empresariales de Bogotá y otras ciudades y municipios con el fin de recolectar información en formatos específicos para ello, pudiendo así alimentar la base de datos. En estos formatos o fichas, las personas eligen un posible programa que les gustaría cursar con la Universidad, independientemente que sean presenciales o a distancia y esa información se registra en la sede principal de admisiones. Adicionalmente, la VUAD, atiende llamadas que se realizan directamente a sus oficinas y que se transmiten, de la sede principal. Algunos estudiantes se dirigen directamente a sus instalaciones y esa información, debe ser sistematizada por los trabajadores de la VUAD.

Herramientas de Recolección de Información

1. ENTREVISTA:

Estructura de la Entrevista

1. ¿Conoce usted el objetivo del sistema MerAc?
2. ¿Cree que el objetivo del sistema Merac se cumple? ¿Por qué?
3. ¿Considera usted que la plataforma del sistema Merac esta estructurada adecuadamente?
4. ¿Considera necesarios cambios en la plataforma del sistema? ¿Por qué?
5. ¿Qué tipos de cambios propone usted para mejorar el sistema?

Ficha Técnica

- ***Objetivo de la entrevista:***
Hacer un diagnóstico comunicativo donde se logre identificar la opinión de los usuarios del MerAc con respecto a: objetivo, ventajas y desventajas del sistema.

- **Universo de la entrevista:**
Departamento de Admisiones de la USTA y VUAD Universidad Abierta y a Distancia. 8 administrativos y 5 promotores.
- **Muestra:**
2 Funcionarias - call center – 2 secretarias – 4 promotores.
- **Número de preguntas:**
5.
- **Lugar y fecha:**
Universidad Santo Tomas febrero 20 de 2012.

Análisis de Entrevistas

Gracias a las entrevistas realizadas a las personas en el departamento de admisiones es posible observar la utilidad del sistema MerAc . De igual forma permite observar que este sistema también cuenta con datos innecesarios los cuales se podrían remplazar por datos, que sean realmente útiles. Por ejemplo existe una casilla en la que se ubica el colegio del estudiante pero no están todos listados existiendo un método para ubicarlo rápidamente, tampoco está el espacio para especificar el grado. Adicionalmente el método que posee el sistema para agrupar la información a la hora de solicitar datos determinados, no es efectivo pues arroja datos antiguos que genera inconvenientes a la hora de hacer seguimiento, ya que en ocasiones por esta desactualización en la información, se llama a personas que ya están en semestres avanzados o que terminaron su proceso tiempo atrás y se pierde tiempo, o se incomoda a los estudiantes, generando una imagen de desinformación del departamento frente a los mismos y/o, posibles postulantes.

La información que se ingresa en el sistema, es la que se encuentra en las fichas que llenan los estudiantes. No obstante la información solicitada en esta ficha, no permite clasificar debidamente estudiantes presenciales y/o a distancia. Ello impide ingresar datos concretos al MerAc. Adicionalmente, el sistema no tiene una conexión efectiva con el sistema interno SAC, que es el que se emplea

para los procesos de admisiones. El sistema MerAc, debería permitir importar al SAC los datos exactos y completos. No siempre es así.

Como conclusión, los entrevistados coinciden en afirmar que es necesario contar con un profesional capacitado en el eficiente manejo de sistemas de información, pudiendo hacer un debido seguimiento al ingreso de datos y procesos de información, que arroje resultados que contribuyan al trabajo de telemarketing y procesos de registro.

2. REGISTROS DE OBSERVACIÓN DE CAMPO

Los registros de campo están compilados por trimestres.

Registro 1:

Agosto 2011– Octubre 2011

El proceso de búsqueda de un lugar para realizar la práctica Profesional termino la última semana del mes de julio, cuando presenté la entrevista en el departamento de admisiones por el puesto de asesora de Call Center, una entrevista en la cual competía con dos aspirantes más, en una charla direccionada por Margarita Sibaja, coordinadora de Mercadeo del departamento, y al final logre obtener el cargo.

El 1 de agosto inicio mi trabajo en el departamento de admisiones. Eran tres mis compañeros de Call Center: Laura Ulloa, Pamela Garzón y Edison, ellos, bajo la dirección de Margarita Sibaja se encargaron de mi inducción durante los tres primeros días, ya que yo iba a entrar a remplazar a Laura Ulloa quien ya terminaba su proceso de prácticas. Los tres me enseñaron el manejo de los teléfonos y del sistema MerAc.

Los primeros días en el cargo se tornaron interesantes, conociendo y relacionándome con todas las personas de la oficina. Al frente del Call Center estábamos ahora 3 personas cumpliendo funciones de telemercadeo y atención al público. Los retos estaban centrados en atender eficiente y amablemente a las personas, teniendo claridad en la información a suministrar, pudiendo dar respuesta a las solicitudes y cuestionamientos permanentes por medio del call center y en ocasiones, de manera presencial.

Los primeros días se hizo necesario mientras lograba adquirir el conocimiento necesario, apoyarme en las copias de los programas y documentos que contuvieran la información que solicitaran. Obviamente esta situación, generaba que el tiempo de respuesta fuera un poco más largo de lo habitual. Sin embargo, el proceso de captar, entender y aprender la información necesaria y adaptarme al ritmo de Admisiones e ir conociendo precios, modalidades de inscripción (pregrado, transferencia interna y externa), informar sobre las extensiones de las diferentes facultades y departamentos de la universidad, tomo tan solo unos días.

Adicionalmente conformaba parte del trabajo, registrar en el sistema MerAc los datos de todas las personas que llaman al departamento para solicitar información sobre algún programa de pregrado o postgrado, para hacerles seguimiento por medio de llamadas. El mismo proceso se lleva a cabo con los datos de las personas que llenan fichas de datos en las ferias universitarias. Esta labor se torna rutinaria, cuyo objetivo radica en convencer telefónicamente a las personas para que accedan a un servicio. Otro tipo de llamadas que deben realizarse son aquellas dirigidas a los estudiantes que ya forman parte de la USTA y solo les falta entregar documentos o finalizar trámites administrativos.

En el transcurso del mes de agosto y luego de tener contacto directo con el trabajo total del departamento, en especial con el sistema MerAc, fue posible determinar cual era el tema clave objeto de estudio para mi sistematización: ***“el uso y la utilidad del sistema MerAc para el departamento de admisiones”***

pues muchos de los que utilizan el sistema, incluyéndome, notamos inconsistencias en el, lo cual implicaba una revisión y análisis.

El paso a seguir, paralelo a mis labores, fue determinar por medio de observación de campo durante una semana, que tan viable podía llegar a ser mi propuesta de investigación. Así que la labor inicio observando y revisando de manera detallada la información incluida en el sistema, haciendo las llamadas y explorando todas las diferentes opciones que en ese aspecto presenta el sistema. Posteriormente, hacer el seguimiento preguntando y sosteniendo diálogos informales con las personas de la oficina. De esta forma pude, darme cuenta que era necesario saber un poco más del MerAc y proponer ideas en cuanto a su estructura y forma de empleo.

A finales del mes de agosto envié mi propuesta a la coordinación de prácticas y fue aprobada, me puse en contacto con mi tutora la docente María de los Ángeles Pardo e inicio el trabajo formal y la continuación de mi trabajo de campo, ahora direccionado, hacia el sistema y el funcionamiento del departamento de admisiones en torno a él.

Con el paso del tiempo mi trabajo iba siendo más fluido y el manejo del sistema era sencillo. No obstante, a lo largo de los días se hacían evidentes, ciertas cosas que sería mejor cambiar en el, así que la Dr. Eva Flye, mi jefe, reviso mi propuesta y accedió a dejarme desarrollar mi investigación en el departamento de admisiones.

Para acceder al sistema la Dra. Eva nos asigna un usuario y clave. Muchas de las personas que pertenecen al personal de la USTA cuentan con el acceso, aunque no registren datos pueden observar la información que la directora del departamento les establece. El sistema posee dos formas de visualizar los datos inscritos, la visión propia del sistema y Excel, pero al comparar los dos, arroja en ocasiones información diferente. Ello hace necesario comparar los dos resultados

y unificar la información, lo cual toma más tiempo. Esto lo observe gracias a una de las promotoras, Ángela Ladino estudiante de la facultad de ingeniería de Telecomunicaciones, quien imprimía las dos bases y de esta forma realizaba las llamadas, que una a una buscaba y registraba en el sistema.

Las llamadas que hace cada uno de los promotores como Ángela, las realizan con base en la asignación de pregrado que realiza la Dr. Eva. Cabe resaltar que agosto es un mes en el que se reciben bastantes bases de datos, pues es un mes en el que el grupo de promoción visita diferentes colegios de Bogotá y los municipios aledaños en los que se presentan los diferentes programas de la USTA.

En la segunda mitad del mes de septiembre inicia el período de inscripciones para el segundo semestre del 2011, en el que aumenta el trabajo en el departamento de admisiones dado que inicia la entrega de documentos por parte de los aspirantes y las llamadas que entran y salen del departamento

Debe llamarse a todas las personas registradas en el sistema, ya que el departamento o la universidad, se traza una meta de estudiantes que se supone deben ingresar a la universidad y este es uno de los métodos que llama la atención de los posibles estudiantes, acercándonos más a ellos como institución e incentivarlos para que inicien un proceso tan importante, como es el de su vida profesional con nosotros.

En el mes de octubre la intensidad del trabajo sube. El fluido de gente aumenta paulatinamente con el paso del tiempo, sabiendo que muchas personas dejan todo para el final, así que en ocasiones nos turnábamos con Pamela Garzón para ayudar en la recepción de documentos o suministrar información, pero a la vez también atendemos las llamadas telefónicas y realizamos la tarea de Telemercadeo. Son días agitados en el que el flujo de llamadas realizadas a los aspirantes abarcan el tiempo de todas las personas que pertenecen al programa

de comunicación social que fue el que nos correspondió a los 3 funcionarios del Call Center.

Registro 2:
Noviembre 2011 – Enero 2012

El proceso continúa y parece no detenerse en ningún momento y eso es bueno. Las personas interesadas siguen llegando pero en menor proporción. Las llamadas parecen no surtir ningún efecto, algunos números se repiten porque el sistema no filtra los duplicados, así que la jefe insiste en el proceso de llamadas que deben aumentar el número de inscritos y matriculados. Obviamente a esto, está ligado el nombre y el prestigio de la universidad.

Finalizando el mes de noviembre el flujo de estudiantes aumenta y la labor de organizar y enviar hojas de vida a las facultades comienza, resultados de entrevistas y recibos de matrículas están a la orden del día, en el Call Center el movimiento crece, la mayor parte de las llamadas son para saber los resultados de las entrevistas o si todavía tienen la posibilidad de inscribirse y ese es un buen síntoma. Todas estas llamadas de personas nuevas, se ingresan al sistema para hacerles seguimiento y aprovechar la oportunidad de interés.

Paralelo a este arduo trabajo, realizo mi sistematización de experiencias. Al hablar con mis compañeros se nota un aire de inconformidad, quizá por la tensión de la temporada pero también observan que muchas de las llamadas se hacen a personas cuyo registro no especifica el curso académico, así que en ciertos casos están en grados inferiores y no tienen la oportunidad de acceder a la universidad. Es decir no pertenecen al rango en el que deben estar las personas a las que se llaman.

En Diciembre ya se comienza a tener un punto fijo en cuanto a la cantidad de estudiantes inscritos y el día 7 de diciembre es el día del pico más alto, en las

oficinas del departamento no cabe la gente, no paran de entrar y salir. Se ve claramente el sobrepaso del límite del semestre anterior y llegando al día 15, faltando pocos días a las vacaciones de la universidad ya se tienen cifras claras junto a las transferencias. En el mes de Enero se tiene totalmente claro y avalado el resultado de estudiantes matriculados, que en esta oportunidad sobre paso la cantidad de estudiantes matriculados el semestre anterior, es decir nos mantuvimos en el rango esperado.

A finales del mes de Enero se entro a evaluar la propuesta que, fué impuesta para este proceso el mes de agosto cuando la Dr. Eva nos reunió a todos los encargados de las llamadas y nos explico los incentivos que se darían si se llegase a cumplir la meta impuesta por Vicerrectoría Académica (rifas y remuneración por estudiantes matriculados más que el semestre anterior) bajo el lema *“Si se puede”*. En esta valoración fue posible evidenciar que no se dio un compromiso verdaderamente fuerte frente al proceso de Telemercadeo. Lo anterior, afirma mi planteamiento dado, *“la falta de cultura organizacional eficiente necesaria, para cumplir a cabalidad con las políticas estipuladas por la universidad, a la hora de llevar a cabo los diferentes procesos de: preinscripción, atención telefónica y alimentación de bases de datos”*. De otra parte, entre los promotores y trabajadores trataban de escudarse en las posibles fallas del sistema o la falta de puntos telefónicos en el departamento, para realizar las llamadas. La verdad es que en mi concepto puede ser una mezcla de factores, pero también la falta de compromiso como lo afirma la Dr. Eva.

En realidad no todo fue negativo porque la cantidad de estudiantes se supero con respecto al semestre anterior, aunque queda el sinsabor de no cumplir la meta impuesta, que para ser honestos era un poco elevada y seguirá creciendo con el paso del tiempo, siendo cada vez más difícil de alcanzar con tanta competencia educativa de la ciudad y el país.

En realidad en este período la atención fue centrada en el cierre, la recolección de resultados y la evaluación de los mismos, teniendo en cuenta que este también se abarca la época de vacaciones, un tiempo muerto, por llamarlo de algún modo.

Registro 3:
Febrero 2012 – Mayo 2012

En el mes de febrero mi trabajo de sistematización ya estaba avanzado la investigación frente al sistema MerAc ya tiene más forma y ha sido posible determinar las bases de la investigación en cuanto a su estructura siendo aceptado por la coordinación de prácticas dando carta blanca para continuar con el proceso de observación de campo y estructuración de estrategias de cambio, frente al problema planteado en mi tesis.

En el mes de Marzo varios de los promotores antiguos culminan su etapa universitaria y aunque no se despiden inmediatamente del departamento es necesario que nuevos estudiantes lleguen a suplir espacios para que el apoyo a promoción de procesos de cierre no quede sin gente. Así que inicia el proceso de convocatoria y entrevista para nuevos promotores, la información de esta convocatoria no es muy difundida en la universidad lo que implica, que a la convocatoria no se presenta mucha gente.

El practicante de psicología Orlando Araque, es el encargado de realizar los test y las entrevistas para determinar quien ingresa al departamento. Esta serie de pautas dieron como resultado el ingreso de 7 promotores nuevos de los programas de Negocios internacionales, derecho, ingeniería mecánica y de telecomunicaciones. En ese punto entra a jugar un papel importante la capacitación, en cuanto a la atención al público, como en el manejo del MerAc.

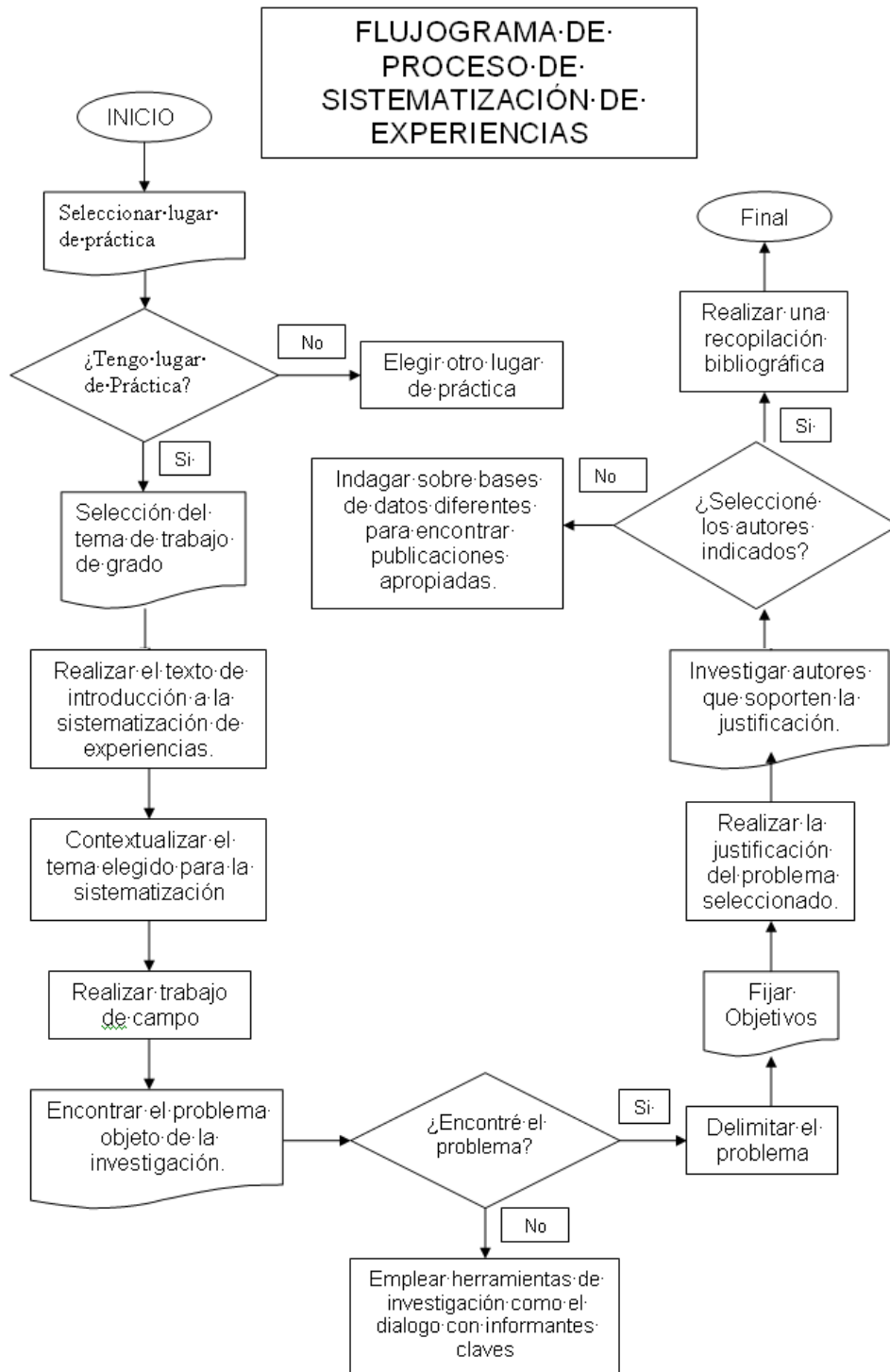
De estos nuevos siete integrantes del departamento de admisiones son cuatro los que constantemente vienen a la oficina. Luego de dos semanas de un mes de inducción, es decir de contacto con el público interno y externo de la USTA, la Dr. Eva realiza la capacitación para el proceso de llamadas y en general de admisiones. El ingreso todo les parece bien y es muy poco probable que de primer momento se juzguen los parámetros del departamento, en este caso en cuanto al sistema.

Cuando ya fue realizada la capacitación, ellos continuaron su trabajo en las oficinas del departamento y yo estaba pendiente de sus movimientos para saber como manejaban el sistema y realizaban las llamadas. Dos de ellos se acercaron a mí, solicitando ayuda con respecto a cómo registrar y realizar las llamadas. Esa era mi oportunidad de saber, sin inmiscuirme en su opinión, como les parecía el sistema a primera vista y tiempo después, conocer de nuevo su opinión, ya teniendo conocimiento previo del tema MerAc.

En el mes de abril las llamadas inician en forma ya se requiere que las personas inicien sus inscripciones pues el tiempo de inscripciones va hasta el 24 de mayo, el primer corte, así que el movimiento comienza de manera lenta, ya finalizando el mes e iniciando mayo la plataforma MerAc sufre un cambio se le ingresa el cambio del periodo pues en el formato anterior no se le puede colocar el curso y así saber en que momento van a ingresar a la universidad, así que se generó un cambio positivo, hasta el momento en lo que va del mes de mayo el ritmo esta bajo aún pero finalizando es seguro que la intensidad subirá.

3. DOCUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Flujograma de procesos primera parte de la Práctica Profesional.





[Volver atrás](#) - [Menu](#)

Menu Principal

- [Registrar](#)
- [Buscar Registro](#)
- [Busqueda Por programa](#)
- [Reportes](#)
- [Cambio de contraseña](#)

Nuevos Registros:		
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	CRISTIAN RODRIGUEZ	Por: KATHERINE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	JESSICA NATALIA OVALLE MARTINEZ	Por: KATHERIN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	LAURA SALAZAR	Por: KATHERINE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	JORGE ANDRES .	Por: ELIANA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	JAIME HERNÁN BARBOSA DEVIA	Por: ELIANA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	DIEGO OJEDA PEREZ	Por: MARCELA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	JENNIFER MURCIA LOPEZ	Por: KATHERINE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	MAURICIO GARCES	Por: KATHERINE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	SANDRA VIVIANA MONTES TOVAR	Por: ELIANA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	ANDRES MONTENEGRO	Por: ELIANA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	WILSON LEGARDO	Por: KATHE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	LEIDY TORO	Por: KATHE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	WILSON ALEJANDRO VARGAS	Por: MARCELA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	TATIANA PEÑUELA	Por: ELIANA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	CAROLINA PINILLA	Por: MARCELA



[Volver atras](#) - [Menu](#)

Datos Basicos

Documento	<input type="text"/>	Tipo documento	<input type="radio"/> C.C. <input type="radio"/> T.I. <input type="radio"/> C.E. <input type="radio"/> P.
Nombres	<input type="text"/>		
Apellidos	<input type="text"/>		
Correo Electronico	<input type="text"/>		
Telefono Celular	<input type="text"/>		
Telefono Residencia:	<input type="text"/>		
Direccion de Residencia	<input type="text"/>		
Pais	<input type="text" value="Colombia"/>		
Ciudad	<input type="text" value="BOGOTA D.C."/>		
Nivel de formacion	<input type="text" value="Seleccione nivel.."/>		
Entidad en la que estudio	<input type="text" value="Seleccione Entidad Educat"/>		
Profesion	<input type="text"/>		
Empresa	<input type="text"/>	Cargo	<input type="text"/>
Direccion Oficina	<input type="text"/>	Telefono Oficina	<input type="text"/>
Fuente	<input type="text" value="Seleccione Fuente..."/>		
Modalidad	<input type="text" value="Seleccione.."/>		
Programa	<input type="text" value="Seleccione"/>		
Opcion /Horario	<input type="text"/>		
Foto	<input type="button" value="Cargar Foto"/>		
Crear Gestion (al terminar el registro redireccionar automaticamente a una nueva gestion)	<input type="checkbox"/>		
	<input type="button" value="Guardar"/>		



[Volver atrás](#) - [Menu](#)

Gestiones del usuario

Usuario:	CRISTIAN RODRIGUEZ	Editar usuario	
Programa:	12095 ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
Estado en Merac	REGISTRADO 20122	Cambiar estado Pre-Inscribir	
Opcion/horario:			

Nueva Gestión

Creación	Fecha Programada	Realización	Gestión	Estado	Resultado	Duración
----------	------------------	-------------	---------	--------	-----------	----------

Pantallazo de Gestión de aspirante del Usuario ECASTRO del Sistema MerAc



[Volver atras - Menu](#)

Gestion		Datos Personales Click para editar	
Usuario:	CRISTIAN RODRIGUEZ	<input type="button" value="Cambiar estado"/> <input type="button" value="Pre-Inscribir"/>	
Programa:	12095 ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
Estado:	REGISTRADO		
Opcion/Horario:			
Tipo de Gestion:	Llamada telefonica - fijo - oficina		
Fecha:	<input type="text"/> <input type="button" value="Calendario"/>	Documento:	
Resultado:	<input type="text"/>	Profesion:	
Duracion:	00:14	Entidad en la que estudio:	OTRA - Sin Definir
Estado:	Realizado	Ciudad:	BOGOTA D.C.
Crear nueva gestion:	<input type="checkbox"/>	E-Mail:	s_itarario@hotmail.com
<input type="button" value="Guardar"/>		Telefono casa:	
		Direccion casa:	
		Telefono Movil:	3002344657
		Empresa:	
		Cargo:	
		Telefono oficina:	
		Direccion Oficina:	
		Fuente:	Familiares
		Numero de formulario:	

Pantallazo de "Buscar registro": del Usuario ECASTRO del Sistema MerAc

Buscar Usuario	
Nombres	<input type="text"/>
Apellidos	<input type="text"/>
Correo	<input type="text"/>
Documento	<input type="text"/>
Otro	<input type="text"/>
<input type="button" value="Buscar"/>	

Pantallazo de "Búsqueda por Programa": del Usuario ECASTRO del Sistema MerAc

Tipo de Búsqueda	
- <u>Búsqueda en SAC</u>	
- <u>Búsqueda en Merac</u>	


Búsqueda en SAC y MerAc es el mismo pantallazo

Programas	
Programa	12095 ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Estado	Todos
Periodo	20122
	Buscar

Se despliega una lista que es la que registra el sistema y al elegir uno de los estudiantes se despliega la pantalla de Gestión del aspirante.

Programas			
Nombre	Estado en Sac	Periodo	
- <u>ACERO FORERO CARMEN ANDREA</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>ACOSTA RODRIGUEZ FABIAN ELIAS</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>ALVAREZ LOPEZ ALEJANDRA</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>ALVAREZ FORERO MARIA CAMILA</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>ARANDIA LEIVA DIEGO ALEJANDRO</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>BARBOSA TRUJILLO FABIAN</u>	INSCRITO	20122	
- <u>BAUTISTA TAVERA NIDIA ISABEL</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>BAUTISTA HERRERA GONZALO ANDRES</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>CALA PEÑA SERGIO ANDRES</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>CARDENAS GUTIERREZ JUAN</u>	INSCRITO	20122	
- <u>CASTRO CASTRO MELISA ANDREA</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>CORDOBA MONTOYA JUAN CAMILO</u>	PREINSCRITO	20122	
- <u>CORREDOR RODRIGUEZ BRAHIAN GIOVANY</u>	PREINSCRITO	20122	

Ficha de recepción de datos

 UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS <small>PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA</small>	SOLICITUD DE DATOS		
	Código: 2050-F-319	Versión: 01	Emisión: 07-07-2009

Fecha:

DD	MM	AA

Nombres y apellidos:

Telefono: Ciudad:

Dirección:

Correo electrónico:

Colegio:

Calendario: Grado:

PROGRAMA EN EL QUE ESTA INTERESADO	
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	
COMUNICACION SOCIAL	
CONTUDURIA PUBLICA	
CULTURA FISICA, DEPORTE Y RECREACION	
DERECHO	
ECONOMIA	
ESTADISTICA	
INGENIERIA AMBIENTAL	
INGENIERIA CIVIL	
INGENIERIA DE TELECOMUNICACIONES	
INGENIERIA ELECTRONICA	
INGENIERIA MECANICA	
LICENCIATURA EN FILOSOFIA Y LENGUA CASTELLANA	
NEGOCIOS INTERNACIONALES	
PSICOLOGIA	
SOCIOLOGIA	
POSGRADO	
PROGRAMAS A DISTANCIA	
OTRO	

Autorizo a la Universidad Santo Tomás para enviar información a mi celular y a mi correo electrónico

El departamento de admisiones de la universidad Santo Tomás sede Bogotá, esta ubicado en la localidad de Chapinero más exactamente en la Carrera 7 # 51 – 13 en el edificio Santo Domingo. La USTA es una empresa de carácter social, con operación a nivel nacional porque tiene sedes en todo el país, es una gran empresa y pertenece al sector privado.

El trabajo de investigación realizado desde agosto de 2011 hasta mayo de 2012 en el departamento de admisiones tenía como fin lograr la sistematización de Experiencias requerido como trabajo de grado en el programa de comunicación social, a partir del cual fue posible detectar una problemática que en este caso es el fortalecimiento y mejoramiento continuo de la cultura organizacional necesaria, para cumplir a cabalidad con las políticas estipuladas por la universidad, para llevar a cabo los diferentes procesos de: preinscripción, atención telefónica y alimentación de bases de datos.

Para la realización de la sistematización y obviamente la investigación fue necesario aplicar diferentes herramientas de investigación como: observación de campo, realización de registros, diálogos informales y entrevistas estructuradas; aplicadas a lo largo del tiempo de práctica y consignadas de manera organizada, de acuerdo a los parámetros dados por la coordinación de prácticas para lograr el compilado de la investigación en un informe de sistematización.

Uno de los puntos favorables de la relación entre prácticas y trabajo de grado es, la relación directa con la población objeto permitiendo que el margen de error sea mínimo y la información sea de primera mano. Este proceso, permite plantear diferentes estrategias de solución, que estaban centradas en la capacitación y seguimiento a las personas encargadas del manejo del sistema. Sugerir mejoras en dicho sistema para mayor efectividad.

Bibliografía

BAENA GARCÍA, Verónica. MORENO SÁNCHEZ, María de Fátima. Instrumentos de marketing. Decisiones sobre producto, precio, distribución, comunicación y marketing directo. Barcelona. Editorial UOC. 2010 – 230 p. <http://books.google.com.co>. ISBN: 978-84-9788-896-7.

ESTRADA OSPINA, Víctor Mario. Miradas sobre la Sistematización de experiencias en Trabajo Social. Cali. Universidad del Valle. 2005 – 145 p. <http://books.google.com.co>.

LUNA RODRÍGUEZ, Raúl. PEZO PAREDES, Alfredo. Cultura de la Innovación y la Gestión Tecnológica para el Desarrollo de los Pueblos. Bogotá. Edición de convenio Andrés Bello. 2005 – 58 p. <http://books.google.com.co>. ISBN: 958-698-175-4.

LUNA RODRÍGUEZ, Raúl. Redes de vinculación con mercados, gobiernos locales y organizaciones del entorno. Serie gestores tecnológicos. Edición de convenio Andrés Bello. 2005 – 52 p. <http://books.google.com.co>. ISBN: 958 - 698 – 173B

CAPUZ RIZO. Salvador. GÓMEZ NAVARRO, Tomás. Ecodiseño: ingeniería del ciclo de vida para el desarrollo de productos sostenibles. Valencia. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. 2004 – 268 p. <http://books.google.com.co> ISBN: 9701509625.

VALHONDO, Domingo. Gestión del conocimiento: del mito a la realidad. Madrid. Editorial Díaz de Santos. 2003 – 385 p. <http://books.google.com.co>. ISBN: 84-7978-542-X.