

**Sistematización de experiencias para la promoción de programas académicos de la
Facultad de Sociología en colegios de Bogotá y Alcaldías Municipales de Boyacá (2023-2)**

Trabajo de Grado para optar al título de socióloga

Presentado por:

Michelle Ximena Alba Jimenez

Asesor:

Docente Juan Felipe Alzate Pongutá

Universidad Santo Tomás

Facultad de Sociología

Bogotá

2024

Índice de contenido

Introducción.....	4
Presentación de la entidad.....	4
Presentación general del proyecto.....	5
Planteamiento y justificación del problema.....	7
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos.....	11
Estado del Arte.....	11
Enfoque teórico.....	13
Modelos para la gestión del conocimiento.....	13
Teoría de capitales.....	18
Cultura Organizacional.....	21
Metodología.....	22
Perspectiva del método y metodología del proyecto.....	22
Delimitación espacial, temporal y poblacional.....	23
Estrategia metodológica.....	24
Enfoque de la sistematización.....	26
Resultados y análisis.....	27
Capítulo 1. Observación participativa como mecanismo para recolectar información.....	27
Observación participativa Plan para promocionar el programa de Sociología.....	27
Observación participativa Plan retorno de estudiantes no graduados.....	30
Observación participativa Plan para promocionar el programa de la MPD.....	31
Capítulo 2. Triangulación de datos como proceso de organización de la información.....	32
Triangulación de datos Plan para promocionar el programa de Sociología.....	33
Triangulación de datos Plan retorno de estudiantes no graduados.....	35
Triangulación de datos Plan para promocionar el programa de la MPD.....	36
Capítulo 3. Repositorio digital para la consolidación del conocimiento sistematizado.....	37
Repositorio digital Plan para promocionar el programa de Sociología.....	37
Repositorio digital Plan retorno de estudiantes no graduados.....	38
Repositorio digital Plan para promocionar el programa de la MPD.....	39
Conclusiones.....	40
Recomendaciones para entidad.....	42
Bibliografía.....	43

Índice de figuras	Pág.
Figura 1. Tabla de conocimiento tácito y explícito	15
Figura 2. Modelo de creación del conocimiento de Nonaka y Takeuchi	16
Figura 3. Modelo de gestión del Conocimiento de Andersen	17
Figura 4. Lugares donde se implementaron los planes de promoción	23
Figura 5. Análisis de documentos y triangulación de datos	25
Figura 6. Ejes de la sistematización de experiencias	26
Figura 7. Bases de datos de los Colegios de Bogotá, Etapa 1	28
Figura 8. Evento Expo-estudiantes 2023-2	29
Figura 9. Base de datos de estudiantes egresados no graduados	30
Figura 10. Base de datos alcaldías municipales de Boyacá	31
Figura 11. Registro de gestión de datos y comunicación entre colegios y la facultad	33
Figura 12. Presentación de estudiantes en colegio de localidad de Suba	34
Figura 13. Triangulación de bases graduados y retirados	35
Figura 14. Ubicación de los documentos Plan admisiones y retorno-Colegios. Neos	37
Figura 15. Ubicación de los documentos Plan de admisiones y retorno- Retorno a la USTA	38
Figura 16. Ubicación de los documentos Plan de admisiones y retorno- Mercadeo Maestría	39

Introducción

La Universidad Santo Tomás, como parte integral de esta reconocida institución educativa, tiene sus raíces en los ideales y la visión de la Orden de Predicadores Dominicos, que desde sus inicios ha promovido la educación como un pilar fundamental para el desarrollo integral de las personas y la sociedad. En 1965, durante un periodo de gran actividad en movimientos sociales y transformaciones culturales, la Universidad Santo Tomás tomó la decisión de crear la Facultad de Sociología, convirtiéndose así en la primera institución en Colombia en ofrecer una formación académica especializada en sociología, marcando así el inicio de una nueva era en la enseñanza de las ciencias sociales en el país (Urrea Canales et al., 2019).

Además, surgió en respuesta a la creciente necesidad de abordar los desafíos sociales, convirtiéndose en un espacio interdisciplinario para el estudio e investigación. Ha alcanzado hitos importantes que han consolidado su reconocimiento a nivel nacional e internacional, impulsando la modernización de su programa y fortaleciendo su compromiso con la investigación social.

Desde su creación, la Facultad de Sociología ha desempeñado un papel crucial en la formación de profesionales altamente capacitados en el campo de las ciencias sociales, con un enfoque especial en la investigación social, el análisis crítico y la planeación para el desarrollo social, que les permitan comprender las dinámicas sociales, identificar problemas y proponer soluciones desde una perspectiva ética y humanista (Sociología, 2024). A lo largo de los años, ha graduado a una amplia gama de profesionales que han contribuido significativamente al desarrollo de la sociología y otras disciplinas relacionadas en Colombia y en la región (Morales et al., 2019). El programa de sociología ofrece una formación integral que abarca áreas como la sociología del trabajo, sociología urbana, sociología política, sociología de género, sociología de la ciencia, entre otras.

Actualmente, la facultad cuenta con la Acreditación de Alta Calidad por 6 años, otorgada mediante la Resolución No. 008904 del 29 de mayo de 2023. Siendo un reconocimiento significativo que valida la excelencia académica, la calidad de los programas y el compromiso institucional con la formación integral de los estudiantes. Esta acreditación representa un proceso riguroso de evaluación externa que certifica que la facultad cumple con los estándares y criterios de calidad establecidos por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia (Tomás Noticias, 2023). Por lo

tanto, se concluye que este pregrado representa uno de los programas históricos de Sociología en Colombia y en la región latinoamericana.

La Facultad de Sociología está adscrita a la División de Ciencias Sociales de la Universidad Santo Tomás, la cual agrupa diversas disciplinas que estudian temáticas como los medios comunicativos y las transformaciones necesarias para los espacios comunitarios. En esta División, la Sociología comparte espacio con disciplinas como la Comunicación Social y Diseño Gráfico, formando un conjunto interdisciplinario que enriquece el estudio y la innovación para la comprensión de los fenómenos sociales (Tomás Noticias, 2023).

Por lo tanto, la División de Ciencias Sociales se rige por los estatutos y reglamentos internos de la universidad, así como por las disposiciones y directrices del Ministerio de Educación Nacional de Colombia. Esta organización y normatividad garantizan la calidad y pertinencia de la formación académica en Sociología, así como el cumplimiento de los objetivos institucionales y educativos de la Universidad Santo Tomás.

La Universidad Santo Tomás en la actualidad ha sido galardonada con la renovación de la Acreditación Institucional de Alta Calidad Multicampus por un periodo de 8 años, denotando su compromiso con la excelencia académica y su contribución al progreso social. Esta distinción, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional a través de la Resolución n.º 014525 del 28 de julio de 2022, reconoce los 442 años de servicio educativo de la institución, su enfoque en la formación integral basada en el humanismo cristiano tomista, y su compromiso con la mejora continua (Espitia, 2022).

Durante el periodo 2023-2, la Facultad de Sociología diseñó tres líneas estratégicas en sus planes de promoción dirigidos al programa de Sociología y a la Maestría en Planeación para el Desarrollo. Estas líneas estratégicas abarcaban un enfoque integral que incluía la promoción del programa de Sociología en colegios de Bogotá, el fomento del retorno de egresados de Sociología y la promoción del programa de Maestría en Planeación para el Desarrollo en entidades públicas del país. La implementación de estas estrategias se materializó a través de diversas actividades diseñadas para alcanzar los objetivos propuestos. Entre estas actividades se destacan la participación en eventos como la Expo Estudiantes; visitas a colegios en la localidad de Suba; actualización y depuración de las bases de datos de estudiantes no graduados; asesorías sobre

descuentos, auxilios y becas para estudiantes activos, así como la utilización del correo electrónico para la difusión de información del programa de maestría a entidades públicas en los municipios centrales del país. Estas iniciativas se orientaron hacia la consolidación de una estrategia integral de promoción y fortalecimiento de los programas académicos ofrecidos por la Facultad, procurando así, contribuir al desarrollo y la proyección de la disciplina de la Sociología Tomasina en el contexto nacional.

El presente proyecto tiene un enfoque reflexivo y constructor de la experiencia, por lo tanto, pretende sistematizar los planes de promoción implementados por la Facultad de Sociología durante el segundo periodo académico del año 2023. Para lograr este propósito, se ha estructurado en torno a tres ejes fundamentales. En primer lugar, se aborda la observación participativa, este eje permite capturar la esencia de las prácticas, interacciones y significados que subyacen en la realidad social. En segundo término, se analizan los procesos de triangulación de datos que le permite a la sistematización acceder a información valiosa sobre el contexto histórico y acceder a información que no se puede obtener de otras maneras. Por último, en el tercer eje se concentra el repositorio, el cual, mejora el acceso a la información, promueve la investigación y fortalece el intercambio de conocimientos entre estudiantes y profesores, lo cual es esencial para el crecimiento académico. Este proyecto aspira a proporcionar una comprensión de las estrategias empleadas por la Facultad de Sociología en su labor de promoción, contribuyendo así al conocimiento y la reflexión crítica sobre las prácticas de difusión académica en el contexto universitario.

Tras una breve presentación de la institución, se procederá a contextualizar la problemática abordada en el proyecto de sistematización. En este apartado, se llevará a cabo una revisión de bibliografía sobre el tema, así como una justificación de la importancia del estudio. Se establecerá el objetivo general del proyecto, así como los objetivos específicos que guiarán la investigación. Además, se realizará una revisión bibliográfica que incluirá experiencias de sistematización a nivel nacional e internacional. Posteriormente, se abordará el enfoque teórico, donde se identificarán y definirán las categorías conceptuales necesarias para fundamentar la discusión y el análisis de la sistematización. A continuación, se detallará la metodología propuesta, incluyendo la delimitación espacial, temporal y poblacional, así como la estrategia metodológica diseñada para abordar el objeto de estudio. Se describirán las técnicas, instrumentos/herramientas, y se establecerán las

categorías y ejes que guiarán la aproximación al fenómeno objeto de análisis. Este apartado sentará las bases fundamentales para el desarrollo y la ejecución del proyecto, garantizando un enfoque metodológico sólido y una aproximación integral al fenómeno de estudio.

Después, los resultados y análisis se abordarán en capítulos separados, cada uno relacionado con un objetivo específico. Las conclusiones se presentarán a continuación, abordando las necesidades identificadas por la entidad, las dificultades encontradas durante el proceso y proponiendo una metodología para futuras sistematizaciones. Por último, se ofrecerán una serie de recomendaciones para la entidad, evaluando la viabilidad de continuar con proyectos similares, así como sus procesos metodológicos y evaluaciones.

Planteamiento y justificación del problema

La gestión del conocimiento (GC) ha surgido como una disciplina fundamental en el ámbito organizacional, en respuesta a la creciente complejidad y dinamismo del entorno empresarial y tecnológico. Según Yuniet Rojas (2006), este campo se ha desarrollado a partir de la evolución de la gestión de la información, la cual se centra en la recolección, almacenamiento y distribución de datos. Con el tiempo, se ha reconocido que el verdadero valor en las organizaciones radica en el conocimiento que poseen y en su capacidad para gestionarlo de manera efectiva. En su artículo *De la gestión de información a la gestión del conocimiento*, explica que, la gestión del conocimiento busca, entonces, capturar, almacenar, compartir y utilizar el conocimiento de manera estratégica para mejorar el desempeño organizacional, fomentar la innovación y crear ventajas competitivas sostenibles (Rojas, 2006).

Este enfoque va más allá de la mera gestión de la información, ya que implica la creación de una cultura organizacional que fomente el aprendizaje continuo, la colaboración y la generación de nuevo conocimiento.

La gestión del conocimiento (GC) se ha convertido en una herramienta fundamental para las organizaciones en la era de la información, permitiendo capitalizar el conocimiento tácito y explícito de sus miembros para generar valor e impulsar la innovación (Pérez et al, 2016). Sin embargo, para comprender en profundidad la GC, es necesario analizarla desde una perspectiva sociológica, específicamente desde la teoría del capital de Bourdieu.

Desde la perspectiva de Pierre Bourdieu, la gestión del conocimiento (GC) en las organizaciones se configura como una herramienta estratégica fundamental en la era de la información, que va más allá de la simple acumulación de datos. Bourdieu, conocido por sus teorías sobre el capital en sus diversas formas (económico, cultural, social y simbólico), aporta un marco teórico valioso para comprender cómo se moviliza e intercambia el capital intelectual dentro de las redes sociales organizacionales. La GC optimiza tanto el capital intelectual tácito (conocimiento basado en la experiencia y habilidades personales) como el explícito (conocimiento formalizado y documentado), fomentando una dinámica de creación, intercambio y transformación del conocimiento a través de prácticas como la mentoría o entrenamiento, donde la persona con mayor experiencia y conocimientos orienta a la persona con menor experiencia.

En este proceso, la distribución desigual del capital cultural y simbólico juega un papel crucial. Aquellos individuos o grupos con mayor capital simbólico, derivado de su prestigio, reconocimiento y posición jerárquica, poseen más poder y acceso a recursos dentro de la organización. Esto les permite influir significativamente en las decisiones y estrategias organizacionales, ya que sus opiniones y conocimientos son más valorados y considerados confiables. Esta situación crea una dinámica de poder que puede dificultar la equidad en el acceso y la distribución del conocimiento, favoreciendo a quienes ya tienen una posición ventajosa.

Para una gestión del conocimiento efectiva, es esencial reconocer y abordar estas dinámicas de poder y capital simbólico. Las organizaciones deben trabajar para reducir las barreras al acceso del conocimiento, promover una cultura de inclusión que valore todas las contribuciones y desarrollar el capital intelectual de todos sus miembros mediante formación y desarrollo profesional. De esta manera, la GC puede convertirse en un proceso social dinámico que no solo optimiza el uso del conocimiento existente, sino que también equilibra las desigualdades y fomenta un entorno más equitativo y colaborativo.

Sobre este tema, autores como Bourdieu (1997), Giddens (2009), Boaventura de Sousa Santos (2018), han explicado acerca de la importancia que tiene la gestión del conocimiento desde un análisis sociológico de la ciencia en los procesos organizacionales.

La gestión del conocimiento (GC) en las organizaciones contemporáneas es un elemento de suma relevancia, ya que comprende la necesidad de establecer canales de información eficientes que faciliten el óptimo flujo de conocimiento explícito dentro de la institución. En este contexto, se

aborda específicamente el caso de la Facultad de Sociología, donde múltiples factores han influido en el proceso de gestión del conocimiento. Entre estos factores destacan la carencia de canales regulares de información establecidos dentro de las facultades, como guías de procesos sistematizados, y la imperiosa necesidad de situar algunas tareas asignadas en los procesos administrativos, las cuales carecen de la información suficiente para ser llevadas a cabo adecuadamente.

Esta situación tiene un impacto directo en las divisiones y facultades de la universidad, las cuales asumen la responsabilidad de localizar, administrar y divulgar la información esencial para los diversos procesos que persiguen la excelencia académica.

Al mismo tiempo, esta situación plantea un desafío significativo en la universidad, con posibles repercusiones en la recopilación, organización y difusión del conocimiento. En primer lugar, la falta de conductos de información establecidos para el uso y actualización de las bases de datos o funciones administrativas puede restringir las capacidades de comunicación y organización en la facultad. Esto puede dar lugar a una escasez de información precisa y actualizada sobre estudiantes, personal, recursos y otras áreas críticas dentro de la institución. La calidad de los datos incide directamente en la calidad de la toma de decisiones (Kuhnen et al, 2002). Por lo tanto, la toma de decisiones se ve comprometida cuando no existe una colaboración efectiva entre las unidades, profesores y practicantes, ya que los mecanismos de gestión y recopilación de datos pueden perderse si se abordan de manera individual.

Se le adiciona a la problemática barreras en la comunicación y uso del conocimiento. Pues, como menciona Escalona & Machado (2020) en su artículo:

La Gestión del conocimiento científico (GC) consiste en optimizar la utilización de este recurso mediante la creación de las condiciones necesarias para que los flujos de conocimiento científico circulen mejor. Lo que gestionamos en realidad, no es el conocimiento en sí mismo, sino las condiciones, el entorno y todo lo que hace posible y fomenta dos procesos fundamentales: la creación y la transmisión de conocimiento científico. (p.13)

Por lo tanto, el problema del desconocimiento en el flujo de información no solo afecta las actividades de promoción de los programas de la facultad, sino que también tiene implicaciones significativas para la distribución desigual de capital simbólico dentro de la universidad.

Ante los vacíos institucionales en materia de conductos de información establecidos, surgen investigaciones en la División de Ciencias Sociales, específicamente en la Facultad de Sociología, que buscan sistematizar esta problemática de información y comunicación dentro de la institución. En su labor, los estudiantes practicantes en la Facultad de Sociología aparecen como un elemento esencial dentro de los procesos de sistematización desde sus experiencias y conocimientos. Las conceptualizaciones por dichos estudiantes están relacionadas con la gestión del conocimiento, pensamiento crítico, innovación en herramientas informáticas, documentación y la capacidad para recolectar y analizar datos es fundamental para la investigación sociológica. Sin embargo, no se ha realizado una sistematización en la que se analice las estrategias institucionales que ayuden a incrementar el número de matrículas desde los planes de promoción del programa de Sociología.

En consecuencia, no se logran tener el impacto esperado de las matrículas para los programas que brinda la facultad, ya que no se atienden ni se conocen las rutas adecuadas para la comunicación entre la facultad, colegios de Bogotá y las entidades públicas del distrito. Este desconocimiento puede resultar en una subutilización de las herramientas y recursos disponibles. Las bases de datos modernas suelen ofrecer una amplia gama de funcionalidades y capacidades avanzadas, como análisis de datos, generación de informes y visualización de datos.

La ausencia de una figura encargada de manejar de manera efectiva la información, de establecer y aclarar canales adecuados para la comunicación entre entidades a partir de las bases de datos con información disponible de los colegios en Bogotá, refleja las limitaciones estructurales que enfrenta la Facultad de Sociología en su búsqueda por implementar procesos y estrategias que fomenten un incremento en la matrícula en los programas de la facultad. En este contexto, la falta de capacitación especializada en el manejo de la información, la gestión del conocimiento y la actualización de estas bases puede entenderse como una manifestación de dichas deficiencias estructurales, las cuales afectan la capacidad de la institución para alcanzar sus objetivos académicos y administrativos de manera efectiva.

Asimismo, la carencia de un individuo que emplee y explique de manera adecuada la información proveniente de las bases de datos en el marco de los planes para promocionar el programa de Sociología en colegios de Bogotá, fomentar el retorno de egresados que no finalizaron la carrera y la promoción del programa de la Maestría en Planeación para el Desarrollo entre entidades públicas de los municipios de la zona central del país, puede constituir un obstáculo para los

esfuerzos emprendidos por los estudiantes practicantes con miras a contribuir al desarrollo de la facultad.

La sistematización de experiencias contribuye a la gestión del conocimiento, surgiendo a raíz de las prácticas profesionales en la facultad. Por lo tanto, se convierte en un instrumento para establecer un conducto de comunicación que contribuye a la calidad académica y facilita el aprendizaje organizacional. Según Bourdieu (1984), al identificar y documentar experiencias pasadas, se puede aprender de sus propias prácticas y mejorar continuamente sus procesos. Además, la sistematización facilita la transferencia de conocimiento entre los miembros de la facultad, lo que puede ayudar a mantener y transmitir el conocimiento institucional y la cultura académica. Esta transferencia de conocimiento también puede dar visibilidad a las contribuciones individuales y colectivas de los miembros de la facultad, lo que puede ser importante en el proceso de promoción académica. Sin duda alguna, el análisis de los datos e información son el eje central de este proyecto, el cual fue abordado de manera crítica y ética para garantizar la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos. Finalmente, al analizar y sistematizar las experiencias, la facultad puede identificar oportunidades para la innovación en sus prácticas académicas, lo que puede llevar a nuevos enfoques en la enseñanza, la investigación y la gestión.

Objetivo General

1. Sistematizar los planes de promoción implementados por la Facultad de Sociología durante el periodo académico de 2023-2 y 2024-1, mediante la implementación de un sistema integral que facilite el intercambio efectivo de información, colaboración y desarrollo de sinergias.

Objetivos Específicos

1. Recolectar información de las bases de datos e información del Sistema Informativo de la Facultad.
2. Organizar la información recopilada de acuerdo con las categorías importantes para cada plan de promoción de los programas.

3. Consolidar el conocimiento sistematizado en un repositorio digital accesible y seguro para la consulta y el uso por parte de la comunidad académica de la facultad.

Estado del Arte

En una primera aproximación al estudio de la Sistematización de Experiencias entorno al ámbito internacional, se destaca el trabajo de Rodríguez (2001) en su trabajo *La sistematización de experiencias como método de investigación para la producción del conocimiento*, presenta la sistematización como un proceso reflexivo que permite a los docentes y estudiantes comprender y valorar las prácticas educativas desarrolladas. Este estudio, realizado en la Unidad Educativa Olmedo de Portoviejo, Ecuador, explora la aplicación de la sistematización de experiencias en el Bachillerato Internacional. A través de encuestas a docentes, se identificaron las estrategias utilizadas para sistematizar experiencias, los logros obtenidos y las sugerencias para futuras aplicaciones. Los resultados evidencian que la sistematización de experiencias contribuye a la construcción del conocimiento, al fortalecimiento de la relación docente-estudiante y a la mejora de la calidad educativa (Rodríguez, 2001). Al permitir la reflexión sobre las propias vivencias, este proceso facilita la construcción de aprendizajes significativos y el desarrollo de habilidades críticas. Bajo este último aspecto, se destaca una cierta similitud en el papel desempeñado tanto por los practicantes como por los profesores en la Facultad de Sociología.

Por otra parte, desde un ámbito nacional, encontramos el trabajo de Castro & Castillo, (2019) titulado *Prácticas de gestión del conocimiento en organizaciones del tercer sector (ONGs): Caso de estudio*. El presente artículo tiene como objetivo analizar las prácticas de gestión del conocimiento en la Fundación Carlos Portela, organización reconocida en el Valle del Cauca (Colombia) del tercer sector que trabaja con niños con cáncer y sus familias. Se utilizó el estudio de caso como metodología para recopilar información a través de entrevistas y observación participante, por tanto, el estudio de sus prácticas de gestión del conocimiento, es significativo para el apoyo al mejoramiento de su gestión (Castro & Castillo, 2019).

Dentro de los logros se evidencian que “la Fundación Carlos Portela desarrolla las prácticas de adquisición, socialización, almacenamiento, distribución y uso del conocimiento de manera informal. Esto se debe principalmente a la falta de experiencia en gestión del conocimiento y a la

naturaleza del trabajo con voluntarios y estudiantes en pasantías” (Castro & Castillo, 2019). A pesar de las dificultades encontradas, también se evidencian fortalezas en las prácticas de adquisición y uso del conocimiento, por lo que, la organización tiene un interés constante en conocer las necesidades de su entorno y en aprovechar el conocimiento para mejorar sus procesos. Por lo tanto, se le recomienda a la Fundación Carlos Portela integrar de manera formal la gestión del conocimiento a sus procesos cotidianos. También se recomienda dar a la práctica de almacenamiento de conocimientos una mayor formalidad para evitar la pérdida de conocimientos por la rotación de personal (Castro & Castillo, 2019). Los elementos de esta investigación son relevantes debido a su estructura en cuanto a los resultados obtenidos, y se retomarán algunas de estas características más adelante.

Dentro de un contexto local, podemos identificar el artículo hecho por Briceño y Bernal (2010) *Estudios de caso sobre la gestión del conocimiento en cuatro organizaciones colombianas líderes en penetración de mercado*, la cual pretendía identificar si la perspectiva o enfoque de GC en cada organización es diferente. El objetivo general de esta investigación buscó explorar cómo manejan el conocimiento cuatro empresas colombianas exitosas de distintas industrias, por lo cual, los investigadores quisieron determinar si existían variaciones en la forma en que estas compañías abordan la gestión del conocimiento y si esas variaciones se alineaban con las perspectivas oriental o norteamericana. Encontramos que los principales resultados del análisis de la investigación en las cuatro organizaciones tienen dos perspectivas de la gestión del conocimiento: “perspectivas oriental (los procesos individuales de cada trabajador y sus conocimientos tácitos para traducirlos en explícitos como criterios importantes para la gestión del conocimiento) y norteamericana (las organizaciones están preocupadas por el conocimiento de las personas para capitalizarlas y, en efecto, tomar decisiones ágiles)” (Briceño & Bernal, 2010). Este estudio contribuye a la comprensión de la GC en el contexto organizacional y a la identificación de diferentes enfoques para su implementación, de manera que, la metodología puede ser útil para identificar las prácticas de gestión del conocimiento dentro de la facultad.

De lo anterior se identifican aportes significativos que enriquecen este trabajo, ya que la sistematización se entiende como un proceso de producción de conocimiento social y organizacional. Este enfoque permite una reflexión continua sobre las estrategias de gestión del

conocimiento, con énfasis en cómo estas estrategias pueden ser optimizadas para mejorar su efectividad y aplicación en diversos contextos organizacionales.

Enfoque teórico

Modelos para la gestión del conocimiento

Según Víctor Avendaño y Matilde Flores (2016) “a partir del conocimiento como activo de la organización, surge la *gestión del conocimiento* en términos generales, como enfoque gerencial o disciplina emergente, que busca de manera estructurada y sistemática aprovechar el conocimiento generado para alcanzar los objetivos de la organización y optimizar el proceso de toma de decisiones.” (p.210). Este enfoque es transversal a la sistematización de experiencias, ya que constituye la base de los procesos implementados en la Facultad de Sociología. Sin embargo, es fundamental reconocer que, dependiendo de los modelos adoptados por la organización, resulta crucial entender la posición desde la cual el investigador decide llevar a cabo la GC en relación con su respectivo objeto de estudio.

Principalmente, es esencial identificar y diferenciar entre el conocimiento *tácito* y el conocimiento *explícito*. Según Nonaka (2007) en su artículo titulado *La empresa creadora de conocimiento* explica el conocimiento *tácito* desde dos perspectivas, “Según la gestión occidental, el único conocimiento útil es formal y sistemático: datos duros (léase cuantificables), procedimientos codificados y principios universales” (p.2). Y por otro lado la perspectiva oriental, explica que “el núcleo del enfoque japonés es el reconocimiento de que crear conocimiento nuevo no se trata simplemente de “procesar” información objetiva. Más bien, depende de aprovechar las ideas, intuiciones y corazonadas tácitas y a menudo sumamente subjetivas de empleados individuales y ponerlas a disposición de la empresa en general, para que ésta las apruebe y las utilice” (Nonaka, 2007). De acuerdo con este contexto, se puede deducir que, el conocimiento *tácito* es personal y está profundamente arraigado en las experiencias y habilidades de un individuo. Por lo tanto, este enfoque se aplica en la Facultad de Sociología, ya que permite, a través de las prácticas de los estudiantes, observar las dinámicas y generar nuevo conocimiento que contribuye a esta sistematización.

Por otro lado, el conocimiento *explícito* permite “en su vertiente más práctica, trabajar una serie de instrumentos que permiten fomentar la creación de conocimiento y, también, mejorar o impulsar su transmisión. Algunos ejemplos de estos instrumentos pueden ser las bases de datos relacionales, es decir, las bases de datos tradicionales, pero también las bases de datos documentales, que permiten realizar búsquedas, catalogar los documentos” (Canals, 2003). “El conocimiento explícito está en forma de lenguaje o símbolos, que pueden ser entendidos por cualquier persona que esté familiarizada con el código o la convención” (Nonaka, 2007). De esta manera, se puede comprender que el conocimiento explícito es formal y sistemático, lo que facilita su compartición y comunicación. Visto así, el conocimiento explícito no puede ser ajeno a la facultad debido a su papel fundamental en la estructuración y difusión del saber académico, este conocimiento se manifiesta en diversas formas, tales como artículos académicos, libros, informes de investigación, manuales y bases de datos.

A continuación, se presenta una tabla que ofrece una comparación detallada entre el conocimiento tácito y el conocimiento explícito. Esta tabla incluye las características de la naturaleza de cada tipo de conocimiento, ejemplos, la manera en que se adquiere, su almacenamiento y la forma en que se transmite.

Figura 1.

Tabla de conocimiento tácito y explícito

<i>Características</i>	<i>Conocimiento tácito</i>	<i>Conocimiento explícito</i>
<i>Definición</i>	Conocimiento a través de ideas e ideales	Instrumentos que fomentan la GC
<i>Naturaleza</i>	Subjetivo. Habilidad personal	Objetivo y universal
<i>Ejemplo</i>	Habilidad de reparar la mecánica de la bicicleta	Manual para reparar la bicicleta
<i>Adquisición</i>	Se adquiere a través de la experiencia y la práctica	Se adquiere a través de la educación y la formación
<i>Almacenamiento</i>	Se almacena en la mente de las personas	Se almacena en documentos, informes, bases de datos, etc.
<i>Transmisión</i>	Oralidad	Escritura

Fuente. Elaboración propia

a. *Modelo de la gestión del conocimiento de Nonaka & Takeuchi (1995)*

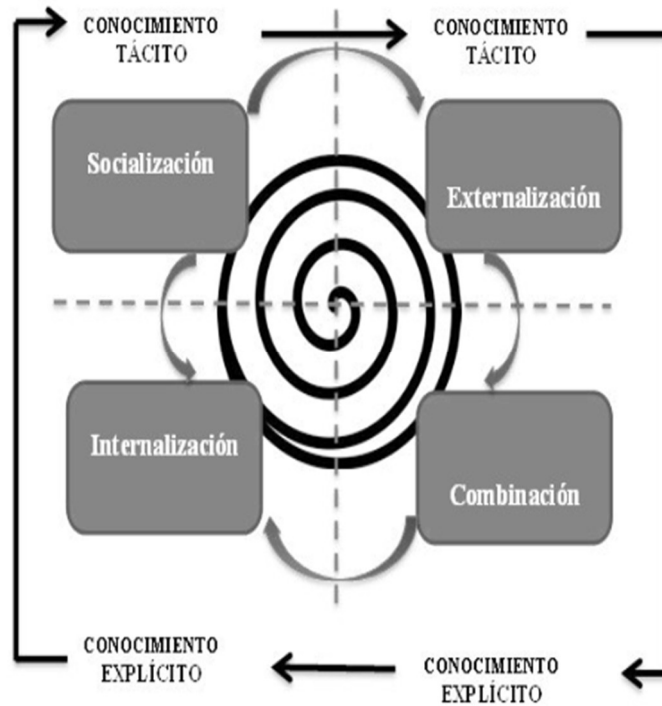
En el artículo de Flores & Ochoa (2016) *Los modelos de gestión del conocimiento y su relación con la cultura organizacional: Una revisión teórica*, podemos encontrar que el estudio presentado por Nonaka & Takeuchi (2016) se puede ilustra el proceso de gestión del conocimiento (GC) como una espiral dinámica que involucra cuatro tipos de conversiones: socialización, externalización, combinación e interiorización. Cada etapa del modelo se alinea perfectamente con las actividades académicas y de investigación de la facultad, asegurando que el conocimiento no solo se genere y comparta, sino que también se integre profundamente en la práctica diaria y en la cultura organizacional. Este enfoque dinámico y estructurado garantiza que la facultad no solo mantenga su relevancia y excelencia académica, sino que también continúe innovando y avanzando en el campo de la sociología.

Se definen estas categorías de la siguiente manera: Socialización. Compartir experiencias y conocimientos tácitos entre individuos, fomentando el aprendizaje colectivo y la generación de nuevas ideas. Externalización: (Articulación). Transformar el conocimiento explícito en formatos codificados y accesibles para su transmisión y almacenamiento, como documentos, presentaciones o bases de datos. Combinación: Integrar y sistematizar conocimientos explícitos de diversas fuentes, generando nuevos conceptos, modelos o hipótesis que enriquecen la base de conocimiento de la organización. Interiorización: Internalizar el conocimiento explícito a través de la práctica, la reflexión y la experiencia, convirtiéndolo en conocimiento tácito personal y colectivo.

A partir de lo anterior, se presenta el esquema realizado por Flores & Ochoa (2016) en su trabajo de *Los modelos de gestión del conocimiento y su relación con la cultura organizacional: Una revisión teórica*, en donde articula el modelo en espiral de Nanoka y Nonaka y Takeuchi (1995).

Figura 2.

Modelo de creación del conocimiento de Nonaka y Takeuchi



Fuente. Elaborada por Flores & Ochoa (2016), con base a Nonaka y Takeuchi (1995 p. 71)

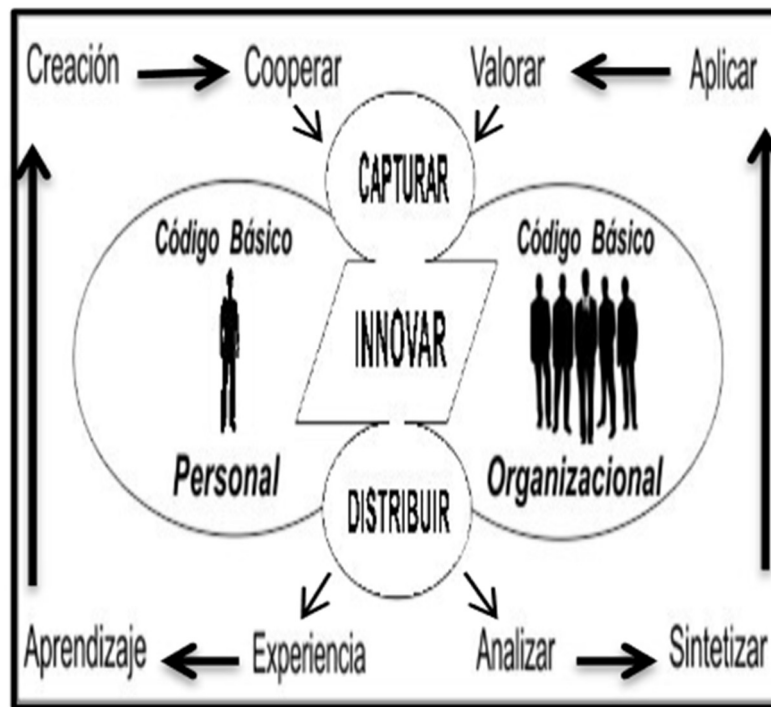
b. Modelo de la gestión del conocimiento de Andersen (1999)

Esta propuesta plantea un modelo de gestión del conocimiento (GC) que enfatiza la creación individual y el flujo ascendente del conocimiento dentro de la organización. El modelo se basa en tres elementos principales:

- **Capturar:** La etapa inicial consiste en la captura de ideas y conocimientos generados por los individuos a nivel personal. Esta captura se realiza mediante mecanismos que fomentan la colaboración y el intercambio de ideas (Nonaka y Takeuchi, 1995).
- **Innovar:** El conocimiento capturado es evaluado y valorado por un "código básico organizacional", que determina su potencial para la innovación y el desarrollo de nuevos productos o servicios (Probst, Raub y Romhardt, 1999).
- **Distribuir:** El conocimiento validado se distribuye y difunde a través de la organización mediante la experiencia y el análisis, generando aprendizaje colectivo y mejorando la toma de decisiones (Davenport y Prusak, 1998).

Figura 3.

Modelo de Gestión del Conocimiento de Arthur Andersen



Fuente. Elaborada por Flores & Ochoa (2016), con base a Andersen (1999).

Teoría de capitales

Al aplicar la perspectiva del capital de Bourdieu, este análisis permitirá mapear el capital cultural, social y simbólico dentro de la facultad, identificando la distribución de conocimiento tácito que se puede relacionar con el *capital cultural*; las redes, relaciones y recurso humano analizado desde el *capital social* y el conocimiento explícito desde un *capital simbólico*. Esto proporcionará una comprensión profunda de las dinámicas de poder y las estructuras de capital subyacentes.

Capital cultural

La crítica profunda que desarrolla Bourdieu en *La distinción* (1984) indica que el papel del capital cultural en la gestión del conocimiento dentro de las organizaciones va más allá de una simple definición. Explora cómo este concepto está intrínsecamente ligado a las estructuras de poder y, por ende, a las desigualdades sociales. Mediante la sistematización, se pueden disminuir estas

desigualdades existentes al involucrar más a la comunidad académica dentro de la misma facultad. Sin embargo, las estructuras de poder se reflejan en las prácticas y dinámicas de los procesos administrativos que ejerce la Universidad sobre la Facultad de Sociología.

Bourdieu no define el capital cultural como un mero conjunto de conocimientos, sino como un conjunto de saberes, habilidades y disposiciones que son valorados y reconocidos dentro de un grupo social específico (Bourdieu, 1984). Este conocimiento se adquiere a través de las prácticas y vivencias desarrolladas durante actividades como eventos universitarios, visitas a colegios en Bogotá, comunicación telefónica, contacto y envío de cartas de invitación a los programas de la facultad, entre otras. Por consiguiente, según Nanoka (2007), cuando se genera conocimiento tácito desde la práctica, este es valorado dentro del conjunto de nuevos conocimientos que fortalecen las estrategias propuestas por la organización. Esta perspectiva brinda la oportunidad de observar el conocimiento desde un enfoque oriental, en el cual el conocimiento es creado de manera horizontal y pierde su carácter completamente vertical. En este sentido, el capital cultural se adquiere principalmente a través del proceso de socialización, es decir, mediante las experiencias vividas y el entorno social en el que se desenvuelve el individuo (Bourdieu, 1990).

Desde la perspectiva de Boaventura de Sousa Santos, esta visión se puede ampliar al considerar la diversidad epistemológica. Sousa Santos argumenta que, el conocimiento válido no debe limitarse a las formas hegemónicas que dominan las estructuras de poder, sino que debe incluir una ecología de saberes donde múltiples formas de conocimiento, incluyendo aquellas marginadas o subalternas, sean reconocidas y valoradas (Sousa Santos, 2018). Al adoptar un enfoque más inclusivo, la Universidad Santo Tomás puede crear entornos donde el conocimiento sea un recurso compartido que beneficie a todos sus miembros utilizando como base documentos sistematizados que se produce académicamente dentro de la facultad. Esto facilitará la comunicación y el intercambio de un capital cultural entre el personal docente y administrativo.

Capital social

La Facultad de Sociología, como parte integral de la Universidad, se encuentra inmersa en una compleja red de relaciones de poder y dinámicas sociales que influyen en la gestión del conocimiento y la distribución de recursos. A través de un análisis sociológico basado en la

perspectiva de Pierre Bourdieu y el concepto de *capital social*, enfoque teórico examinará la relación entre la Facultad de Sociología y la Universidad, poniendo de relieve las asimetrías de poder, las desigualdades en el acceso al capital social y su impacto en la gestión del conocimiento en la facultad.

Según, Bourdieu (1986) el capital social es "un conjunto de recursos actualizados, institucionalizados o no, inherentes a las relaciones que un individuo o grupo mantiene con otros". En este sentido, el capital social no se limita a las redes de contactos o relaciones interpersonales, sino que abarca también las normas, códigos y valores compartidos que facilitan el acceso a recursos, información y oportunidades. La Facultad posee un capital social significativo, representado por sus sólidas redes de investigadores, la calidad de sus publicaciones y el prestigio de sus docentes. Sin embargo, este capital social no se traduce necesariamente en poder o influencia dentro de la Universidad.

El recurso humano, lejos de ser un simple factor productivo, se convierte en un capital intangible de gran valor cuando se analiza desde la perspectiva del capital social. Las habilidades, conocimientos y experiencias de los individuos, combinados con las redes y relaciones que poseen, conforman un capital social invaluable para las organizaciones. Sin embargo, la distribución desigual del capital social dentro de una organización puede limitar el acceso al conocimiento y las oportunidades para algunos individuos o grupos (Bourdieu, 2000). Este problema es evidente en la Facultad de Sociología, donde la falta de una persona encargada de la sistematización de las actividades que la facultad realiza en otros entornos académicos exacerba estas desigualdades.

Sin embargo, Bourdieu advierte sobre las desigualdades en la distribución del capital social, donde algunos individuos o grupos pueden tener mayor acceso a recursos y oportunidades que otros. Por ejemplo, la apropiación del conocimiento, ya que aquellos con mayor capital social pueden tener mayor poder para apropiarse del conocimiento creado colectivamente, limitando los beneficios para otros miembros de la organización. Por otro lado, un uso estratégico del capital social, el capital social puede ser utilizado de manera estratégica para obtener beneficios individuales en detrimento del bien común o de la organización.

Capital simbólico

El conocimiento explícito y capital simbólico emerge como un tema central para comprender las dinámicas de producción, difusión y apropiación del saber dentro de las organizaciones. El conocimiento explícito, entendido en formatos tangibles como documentos, libros o bases de datos, contrasta con el capital simbólico, un recurso intangible enraizado en la reputación, el prestigio y la posición social de los individuos y grupos. Desde la perspectiva de Pierre Bourdieu (2000), esta relación entre ambos conceptos se revela como una danza compleja y dinámica, donde el capital simbólico opera como un catalizador y mediador en la transformación del conocimiento explícito en valor tangible.

El capital simbólico es crucial para comprender las dinámicas de poder en cualquier sociedad. A través del reconocimiento y la legitimidad, los individuos y grupos pueden ejercer una influencia significativa en la estructura social y en la forma en que se distribuyen otros tipos de capital. En el contexto académico, por ejemplo, aquellos que poseen un alto capital simbólico pueden moldear las normas y valores institucionales, determinar qué conocimientos y prácticas son valorados y, en última instancia, influir en la dirección de la investigación y la enseñanza (Bourdieu, 1988).

En el caso de la Facultad de Sociología, la gestión de bases de datos y documentación es un área donde el capital simbólico juega un papel fundamental. Aquellos que tienen acceso y control sobre la información y los recursos documentales poseen una forma de capital simbólico que les permite influir en las decisiones administrativas y académicas. La distribución desigual del capital simbólico dentro de la facultad puede afectar la calidad y accesibilidad de los datos necesarios para la investigación y la gestión académica. Por ejemplo, la falta de sistematización de las actividades realizadas por la facultad en otros entornos académicos, como visitas a colegios y eventos universitarios, puede limitar el acceso a información valiosa para la toma de decisiones y la mejora de programas académicos.

Cultura organizacional

La cultura organizacional es un concepto fundamental en la sociología de las organizaciones, y se refiere a los valores, creencias, normas, comportamientos y artefactos que caracterizan a una organización (Arévalo, 2020). La cultura organizacional no solo moldea el ambiente de trabajo y las prácticas laborales, sino que también influye en la identidad organizacional y en cómo la

organización se percibe a sí misma y es percibida por otros. Una cultura organizacional abierta y colaborativa facilita el intercambio y la creación de conocimiento, promoviendo la innovación y la adaptación al cambio (Nonaka & Takeuchi, 1995). En la Facultad de Sociología, las estructuras organizacionales, como las políticas académicas, los procedimientos administrativos y las normas de comportamiento, son tanto el resultado como el medio de las acciones de los profesores, estudiantes y personal administrativo. Por lo tanto, las reuniones refuerzan la observación de si los planes de promoción de los programas que ofrece la facultad son prácticas que no solo siguen ciertas reglas establecidas, sino que también refuerzan la viabilidad en como se interpreta la sociología en los colegios de Bogotá. Estas reuniones no solo siguen una norma establecida, sino que también refuerzan esta norma cada vez que se llevan a cabo, contribuyendo a la continuidad de la cultura organizacional.

Según Giddens (1984), las estructuras sociales no son meras construcciones sobre la acción humana, sino que son simultáneamente producidas y reproducidas por las acciones de los individuos. Esta teoría tiene implicaciones significativas para el estudio de la cultura organizacional, ya que permite comprender cómo las prácticas cotidianas y las interacciones dentro de una organización contribuyen a la formación y transformación de su cultura. Esto significa que las estructuras no existen independientemente de las acciones humanas, sino que son creadas y mantenidas a través de esas acciones que influyen profundamente en la forma en que se gestiona el conocimiento y el capital cultural dentro de la misma. Para las organizaciones, es fundamental fomentar una cultura organizacional inclusiva, promover la gestión del conocimiento como un proceso participativo y reconocer el capital cultural de todos sus miembros.

Aplicar la teoría de la estructuración de Anthony Giddens a la Facultad de Sociología permite comprender cómo las prácticas y las interacciones diarias, contribuyen a la formación y transformación de su cultura organizacional. Este enfoque revela la importancia de la agencia humana, la distribución de recursos y reglas, y la capacidad reflexiva en la gestión del conocimiento. Al analizar estos aspectos, se puede promover una cultura organizacional que favorezca la innovación, la cooperación y el desarrollo académico, beneficiando a todos los miembros de la facultad y fortaleciendo su misión educativa y de investigación.

Metodología

Perspectiva del método y metodología del proyecto

La modalidad investigativa de este estudio se enfoca en cómo la sistematización de experiencias, facilitada por la observación participativa, puede ser útil para desarrollar un sistema integral de comunicación dentro de la facultad. Este enfoque no solo contribuye a la promoción del programa de sociología y de la maestría, sino que también favorece la transición hacia una cultura organizacional y de gestión del conocimiento, como mencionan Espósito y González (2017) esto permite adoptar una perspectiva crítica sobre dichas cuestiones, posibilitando un análisis e interpretación conceptual, así como la formulación de alternativas para abordar las dificultades identificadas.

Este análisis abarca las dimensiones necesarias para comprender integralmente las dinámicas organizacionales, facilitando una comunicación y colaboración más efectiva dentro de la facultad. Para ello, se recolectará y analizará información cualitativa y cuantitativa sobre el impacto del programa, el plan retorno y las inscripciones a la Maestría.

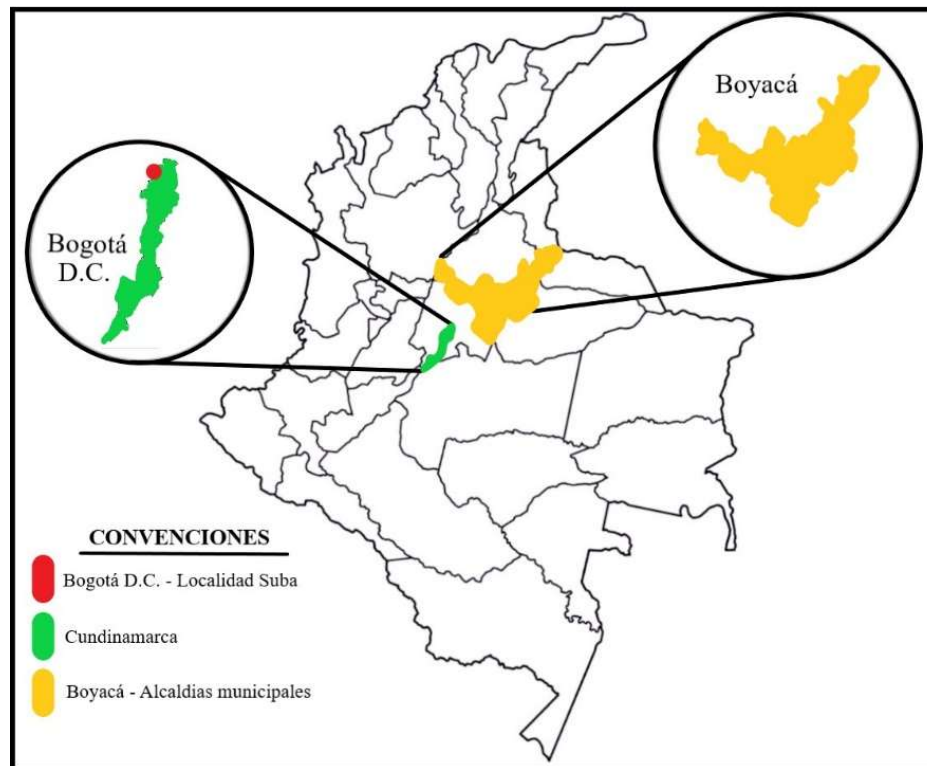
La combinación de métodos cualitativos y cuantitativos permite obtener una comprensión más completa y profunda de las experiencias, trascendiendo la mera descripción superficial y revelando las complejidades subyacentes (Jara, 2016). Esta metodología proporciona a la sistematización una argumentación sólida basada en resultados, identificando y resolviendo la problemática de la falta de un conducto de información establecido y sintético dentro de la facultad. Esto facilita la explicación detallada de los planes de promoción gestionados por la Facultad de Sociología, además de generar conocimiento y crear un documento de tipo histórico sobre las prácticas dentro de la facultad.

Delimitación espacial, temporal y poblacional

Este proyecto tomará tres planes de promoción específicos que desarrolló la Facultad de Sociología en el periodo académico 2023-2. El primer plan es el *Plan para promocionar el programa de sociología* en los colegios de Bogotá y espacio de ferias universitarias. El segundo plan es el *Plan retorno egresados no graduados de la facultad*. Finalmente, el tercer plan es el *Plan para promocionar el programa de la Maestría en Planeación para el Desarrollo entre entidades públicas de Bogotá y los municipios de la zona central del país*, contacto que se llevó a cabo en los municipios del departamento de Boyacá.

Figura 4.

Lugares donde se implementaron los planes de promoción.



Fuente. Elaboración propia

Respecto a la delimitación temporal, se toma como referencia las acciones realizadas durante los periodos académicos 2023-2 y 2024-1. Cabe resaltar que algunas de estas iniciativas habían comenzado en semestres anteriores; sin embargo, este proyecto contó con la participación de las prácticas profesionales, lo cual amplificó las posibilidades de realizar y ejecutar el proyecto, dado que no existían precedentes similares en la facultad desde la perspectiva de un estudiante de sociología.

Por último, la población de esta sistematización incluye al decano de la facultad, quien lidera los planes de promoción del programa de sociología y el plan retorno; la coordinadora de la maestría, quien estaba a cargo de la Maestría en Planeación para el Desarrollo; tres profesores de tiempo completo que conforman cada línea estratégica; y un estudiante de colegio en la localidad de Suba (Evidencia: presento entrevista para el próximo semestre) Sistema de Información de la Facultad.

Estrategia metodológica

Técnicas

En cuanto a la recolección de información, se utilizarán herramientas metodológicas con un enfoque reflexivo y constructor de la experiencia como: observación participante, análisis de documentos y repositorios digitales. Se considerarán las bases de datos que tiene la facultad en su registro histórico de estudiantes, por lo cual, es necesaria la autorización del decano de la facultad. Estas bases de datos incluyen principalmente la base de los estudiantes graduados y no graduados del programa de sociología, así como la base de información de los colegios de Bogotá. Asimismo, se utilizará la base de datos que posee la coordinación de la maestría, la cual contiene contactos de las principales alcaldías municipales del departamento de Boyacá. De igual manera, el acceso a estas bases de datos será autorizado por la coordinadora encargada.

Instrumentos/herramientas

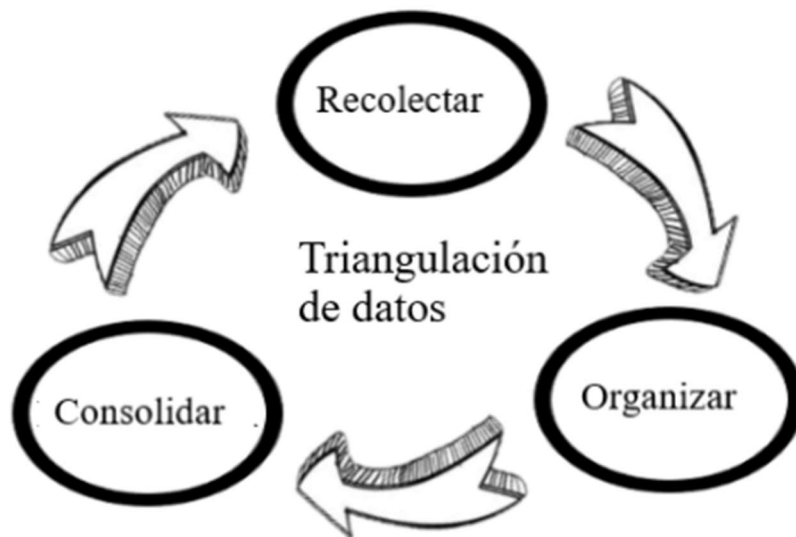
Diario de campo. Esta es una herramienta fundamental en la técnica de observación participativa, se convierte en un instrumento invaluable para la investigación que busca capturar la esencia de la experiencia vivida, y permite trascender la simple descripción de eventos y adentrándose en las reflexiones, interpretaciones y aprendizajes que emergen de la inmersión en el campo de estudio. Se realiza este diario de campo como una matriz en la que se describe el día a día de las actividades realizadas durante las prácticas y donde se identificaron los ejes centrales de la sistematización.

Gestión de datos. La gestión de datos se erige como una herramienta fundamental que va más allá de la simple organización y almacenamiento de información. Se trata de un proceso integral que abarca desde la planificación y recolección de datos hasta el análisis, interpretación y comunicación de los hallazgos

La recolección implica la búsqueda de documentos en diversas fuentes, como bases de datos, repositorios digitales, bibliotecas físicas, entrevistas y observaciones. La triangulación de datos consiste en recolectar, organizar y consolidar los documentos recolectados para facilitar su acceso, uso y análisis. Finalmente, la consolidación es el proceso de integrar y sintetizar la información contenida en múltiples documentos para obtener una visión general y completa.

Figura 5.

Análisis de documentos y triangulación de datos.



Fuente. Elaboración propia

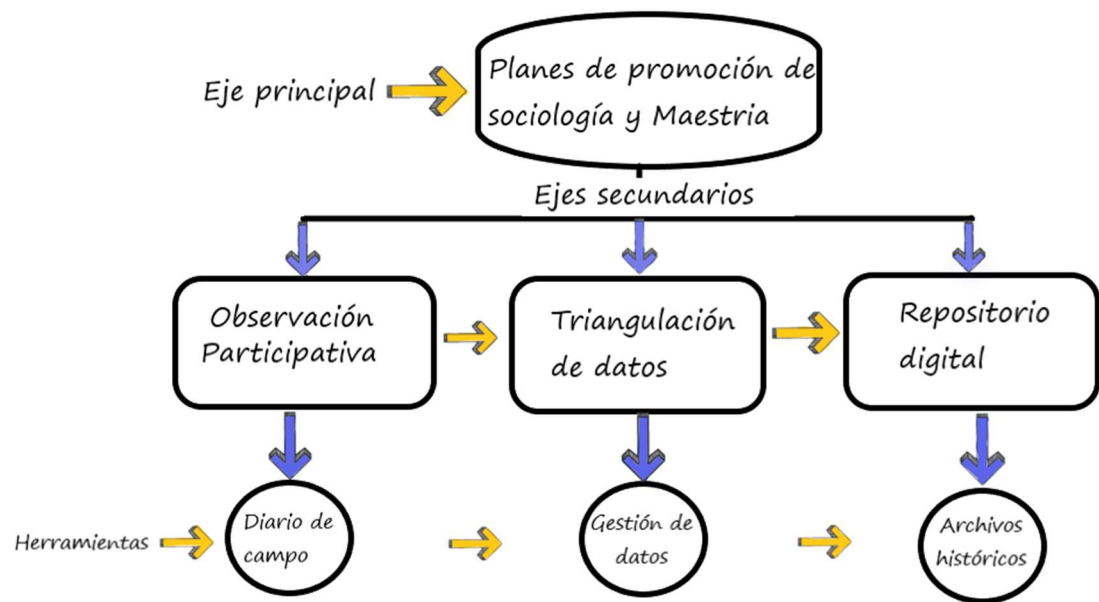
Archivos históricos. Los archivos históricos albergan una gran cantidad de fuentes primarias, como documentos oficiales, documentos de procesos sistematizados de la facultad, mapas, flujogramas, manuales de lineamiento, entre otros, que no se encuentran disponibles en otras fuentes de información. Estas fuentes primarias permiten a la comunidad académica acceder a las voces y perspectivas de los actores históricos, brindando una visión directa del pasado sin intermediarios.

Enfoque de la sistematización

Respecto a las categorías presentes en la sistematización, se identifica un eje principal: la *gestión del conocimiento* y tres ejes secundarios, que son: *Observación participante*, *triangulación de datos* y *repositorio digital*.

Figura 6

Ejes de la sistematización de experiencias



Fuente. Elaboración propia

El siguiente Cuadro de Correlación Metodológica presenta una síntesis organizada de los aspectos fundamentales que guiarán la investigación, abarcando desde el objetivo general hasta las técnicas específicas de recolección y análisis de datos. brindando un marco sólido para la sistematización de los planes de promoción de los programas de Sociología y Maestría. La combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas, junto con la categorización de los planes de promoción, permitirá obtener resultados confiables y relevantes que contribuyan a la mejora continua de las estrategias de promoción de los programas.

Cuadro de correlación metodológica			
	Objetivo	Técnica	Categoría
General	Sistematizar los planes de promoción implementados por la Facultad de Sociología durante el periodo académico de 2023-2 y 2024-1	Sistema integral para el intercambio de información, colaboración y desarrollo de sinergias	Planes de promoción de los programas Sociología y maestría

Específico 1	Recolectar información de las bases de datos e información del Sistema Informativo de la Facultad.	Diario de campo	Observación participativa
Específico 2	Organizar la información recopilada de acuerdo con las categorías importantes para cada plan de promoción de los programas.	Gestión de datos	Triangulación de datos
Específico 3	Consolidar el conocimiento sistematizado en un repositorio digital accesible y seguro para la consulta y el uso por parte de la comunidad académica de la facultad.	Archivos históricos	Repositorio digital

Resultados y análisis

Capítulo 1. Observación participativa como mecanismo para recolectar información

Este capítulo se enfocará en el análisis de los tres planes de promoción de programas académicos implementados por la facultad.

Observación participativa Plan para promocionar el programa de Sociología

El *Plan para promocionar el programa de Sociología en los colegios de Bogotá* se desarrolla como plan de acción que ayude a aumentar la matrícula en el pregrado de Sociología. Ya que, los estudiantes suelen confundir la Sociología con otras disciplinas como Trabajo Social o Antropología. Este plan busca llegar a la comunidad de educación secundaria a presentar el programa, y aprovechar estos espacios para resolver preguntas, aclarar dudas y reconocer las principales características de los estudiantes que deciden estudiar en el área de Ciencias Sociales.

Para recolectar información de las bases de datos del Sistema Informativo de la Facultad (SIF), el decano, quien desempeña el papel como orientador, estableció las principales estrategias del plan de promoción y nos comparte una carpeta denominada *Plan de admisiones y retorno*. Asimismo, nos otorga acceso a esta información y nos indica que inicialmente observemos las bases de datos consolidadas allí. Posteriormente, nos reunimos con la profesora Sthefania Lizarazo, quien

lideraba esta línea estratégica en el periodo académico 2023-2, para continuar con el proceso de recolección de datos

Al entrar a las bases de datos de los colegios de Bogotá, encontramos que se tiene información de contacto de 72 colegios, públicos y privados, en 16 localidades de Bogotá. Observamos que es una base de datos que es larga y debido al tiempo disponible de la docente, debemos escoger tres (3) localidades, en lo que resumen a 27 colegios. Para la actualización de los datos encontrados en esta base, se hablará más adelante en el capítulo 2. A esta etapa de selección, se llama la Etapa 1 de la estratégica.

Figura 7

Bases de datos de los Colegios de Bogotá, Etapa 1

	Colegio	Localidad	Dirección	Teléfono	Correo	Psicólogo	Horario de atención
1	Colegio Educativo Scalias	Engativá	Cr 82 #68B-09, Bogotá, Colombia	4372696	secretariageneralscalias@gmail.com	ppscologiaescalias@gmail.com	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
2	Colegio N. Obispa Al Divino Amor	Engativá	CRA 71A N 52-29	2631269	luisolivera@redobogota.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
4	Colegio Tomas Alva Edison	Engativá	calle 62 # 128-50	2281027	edisonnuevitas@gmail.com		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
5	Colegio Cafam	Engativá	Avenida 68 No 64 - 45 Bogotá, Colombia	4378999 Ext. 5903-5908	cafam@cafam.com.co	limoreno@cafam.com.co, directora de bienestar marandia@cafam.edu.co	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
6	Colegio San Juan De Avila	Engativá	Carrera 100B # 75B - 05	3007548196	secretaria@colegiosanjuandeavila.edu.co	coordinadademica.colegiosanjuandeavila.edu.co	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
7	Colegio Tomas Cipriano De Mosquera (IED)	Engativá	TRANSVERSAL 113 No. 66 - 95 ENGATIVÁ	2273792 - 2273793	coltomasciprianomosquera@educacionbogota.edu.co		LUNES, MIÉRCOLES Y VIERNES DE 8 AM A 11AM
8	Colegio El Minuto De Dios	Engativá	Tv. 76 #81A-10, Engativá	5933040			Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
9	Colegio Atahualpa (Ied)	Fontibón	Cra 116 # 22i - 56	3002070532	escolatahualpa@redp.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
10	Instituto Pedagógico Nacional	Fontibón	Calle 127 n.º 11-20, Bogotá, Colombia.	5941894 Ext. 622	ipn@pedagogica.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
11	Colegio Santa Ana	Fontibón	Carrera 100B #18-41 Bogotá	2670543	secretaria@colegiosantana.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
12	Colegio Carlo Federico (Ied)	Fontibón	Cl. 14 #108-78, Bogotá, Colombia	2671517	colcarlofederico@educacionbogota.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
13	Ateneo Integral Ana B. De Flores	Fontibón	Batuta Fontibón, Cl. 20b #97-36, Fontibón, Bogotá, Cundinamarca	2671432	ateneoanab@hotmail.com		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
14	Colegio Instituto Tecnico Internacional (Ied)	Fontibón	Carrera 112 23 - 05	2677080 - 4214646 /47	ceditintern@educacionbogota.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
15	Colegio Integrado De Fontibon Ibeo (Ied)	Fontibón	Cra. 106 #18-21 a 18-98, Bogotá	2671463	colfontibon@redp.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
16	Instituto Infantil Y Juvenil	Fontibón	Cl. 22a # 96i-06 Bogotá	2671208	secretaria@injuv.edu.co	laura.carreno@injuv.edu.co	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
17	Colegio De Los Andes	Fontibón	Calle 22 H # 100 - 82	7036223	contacto@colegiodelosandes.edu.co	secretariaandes@gmail.com	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
18	Colegio Hogar De Nazareth	Suba	Calle 142 # 114C - 11 SUBA	3227675100	colegiosnazareth61@gmail.com		Lunes a Viernes 8:00 am - 1:00 pm - 1:30 pm - 4:30 pm
19	Liceo Técnico Bilingüe Paulo Freire	Suba	Carrera 100C # 15B - 56	5963527 - 321790 8340	secretaria@lfp.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
20	Liceo Golden Rule	Suba	Calle 142c bis No 129a 50	3102582809	administrativo@goldenrule.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
21	Gimnasio Campestre De Guilford	Suba	Via Suba a Cota - Km. 7	3106280638	admisiones@gimnasiodeguilford.edu.co	psicologiaadmisiones@gimnasiodeguilford.edu.co	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
22	Gimnasio Los Arrayanes	Suba	Calle 219 No 50-10, Bogotá	6760203 ext. 1350	diradmisiones@gia.edu.co	co.comunicaciones@gimnasiodeguilford.edu.co	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
23	Centro Edu. Los Andes	Suba	Carrera 114B # 152 F-03	3107831730	losandesalmendros@gmail.com	orientacionbachillerato@ia.edu.co	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
24	Liceo La Nueva Estancia De Suba	Suba	63, Cra. 132 #132, Cundinamarca	6951305	linesuba@yahoo.com	rectoria.almendros@gmail.com	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
25	Colegio Nueva Zelândia (Ied)	Suba	Cl. 181 #51a31, Bogotá	3002072669	cedmazelandia11@educacionbogota.gov.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
26	Colegio Gustavo Morales Morales (Ied)	Suba	CL 129 # 55 - 55	3002072271	coldigustavomoraless11@educacionbogota.edu.co		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
27	Instituto Central De Estudios S.A.S	Suba	Calle 167 No. 62 - 34 Bogotá Colombia	6697386	rectoria@institutocentraldeestudios.edu.co	pmforeror34@hotmail.com	Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm
28	Colegio Liceo Rocely	Suba	carrea 70 No 173a 30 San Jose de Bavaria	3174356331	colegioliceorocely@gmail.com		Lunes a Viernes: 8:00 am - 12:00 pm

Fuente. Elaboración propia con base en Sistema de Información de Facultad (2023)

A través de la observación participativa, se identificaron dinámicas de trabajo que implicaban la realización de llamadas telefónicas y la gestión del correo electrónico. Para llevar a cabo estas tareas, era necesario contar con las herramientas adecuadas, las cuales debían ser proporcionadas por la Facultad en su calidad de organización. Si bien la solicitud de estas herramientas se realizó desde el primer día de ubicación, por cuestiones burocráticas y de procedimientos internos de la universidad, la Dependencia de Comunicaciones tardó una semana en entregar los teléfonos y computadores necesarios para iniciar las actividades. Esta situación pone de manifiesto las

dinámicas de poder presentes en las organizaciones, donde los procesos administrativos y jerárquicos pueden afectar la eficiencia y el desarrollo del trabajo.

Como parte del plan de promoción, se participó en la Feria Universitaria Expo-Estudiantes 2023 en Corferias y en el evento de la Feria Universitaria 2023-2 organizado por la Secretaría de Educación en el Palacio de los Deportes. El objetivo de estas participaciones fue promocionar la carrera de Sociología. Si bien se logró captar el interés de algunos estudiantes, quienes realizaron consultas sobre el programa, la tasa de conversión en inscripciones universitarias fue baja.

Figura 8

Evento Expo-estudiantes 2023-2



Fuente. Elaboración propia

Observación participativa Plan retorno de estudiantes no graduados

La estrategia de reenganche de estudiantes egresados no graduados ha sido la iniciativa más exitosa en el marco del plan de aumento de matrículas y promoción del programa de sociología. Impulsada por el decano de la facultad y liderada por la profesora Catalina Oidor, esta estrategia busca incentivar a los estudiantes que no han culminado sus estudios para que retomen y finalicen exitosamente el programa. Para facilitar la comunicación entre la facultad y los estudiantes

egresados no graduados, se realizó una revisión exhaustiva de la base de datos en el SIF, donde se identificó un registro de más de 800 estudiantes desde 1999 hasta el 2023-1. En vista de la magnitud de este grupo, se procedió a segmentar la población objetivo para optimizar los esfuerzos de retorno.

Para recopilar y actualizar la base de datos, se contó con la colaboración de la profesora Catalina, quien posee acceso a la meta base de datos de la universidad. Esta herramienta permitió la localización de los egresados por nombre, fecha, número de documento, semestre y otros criterios relevantes. Gracias a ello, la estrategia de retorno se dirigió a los estudiantes que abandonaron el programa a partir del quinto semestre en adelante, considerando un rango temporal desde el año 2015-1 hasta el 2023-2. Se realizó un análisis exhaustivo de las fechas y otras triangulaciones de datos, cuyos detalles se presentarán más adelante.

Figura 9

Base de datos de estudiantes egresados no graduados

1	Seccional	Sede	Cód. estudiante	Id
5	BOGOTA	BOGOTA	2181551	
22	BOGOTA	BOGOTA	2283666	
33	BOGOTA	BOGOTA	2233240	
39	BOGOTA	BOGOTA	2221225	
57	BOGOTA	BOGOTA	2215525	
76	BOGOTA	BOGOTA	2194290	
127	BOGOTA	BOGOTA	2200747	
176	BOGOTA	BOGOTA	2191798	
177	BOGOTA	BOGOTA	2146929	
189	BOGOTA	BOGOTA	2194333	
197	BOGOTA	BOGOTA	2180652	
200	BOGOTA	BOGOTA	2230811	
204	BOGOTA	BOGOTA	2283791	
214				
215				
216				
217				
218				

Fuente. Elaboración propia con base a el SIF (2023)

La imagen muestra el resultado del filtrado de la base de datos, obteniendo un total de 13 personas. A partir de este resultado, se procedió a crear una carta de invitación personalizada para cada egresado. En esta carta, se extendía una cordial bienvenida a la universidad y se presentaban las ventajas de retomar los estudios y culminar la carrera de Sociología. Entre los beneficios destacados se encontraban la homologación de materias con otros planes de estudio, la

incorporación de nuevas asignaturas con enfoques que ampliaban la perspectiva de análisis y otras ventajas relevantes. La carta, firmada formalmente por el decano, fue enviada directamente a cada egresado a través del correo electrónico. Esta acción marcó el inicio del primer vínculo de comunicación entre la universidad y los egresados.

Como resultado de esta gestión, se inscribieron 12 estudiantes en el plan de retorno al programa de Sociología. Este logro evidencia el significativo impacto que tuvo la estrategia de comunicación por correo electrónico en el éxito de la iniciativa del plan retorno.

Observación participativa Plan para promocionar el programa de la MPD

Principalmente, esta estrategia brinda la oportunidad de sumergirse en el entorno real de las entidades públicas, permitiendo observar de primera mano sus procesos, desafíos y oportunidades. Esta experiencia de campo facilita una comprensión profunda de sus necesidades y expectativas en relación con el programa de la MPD. Por lo que permite, identificar las características y contextos específicos de cada municipio, posibilitando la adaptación del programa de la MPD a las necesidades y realidades locales. Esto garantiza que el programa sea relevante, útil y efectivo para cada entidad pública.

Figura 10

Base de datos alcaldías municipales de Boyacá

No.	Municipios	Alcalde	Dirección	Contacto	Horarios de #
79	Turunguá	Ermes Uriel Combita Santana	Calle 2 No 2-15	3204884034	L - V de 8:00 Am a 12:30 Pm - 2:00 Pm a 5:30 Pm
80	Chivor	Didier Aurelio Martínez Vargas	Cra 4 N° 5 - 26	3138857870	L - J DE 08:00 A.M-12:30 P.M Y DE 2:00 P.M -06:00 P.M V DE 8:0
81	Guayatá	John Santiago Ruiz Alfonso	Carrera 5 No. 3-13 Palacio Municipal	3142637013	L - Mier - J - V en horario de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 pm a 6:00 pm
82	La Capilla	Raúl Hernando Rodríguez Chavarro	carrera 4 # 4 - 63	3132620467	L: 8:00am a 04:00pm M - V: 8:00am a 12:30pm y de 2:00pm a 6:00pm
83	Somondoco	Edison Rolando Gaitán	Calle 5 No 3-14	316 1496074	L - V // 8:00 am a 12:00 m -1:00 pm a 5:00 pm
84	Sutatenza	Oscar Yovany Montenegro Salcedo	Carrera 4 No. 434	3214680450	L - V 8:00 a.m. a 1:00 pm y de 2:00 p.m. a 5:00 p.m.
85	Tenza	José Luis Gómez Alfonso	Carrera 6 # 5-57	+(57) 3134003556	L - V 8:00 am a 12:00 m / 1:00 pm a 5:00 pm.
86	Arcabuco	Yamith Rodrigo Rodríguez López	CARRERA 6 No. 4 - 09	3134027639	L - V 8:00 A.M a 12:30 P.M Y 2:00 P.M A 5:30 P.M
87	Chitaraque	Fabián Armando Silva	Calle 2 No. 3-35	3103006455	L - J de 7:00 A.M. a 12:00 P.M. y de 1:30 P.M. a 6:00 P.M. y V de 7:00 A.M. a 12:00 P.M.
88	Gachantivá	Pedro Alonso Aguilón Puentes	Carrera 5 No 4-27 Piso 2	3102511081	L - J 8:00 am a 12:00 pm - 1:00 pm a 5:00
89	Ráquira	José Hernán Sierra Buitrago	Carrera 4 No 3-17 - Parque Principal	3114463222	L - J de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 5:00 p.m. y el día 1 de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 5:00 p.m.
90	Sáchica	Hugo Buitrago	Carrera 4 # 3-41	3219961629	L - V de 8:00 AM - 1:00 PM y 2:00 PM - 5:00 PM
91	San José de Pare	Pele - Alfredo Suárez	CRA 3 N° 1-63 CENTRO	3219656926	L - J DE 7:00 A.M - 12:00 M Y DE 1:00 P.M A 5:00 P.M
92	Santa Sofía	William Gustavo Parra Merchan	Calle 5 No 3 - 52	3229705277	L - V: 08:00 - 12:00 y 14:00 - 18:00
93	Santana	Raúl Fernando Moreno Walteros	Cra 4 N° 4 - 04	3204980866	L - M - J - V de 7:00 a.m a 12:00 m - De 1:30 p.m a 5:30 p.m y Mié de 8:00 a.m a 12:00 m
94	Sutamarchán	Francisco Javier Villamil	Calle 4 No 3-25	3185894344	L - V de 8:00 a.m. a 12:30 m. y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m.
95	Tinjacá	Alsilver Sierra Mendieta	Carrera 3 No. 4-24 Tinjacá Boyacá.	3208537811	L - V de 8:00 a.m. a 12:00 m. y de 1:00 p.m. a 5:00 p.m.
96	Togüí	Germán Augusto Sánchez Sánchez	Calle 3 Numero 3-23	3124320528	L - J de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 1:00 p.m. a 5:00 p.m. y los V en 8:00 a.m. a 12:00 m y de 1:00 p.m. a 5:00 p.m.
97	Villa de Leyva	Josué Javier Castellanos Morales	Carrera. 9 N° 13 - 11	(+57)(8) 7320830 / 7320362 / 732118	M - V y Miér después de festivos de 8:00a.m. a 12:30a.m. y 2:00p.m. a 5:30p.m.
98	Aquitania	Héctor Orlando Barrera Cárdenas	Calle 6 N° 6 - 46	(8)7794118	8 am a 6 pm
99	Cultiva	Segundo Aldemar Toca Suárez	Carrera 4 N°4-45 -palacio Municipal	(+57) 3114937094 DESPACHO MUJ	L - V 7:30AM-1:00PM, 2PM-5:00PM Miercolés
100	Belén	Oscar Eduardo Boada Castro	cra 6 n° 6-22	3132439652	L - V de 8:00am - 12:00m / 02:00pm - 06:00pm
101	Chita	José Miguel Velandia Alarcón	Carrera 4 N° 4 - 43 Palacio municipal	3102240202	L - V: 8:00 A.M. a 12:00 M y 2:00 P.M. a 6:00 P.M.

Fuente. Elaboración propia con base en el SIF (2023)

Esta base de datos, al proporcionar información precisa sobre las características y contextos de cada municipio, facilita la adaptación del programa de la MPD a las necesidades locales. Una base de datos que integre esta información permite identificar las áreas que requieren mayor atención y los recursos que se deben asignar en cada municipio. La metodología de la Maestría en Planeación para el Desarrollo, con sus sesiones presenciales un día cada tres semanas, ofrece ventajas significativas para profesionales del departamento de Boyacá que buscan avanzar en su formación académica y mejorar sus conocimientos en el ámbito de la planeación para el desarrollo.

Con el objetivo de promover el programa de Maestría en Planeación para el Desarrollo, se diseñó una estrategia de comunicación integral que incluyó el envío de cartas de invitación personalizadas a cada alcalde de los 100 municipios de Boyacá. Estas cartas, acompañadas de un folleto informativo, permitieron a los alcaldes conocer en detalle las características y beneficios del programa. Gracias a esta iniciativa, se logró un total de 12 matriculaciones, lo que representa un importante logro para la gestión del programa

Capítulo 2. Triangulación de datos como proceso de organización de la información

En este capítulo se profundizará en los procesos de triangulación de datos implementados para evaluar la efectividad de los tres planes: dos de promoción y uno de retorno. La triangulación de datos, como metodología de investigación cualitativa, consistió en la convergencia y comparación de información proveniente de diversas fuentes para obtener una comprensión más completa y robusta de los resultados obtenidos

Triangulación de datos Plan para promocionar el programa de Sociología

Inicialmente, se constató la amplia extensión de las bases de datos de los colegios, lo que motivó la organización por etapas para optimizar la comunicación entre los colegios y la Facultad de Bogotá. Se priorizaron tres (3) localidades del noroccidente de Bogotá: Engativá, Fontibón y Suba, lo que implicó un total de 27 colegios dentro de estas zonas. Al analizar las bases de datos, se evidenció la falta de información crucial, como números telefónicos y de contacto, correos electrónicos, horarios de atención y direcciones de las instituciones. En consecuencia, se procedió a buscar en el navegador de Google el nombre de cada institución para extraer la información faltante y complementar la página web del colegio.

Tras completar la primera etapa con los datos completos de las instituciones educativas, se procedió a realizar la primera gestión de llamadas telefónicas. En un primer intento, se obtuvo respuesta de 14 colegios. De estos, 13 solicitaron el envío de información sobre el programa de pregrado a sus correos electrónicos respectivos, mientras que un colegio manifestó su disposición para recibir una visita presencial. Sin embargo, al intentar concertar las fechas de encuentro, esta iniciativa no prosperó debido a la falta de disponibilidad de tiempo por parte de los docentes.

Con el fin de dar a conocer el programa de sociología a los colegios, se elaboró una carta personalizada para cada institución educativa. En esta carta, se incluyó información detallada sobre el programa, incluyendo sus enfoques, los nombres y números de los semilleros de investigación asociados, y otros datos relevantes que facilitaran la comprensión de los objetivos de la visita a los colegios. Esta gestión de los correos electrónicos se envió desde el correo institucional y con copia a la profesora encargada, todo esto generando un registro dentro de la misma base de datos para conocer fecha de contacto, respuesta al comunicado.

Figura 11

Registro de gestión de datos y comunicación entre colegios y la facultad

Gestión llamadas	Observación	Gestión correos	Gestión segunda llamada	Gestión correos 3 octubre
Solicitar citas en el correo psicologo		Correo enviado solicitando reunión - 19 sept	llamar el 4/10/23 desde las 8am	
correo dirigido a coordinación academica		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	No contestaron	
No contestaron, enviar correo		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	No contestaron	
enviar correo y agendar cita	Director Dep. Ciencias Sociales y Humanas	Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	Reenviar la información a los nuevos correos electrónicos	Correo reenviado el 3 de octubre
enviar correo y agendar cita	Dirigido a Marta Baez	Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	No contestaron	
No contestaron, enviar correo			No contestaron	
volver a llamar y confirmar datos			No contestaron	
presencial 8am	directora y no atienden de manera virtual		No contestaron	
enviar correo electronico	director del colegio solicitar de espacio, coordinacion de proyecto grado 10 11 jornada pedagogica.	Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	Movilidad internacional 20/10/2023	
enviar correo y agendar cita	super de acuerdo y acordar charla		No contestaron	
Línea ocupada, enviar correo		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	No contestaron	
Telefono no existe			No contestaron	
Telefonos no responden			No contestaron	
No contestaron, enviar correo		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	No contestaron	
No contestaron, enviar correo		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	Regresan a partir del 17/10/23	
enviar correo electronico	Dirigido a Alvaro Sanchez rector	Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	No contestaron	
enviar correo electronico	enviar propuesta correo	Correo enviado con descripción de temas para	Reenviar correo	Correo reenviado el 3 de octubre
enviar correo electronico	enviar propuesta correo	Correo enviado con descripción de temas para	lunes a viernes 6:00 am - 2:30pm presencial	Solicitud enviada a Alex para apoyo de los compañeros
No contestaron, enviar correo		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	Devuelven la llamada y confirman fecha	
enviar correo y agendar cita	orientacion. maria jose albarazin, y agendar cita	Correo enviado con descripción de temas para	llamar el 20/11/2023 o el proximo	
Enviar correo y agendar cita	Volver a llamar a orientacion con extensión	Correo enviado con descripción de temas para	No contestaron	
enviar correo y agendar cita		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	Reenviar correo. Semana cultural	
No contestaron, enviar correo		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	No contestaron	
volver a llamar y confirmar datos 1pm			No contestaron	
No contestaron, enviar correo		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	No contestaron	
enviar correo electronico		Correo enviado solicitando reunión - 22 sept	Van a responder por correo	
enviar correo y agendar cita		Correo enviado con descripción de temas para	Van a responder por correo	

Fuente. Elaboración propia con base en el SIF (2023)

Como resultado de esta gestión entre llamadas y envíos de correos electrónicos dirigidos hacia los colegios de estas tres localidades no tuvo éxito en su resultado, por lo que se tiene en cuenta que esta no es una estrategia que aporte en el objetivo de aumentar las matrículas en las instituciones educativas para el pregrado de sociología.

Paralelamente a esta gestión, un agente externo comunicó al decano la necesidad de profesores del área de ciencias sociales en un colegio de la localidad de Suba para participar como jurado en las presentaciones de trabajos de grado de la institución. Ante esta solicitud, el profesor Juan Felipe Alzate aceptó participar y designó a Michelle Ximena como practicante para apoyar en esta gestión y evaluar el potencial impacto en los planes estratégicos de promoción.

Figura 12

Presentación de estudiantes en colegio de localidad de Suba



Fuente. Elaboración propia

Triangulación de datos Plan retorno de estudiantes no graduados

Al iniciar la implementación del plan, se identificó que la base de datos de estudiantes retirados se encontraba desactualizada. Esto se evidenció en la presencia de registros de estudiantes que ya habían culminado sus estudios, pero que aún figuraban como retirados. Para abordar esta situación, se implementó un proceso de correlación de la información por nombre o número de documento. Esta medida fue necesaria debido a que, en algunos casos, la universidad registra a los estudiantes con su tipo de documento inicial (tarjeta de identidad) sin actualizarlo al momento de obtener la cédula de ciudadanía. Esta falta de actualización genera registros duplicados dentro de las bases de datos de la facultad, lo que a su vez conduce a confusiones en la información. Por lo tanto, la organización, categorización y selección de la información se convirtieron en aspectos cruciales para el éxito del plan. Sin una base de datos precisa y actualizada, no habría sido posible identificar a los estudiantes que habían finalizado sus estudios dentro del período de tiempo seleccionado para el contacto.

Figura 13

Triangulación de bases graduados y retirados

	Estudiantes_Graduados(Recuperado autom...	September 25, 2023	Michelle Ximena Alba
	Estudiantes_Retirados (1).xlsx	February 9	Michelle Ximena Alba

Fuente. Elaboración propia con base a el SIF (2023)

Como se ilustra en la imagen anterior, se emplearon dos bases de datos para verificar la información de los estudiantes: la base de datos de graduados y la base de datos de retirados. La categoría de última matrícula y la cantidad de semestres cursados fueron los criterios clave para identificar a los estudiantes objetivo. Cabe destacar que la información de semestres cursados se obtuvo a través de búsquedas en el Sistema Académico (SAC) con el apoyo de la profesora Catalina, quien posee acceso exclusivo a estos datos debido a su sensibilidad.

Triangulación de datos Plan para promocionar el programa de la MPD

La triangulación de datos, como metodología crucial para evaluar de manera rigurosa y objetiva la efectividad del plan de promoción del programa de la MPD, implica la convergencia y comparación de información proveniente de diversas fuentes, permitiendo obtener una comprensión más completa y robusta de los resultados obtenidos.

En el caso del programa de Maestría en Planeación para el Desarrollo, al iniciar la triangulación de datos del plan de promoción, se encontró que las bases de datos ya estaban actualizadas. Esto permitió proceder de manera eficiente con la triangulación, desde la elaboración de las cartas personalizadas para cada destinatario hasta la ubicación de sus correos electrónicos y el envío de estas.

En la fase inicial, se enviaron 14 de las 85 cartas previstas, debido al considerable tiempo que requiere la elaboración y el envío individualizado de cada una. Posteriormente, en dos sesiones, se procedió al envío de las 71 cartas restantes. Tras constatar la organización y la pertinencia de la información contenida en la base de datos, se inició la búsqueda de alcaldías municipales en el eje cafetero. Para ello, se abrió una nueva pestaña dentro de la misma base de datos y se aplicaron los filtros correspondientes. Sin embargo, debido al tiempo que implica la triangulación de datos, solo se lograron ubicar 5 alcaldías en el eje cafetero.

Capítulo 3. Repositorio digital para la consolidación del conocimiento sistematizado

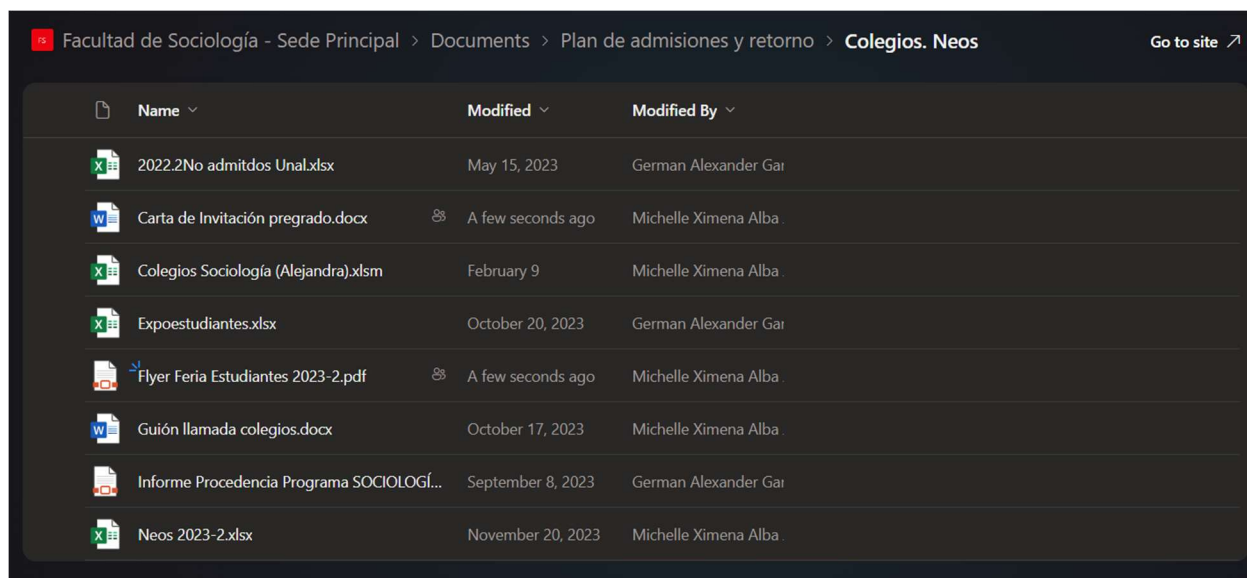
La implementación de un repositorio digital que contenga los trabajos de sistematización realizados dentro de la Facultad de Sociología resulta crucial. Esta herramienta facilita la gestión del conocimiento y la preservación del patrimonio cultural, sino que también fomentan la colaboración académica. La integración de repositorios digitales en la facultad mejora el acceso a la información, promueve la investigación y fortalece el intercambio de conocimientos entre estudiantes y profesores, lo cual es esencial para el crecimiento académico y profesional en el ámbito de la facultad, promoviendo la colaboración en proyectos de investigación conjuntos

Repositorio digital-Plan para promocionar el programa de Sociología

La consolidación de las acciones realizadas se encuentra en el Excel de la base de datos del plan del programa de sociología, en donde indica la cantidad llamadas e igualmente el envío de los correos electrónicos a las instituciones. Así mismo, la carta que se creó para la respectiva información de la facultad hacia los colegios se encuentra en la carpeta *Colegios-Neos*.

Figura 14

Ubicación de los documentos Plan admisiones y retorno-Colegios. Neos



The screenshot shows a file management interface with a dark theme. The breadcrumb navigation at the top reads: 'Facultad de Sociología - Sede Principal > Documents > Plan de admisiones y retorno > Colegios. Neos'. There is a 'Go to site' link with an external icon. Below the navigation is a table listing files with columns for Name, Modified, and Modified By.

Name	Modified	Modified By
2022.2No admitdos Una.xlsx	May 15, 2023	German Alexander Gar
Carta de Invitación pregrado.docx	A few seconds ago	Michelle Ximena Alba
Colegios Sociología (Alejandra).xslm	February 9	Michelle Ximena Alba
Expoestudiantes.xlsx	October 20, 2023	German Alexander Gar
Flyer Feria Estudiantes 2023-2.pdf	A few seconds ago	Michelle Ximena Alba
Guión llamada colegios.docx	October 17, 2023	Michelle Ximena Alba
Informe Procedencia Programa SOCIOLOGÍA...	September 8, 2023	German Alexander Gar
Neos 2023-2.xlsx	November 20, 2023	Michelle Ximena Alba

Fuente. Elaboración propia con base en el SIF (2023)

Esta carpeta contiene documentación que evidencia los procesos, documentos y contenido desarrollados durante las prácticas profesionales. El conocimiento adquirido en la práctica se

refleja en los procesos implementados para este plan de promoción, abarcando desde la creación de cartas de invitación hasta volantes publicitarios, así como la organización de eventos en los que se participó durante el período de prácticas.

Repositorio digital Plan retorno de estudiantes no graduados

En la etapa final de la organización de documentos para el repositorio digital del Plan Retorno, se evidenció que la actualización de la base de datos constituyó la tarea más demandante de todo el proceso. Esta labor, que requirió aproximadamente dos meses de trabajo continuo desde el inicio de las prácticas hasta el envío de las cartas de invitación, puso de manifiesto la complejidad inherente a la actualización de bases de datos sin experiencia previa en el manejo de herramientas como Excel. Por ello, resulta fundamental que los investigadores posean conocimientos sobre estas herramientas y su aplicación para optimizar la gestión de datos, ahorrando tiempo y esfuerzos en la búsqueda y ubicación de información.

Figura 15

Ubicación de los documentos Plan de admisiones y retorno- Retorno a la USTA



Facultad de Sociología - Sede Principal > Documents > Plan de admisiones y retorno > Retorno a la USTA			
 Name	Modified	Modified By	
 2.11.2023.¡Es hora de volver!.pdf	November 2, 2023	German Alexander Gar	
 Es hora de volver!.docx	November 2, 2023	Michelle Ximena Alba	
 Estudiantes_Graduados(Recuperado autom...	September 25, 2023	Michelle Ximena Alba	
 Estudiantes_Retirados (1).xlsx	February 9	Michelle Ximena Alba	
 Link formulario Reintegros.docx	October 24, 2023	German Alexander Gar	
 Reintegros 2024-1.xlsx	December 14, 2023	German Alexander Gar	

Fuente. Elaboración propia con base en el SIF (2023)

La etapa final de la organización de documentos para el repositorio digital del Plan Retorno evidenció que la actualización de la base de datos fue la tarea más demandante de todo el proceso. Esta labor, que requirió aproximadamente dos meses de trabajo continuo, puso de manifiesto la complejidad inherente a la actualización de bases de datos sin experiencia previa en el manejo de herramientas como Excel.

Repositorio digital Plan para promocionar el programa de la MPD

También, la triangulación de datos realizada previamente reveló que existen tres universidades en el departamento que ofrecen la maestría en planificación, cada una con enfoques y metodologías propias. Esta información es crucial para comprender el panorama educativo en el área y para posicionar de manera efectiva el programa de la MPD, destacando sus características distintivas y sus ventajas competitivas. A pesar de la existencia de otras opciones, se tomó la decisión de continuar con el mapeo de las alcaldías de la zona central del país. Esta decisión se basó en la identificación de oportunidades de colaboración y sinergia con las administraciones locales, las cuales pueden beneficiarse de los conocimientos y la experiencia del programa de la MPD.

Figura 16

Ubicación de los documentos Plan de admisiones y retorno- Mercadeo Maestría



The screenshot shows a web interface for a file repository. The breadcrumb navigation at the top reads: 'Facultad de Sociología - Sede Principal > Documents > Plan de admisiones y retorno > Mercadeo Maestría'. Below this is a table with three columns: 'Name', 'Modified', and 'Modified By'. The table lists six files, each with a document icon, a name, a modified timestamp, and the name of the user who modified it.

Name	Modified	Modified By
Invitación maestría.docx	A few seconds ago	Michelle Ximena Alba
Acta Reunion Comite de Maestría.doc	A few seconds ago	Michelle Ximena Alba
Brochure Maestría en Planeación para el ...	A few seconds ago	Michelle Ximena Alba
BASE DE DATOS ALCALDÍAS.xlsx	November 8, 2023	Michelle Ximena Alba
BASE DE DATOS LOCALIDADES (1) (1).xlsx	September 13, 2023	German Alexander Gar
Plan de mercadeo MPD.xlsx	October 12, 2023	Michelle Ximena Alba

Fuente. Elaboración propia con base en SIF (2023)

El programa de la MPD es un recurso valioso para cualquier persona interesada en trabajar en el campo del desarrollo. Los graduados del programa han pasado a trabajar en una variedad de sectores, incluido el gobierno, organizaciones no gubernamentales y el sector privado. La organización de la base de datos permitió no solo la elaboración de actas de reunión para la maestría, sino que también representó una valiosa fuente de aprendizaje. La sistematización de la información facilitó el acceso y análisis de datos relevantes para el programa, contribuyendo a la comprensión de su contexto y a la identificación de oportunidades de mejora

Conclusiones

Basándonos en los hallazgos relacionados con los objetivos de la sistematización, se llega a las siguientes conclusiones:

Principalmente, durante el periodo académico 2023-2, se pudo recolectar la información de las bases de datos que tiene la facultad en el Sistema de Información de la Facultad. Las inscripciones de los estudiantes de plan retorno, del plan de promoción de la maestría y la visita en el colegio de la localidad de Suba constituyeron la base de esta identificación de esta sistematización. Esto permitió la toma de decisiones estratégicas más informadas, la identificación de áreas de mejora y la optimización de procesos internos.

Posteriormente, se logró organizar la información recopilada a partir de la triangulación de datos y de los análisis documentales. En este capítulo, se identificaron factores muy interesantes respecto a la organización de las bases de datos. Este proceso me permitió aprender a manejar y sintetizar información mediante Excel. Por lo tanto, no solo mejora la eficiencia en la gestión de datos, sino que también fortalece la capacidad analítica y organizativa del estudiante que este realizando las actualizaciones de las bases. Además, el dominio de estas herramientas contribuye a la creación de informes más precisos y coherentes, lo que a su vez facilita la toma de decisiones informadas y estratégicas dentro de la facultad, proporcionando habilidades prácticas que enriquece el conocimiento colectivo de la facultad, promoviendo un entorno de aprendizaje continuo y de mejora constante

En tercer lugar, se logró consolidar la información obtenida en un sistema de archivo digital que incluye las actividades realizadas y la sistematización de cada una de ellas, facilitando así la ejecución y seguimiento de los planes de promoción de la facultad. Este sistema de archivo digital no solo organiza eficientemente la información, sino que también proporciona un recurso accesible y centralizado para futuras consultas y análisis, mejorando la transparencia y la continuidad de los proyectos de promoción.

A partir de esto, se evidencia que, en los planes de promoción, las estrategias de comunicación, basadas en los modelos de gestión del conocimiento desarrollados en la facultad, representan un camino hacia la perspectiva de la creación de nuevo conocimiento a partir del conocimiento tácito. Esto permite a la facultad identificar nuevas líneas estratégicas con un mayor impacto en la

comunidad estudiantil y que sean innovadoras. Por lo tanto, los docentes encargados de la planificación de estas estrategias son conscientes de que la obtención y actualización de las bases de datos presentan deficiencias y requieren de una persona que gestione y articule esta información de manera efectiva constantemente.

En el Plan para promocionar el programa de sociología en los colegios de Bogotá encontró obstáculos en su ejecución. A pesar de realizar actividades como el contacto telefónico y el envío de cartas a los colegios, las respuestas fueron escasas. Además, la planificación de visitas a los colegios se vio dificultada por la falta de disponibilidad de tiempo por parte de los responsables, lo cual, tuvo una baja incidencia en las matrículas esperadas para el 2024-1.

Por otro lado, el Plan retorno de egresados no graduados tuvo una buena recepción en la comunidad estudiantil. Se realizó un contacto de difusión de las ventajas de retomar clases a través del correo institucional del decano, lo cual fue bien recibido y se reflejó en el aumento de inscripciones de estudiantes para el periodo académico 2024-1, como se evidencia en el capítulo 2.

Por último, en el plan de promoción de la maestría se evidencia el interés que muestran las entidades públicas de la zona central del país en continuar sus estudios de posgrado en la facultad. Este interés se refleja en la cantidad de inscripciones para la maestría, lo que indica que la utilización de correos electrónicos y la adaptación a la tecnología han sido metodologías efectivas para la promoción del programa de la maestría.

En términos generales, los modelos de gestión del conocimiento que utiliza la facultad si están proyectados a la creación y generación del conocimiento dentro la misma facultad; la capacidad de reflexión critica de la realidad se encuentra presente a través de triangulación de datos comprendiendo las relaciones y dinámicas de poder que tiene la Universidad Santo Tomás. Respecto a las dificultades encontradas en el proceso, se evidencia que recolectar la información de las bases de datos y hacer la respectiva triangulación no se encontró registro de estudiantes en las bases de datos. Por lo tanto, la colaboración de la profesora encargada del área de matrículas fue un gran aporte para esta investigación.

Recomendaciones para la entidad

Para el plan de promoción en colegios de Bogotá, se recomienda ampliar la comunicación entre la Facultad de Sociología y los colegios, así como establecer visitas a las instituciones educativas en fechas que se establezcan y cumplan. El objetivo es llegar directamente a la comunidad estudiantil de bachillerato e identificar a aquellos estudiantes que lideran procesos dentro del colegio, como personeros, representantes de curso y participantes en semilleros de investigación con enfoque social o histórico. Por lo cual, permite motivar a estos estudiantes para que se integren a los procesos de investigación social, análisis crítico y desarrollo comunitario que ofrece la sociología.

Para el Plan de retorno, se recomienda mantener la práctica de contacto con los estudiantes no graduados y la actualización de sus datos, ya que esto permite a la facultad establecer un contacto ágil y efectivo. Se evidencia que varios estudiantes no completan sus estudios debido a diversas situaciones, especialmente de índole económica. Sería beneficioso brindarles un mayor asesoramiento sobre los tipos de financiamiento disponibles en la universidad para apoyar su continuidad académica.

Para el Plan de promoción de la maestría, se recomienda ampliar las bases de datos en otros departamentos del país para el Plan de promoción de la maestría, y la comunicación formal desde los correos institucionales y las cartas dirigidas a cada persona o entidad específica. Además, es importante destacar la importancia de mantener los vínculos con estos departamentos y contactos, ya que pueden contribuir al mayor reconocimiento del programa.

Finalmente, se recomienda llevar a cabo procesos de sistematización que tengan como objeto de estudio la facultad, lo que permitirá seguir enriqueciendo la organización interna. Además, se insta a seguir fomentando la participación de los estudiantes en prácticas, alentándolos a elegir la facultad y a continuar contribuyendo a los procesos de promoción. Esto puede incluir actividades de integración dentro de la facultad, así como el uso de plataformas visuales y redes sociales para una mayor difusión de las iniciativas dentro la facultad.

Bibliografía

- Arévalo, L. V. G. (2020). *Aproximación a los lineamientos para la implementación de la gestión del conocimiento en las entidades del sector público en Colombia*. SIGNOS-Investigación en Sistemas de Gestión, 12(1), 181-197.
- Avendaño Pérez, V., & Flores Urbáez, M. (2016). *Modelos teóricos de gestión del conocimiento: descriptores, conceptualizaciones y enfoques*. Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento, 4(10), 201-227.
- Bernaldo, M. & Rodriguez, M. (2004). *La sistematización como forma de producción de conocimiento científico, desde una perspectiva no positivista*. Revista Confluencia. ISSN 1667-6394
- Bourdieu, P. (1984) *The distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press, 1(9), 11-63.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (2000). *Las formas del capital: Capital económico, capital cultural y capital social*. Poder derecho y clases sociales. ISBN 84-330-1495-1, págs. 131-164
- Canals, A. (2003). *La gestión del conocimiento*. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de: <https://www.uoc.edu/dt/20251/>
- Castells, M. (2002). *La dimensión cultural de Internet*. Instituto de cultura: Debates culturales. https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502_imp.html
- Castro, A. A., & Castillo, V. A. (2019). *Prácticas de gestión del conocimiento en organizaciones del tercer sector (ongs): Caso de estudio*. Tendencias, 20(2), Article 2. <https://doi.org/10.22267/rtend.192002.122>
- Cifuentes, R., Pantoja-Kauffmann, G. (2019). *Sistematización de experiencias para construir saberes y conocimientos desde las prácticas: Sustentos, orientaciones, desafíos*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas. <https://doi.org/10.25100/prts.v0i28.8079>

- Escalona, L., & Machado, I. (2020). *Gestión del Conocimiento Científico, un acercamiento para su organización práctica en la Escuela Latinoamericana de Medicina*. Revista Panorama. Cuba y Salud, 15(1): 11-17.
- Espitia, J. (2022). *Universidad Santo Tomás recibe la renovación de la Acreditación Institucional de Alta Calidad Multicampus por 8 años*. Departamento de Comunicaciones. <https://tomasnoticias.usta.edu.co/universidad-santo-tom%C3%A1s-recibe-la-renovaci%C3%B3n-de-la-acreditaci%C3%B3n-institucional-de-alta-calidad-multicampus-por-8-a%C3%B1os>
- Espósito, D & González, J. (2017). *Sistematización de experiencias como método de investigación*. Gaceta Médica Espirituana, 19(2), 10-16. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S160889212017000200003&lng=es&tlng=es.
- Flores, J., & Ochoa, S. (2016). *Los modelos de gestión del conocimiento y su relación con la cultura organizacional: Una revisión teórica*. Ciencia Administrativa, 179.
- Foucault, M. (1977). *Vigilar y castigar: El nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (1980). *Poder/saber*. Madrid: Ediciones Taurus.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press, 5(3), 288-289. [https://doi.org/10.1016/0260-9827\(86\)90040-6](https://doi.org/10.1016/0260-9827(86)90040-6)
- Jara, O. (2016). *La sistematización de experiencias: práctica y teoría para otros mundos posibles*. Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano. ISBN: 978-958-8045-48-1
- Jara, O. H. (2009). *La sistematización de experiencias como metodología de investigación cualitativa*. Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 23(1), 189-216
- Jones, C. (2019). *La cultura de la innovación: Un factor clave para el éxito de las organizaciones en la era digital*. Recuperado de: <http://socialesyvirtuales.web.unq.edu.ar/>

- Knorr Cetina, K., Kreimer, P., Stratta, M. I. (2005). *La Fabricación del Conocimiento: Un ensayo sobre el carácter constructivista y contextual de la ciencia*. Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Kuhnen, A., & Graaff, K. (2008). *The role of proportion in data-driven decision-making*. European Journal of Operational Research, 185(2), 599-612.
- Latour, B. (1987). *Science in action: How scientists and engineers do things*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Ministerio de Educación Nacional (2022). *Resolución n.º 014525*. Ajustes de valores de matrícula y demás derechos pecuniarios para 2024.
- Morales, G., Parrado, G., Narvaez Jaimes, G., Baena, V., & Urra Canales, M. (2019). *Aportes de la Universidad Santo Tomás a la institucionalización de la Sociología en Colombia en los años 60 y 70*. Campos en Ciencias Sociales, 7. <https://doi.org/10.15332/25006681.4549>
- Nonaka, I. (2007). *La empresa creadora de conocimiento*. Harvard Business Review, América Latina.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford university press.
- Rojas Mesa, Y. (2006). *De la gestión de información a la gestión del conocimiento*. ACIMED, 14(1), 0-0. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1024-94352006000100002&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Sociología (2024). *Pregrado de Sociología*. Universidad Santo Tomás. Recuperado de: <https://usantotomas.edu.co/sociologia-2024>
- Tomás Noticias. (2023). *La División de Ciencias Sociales presenta: Semana de la Transformación*. Departamento de Comunicaciones. <https://tomasnoticias.usta.edu.co/la-divisi%C3%B3n-de-ciencias-sociales-presenta-semana-por-la-transformaci%C3%B3n>

Tomás Noticias (2023). *Programa de Sociología recibe Acreditación de Alta Calidad por 6 años*. Departamento de Comunicaciones. <https://tomasnoticias.usta.edu.co/programa-de-sociolog%C3%ADa-recibe-acreditaci%C3%B3n-de-alta-calidad-por-6-a%C3%B1os>

Urra Canales, M., Garzón Ferro, A. M., García Jurado, M. A., Castiblanco Durán, C., Gamba Trimiño, A., & Lizarazo Zuloaga, S. (2019). *La revista Cuadernos de Sociología de la Universidad Santo Tomás (Bogotá, Colombia, 1977-2011)*. *Revista Colombiana de Sociología*, 42(2), 163-188. <https://doi.org/10.15446/rcs.v42n2.77191>