

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN



**“IMPLEMENTACIÓN DE MEJORA BASADA EN LA ISO
9001:2015 PARA EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN DEL
CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN – UNALM”**

PRESENTADO POR

JOHANNA PAOLA SANDOVAL QUISPE

**TRABAJO ACADÉMICO PARA OPTAR EL TÍTULO DE
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Lima – Perú

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

LA MOLINA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN

“IMPLEMENTACIÓN DE MEJORA BASADA EN LA ISO 9001:2015

**PARA EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN DEL
CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN – UNALM”**

PRESENTADO POR

JOHANNA PAOLA SANDOVAL QUISPE

TRABAJO ACADÉMICO PARA OPTAR EL TÍTULO DE
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

SUSTENTADA Y APROBADA ANTE EL SIGUIENTE JURADO

.....
Mg. Sc. Luis Enrique Espinoza Villanueva
Presidente

.....
M.Sc. María Inés Núñez Gorriti
Asesora

.....
MBA. Josué Giraldo Centeno Cárdenas
Miembro

.....
Mg. Adm. Javier Rubén Antonio Vargas
Miembro

Lima – Perú
2019

DEDICATORIA

*Para ustedes, mami Olga y Papi Alberto, guía y amor en mi vida.
Para ti mamá, gracias por cuidarme y querer lo mejor para mí, siempre.
Para ti hermanita, por tu gran fortaleza, tienes mi admiración eterna.
Para ti madrina, pilar fundamental en mi formación profesional.
Y para ti Carlos, por tu amor y comprensión, mi compañero de vida.
Lo mejor de mi corazón, es para ustedes. Los amo.*

Johanna.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por la vida misma, por estas intensas ganas de seguir aprendiendo, logrando, construyendo. Por darme salud, y darle salud a las personas que amo.

A mi alma máter, por su formación académica y a los docentes de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial, por todo lo aprendido en mi etapa de pregrado.

A mi asesora de tesis, M. Sc. María Inés Núñez Gorriti, por su asesoría y motivación en realizar este trabajo. Gracias por hacerme formar parte del equipo del CAP, cuando la aventura de mejorar el proceso de inscripción estaba iniciando. Y como profesora, por su cariño, paciencia y lecciones de vida enseñadas.

A los jurados del Trabajo Académico Mg. Sc. Luis Espinoza Villanueva, Mg. Adm. Josué Centeno Cárdenas y Mg. Adm. Javier Antonio Vargas, gracias por sus recomendaciones e interés en la evaluación de esta investigación.

Al equipo del CAP, personas valiosas y comprometidas; vivimos en carne propia la implementación de estas mejoras, analizamos y propusimos ideas plasmadas en este documento. Gracias por su energía, por “ponerse la camiseta” y contribuir con la mejora de nuestra casa de estudios. Sandrita, Julito, Shantall, Carlos, Lili, Leyla, Martín, Edith, Julita, todas aquellas personas que participaron, gracias por su compañía, fueron buenos meses trabajando con ustedes. Esta investigación es también reflejo de su dedicación.

Y finalmente, pero no menos importante, gracias a mis amigos y colegas, a mi jefe, y todos los que hicieron posible lograr este nuevo objetivo personal. También a ti amor, por tu compañía, tu apoyo incondicional y por renovarme de energías, siempre.

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.3.	OBJETIVOS	3
1.3.1.	Objetivo principal	3
1.3.2.	Objetivos específicos	3
1.4.	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.5.	JUSTIFICACIÓN	4
II.	REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1.1.	Crecimiento del sistema universitario.....	6
2.1.2.	Relación postulantes - ingresantes.....	7
2.1.3.	Edad promedio de ingreso a la universidad	10
2.1.4.	Concursos de admisión en la UNALM.....	12
2.2.	MARCO TEÓRICO	20
2.2.1.	Definición de calidad	20
2.2.2.	Aseguramiento, control y mejora de la calidad	21
2.2.3.	Sistema de gestión de calidad (SGC).....	22
2.2.4.	Enfoque basado en procesos	22
2.2.5.	Rediseño de procesos.....	23
2.2.6.	La satisfacción del cliente	25
2.2.7.	Mejora	26
2.2.8.	Ciclo planificar-hacer-verificar-actuar.....	26
2.3.	MARCO HISTÓRICO	27
2.3.1.	La universidad peruana y su evolución.....	27
2.3.2.	Historia de la UNALM	33
2.4.	TERMINOLOGÍA	37
III.	MATERIALES Y MÉTODOS	40
3.1.	LUGAR DE EJECUCIÓN	40
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	40
3.3.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	40
3.4.	HIPÓTESIS	41

3.4.1.	Hipótesis general	41
3.4.2.	Hipótesis secundarias.....	41
3.5.	FASES DEL TRABAJO ACADÉMICO	42
3.5.1.	Fase 1: Análisis del proceso	42
3.5.2.	Fase 2: Mejora del proceso.....	45
3.6.	MUESTREO	47
3.6.1.	Población.....	47
3.6.2.	Muestra.....	47
3.7.	MATERIALES Y EQUIPOS	47
3.7.1.	Normas, disposiciones legales y materiales técnicos.....	47
3.7.2.	Equipos.....	47
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	49
4.1.	DESCRIPCIÓN DEL CAP.....	53
4.1.1.	General	53
4.1.2.	Infraestructura y ambiente de trabajo	54
4.1.3.	Personal.....	54
4.2.	DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS PRINCIPALES DEL CAP.....	55
4.3.	RESULTADOS DE LA IMPLMENTACIÓN DE LA MEJORA DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN	63
4.3.1.	Resultados de la evaluación del contexto organizacional	63
4.3.2.	Resultados de la identificación de los puntos críticos y análisis de la situación inicial del CAP.....	118
4.3.3.	Selección de problemas.....	142
4.3.4.	Identificación de oportunidades de mejora	151
4.4.	RESULTADOS DE LA MEJORA DEL CAP AL CREAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE MEJORA	156
4.4.1.	Implementación de las oportunidades de mejora	156
4.4.2.	Indicadores de los resultados del plan de mejora	187
4.4.3.	Costo de la mejora del proceso.....	210
V.	CONCLUSIONES.....	212
VI.	RECOMENDACIONES.....	213
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	214
VIII.	ANEXOS	218

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Número de universidades según tipo de gestión	7
Cuadro 2: Estructura actual del Examen de Admisión - UNALM.....	14
Cuadro 3: Carreras profesionales de Pregrado de la UNALM.....	34
Cuadro 4. Resumen de Resultados y Discusión	50
Cuadro 5: Competidores de la UNALM	66
Cuadro 6: Codificación de las Modalidades de Ingreso	86
Cuadro 7: Análisis DAFO del CAP	116
Cuadro 8: Matriz de decisiones sobre los Puntos Críticos de Control (PCC).....	119
Cuadro 9: Problemas identificados en los diagramas de flujo del Proceso de Inscripción	125
Cuadro 10: Porcentaje de cumplimiento del Proceso de Inscripción en base a los requisitos de la Norma ISO 9001:2015.....	131
Cuadro 11: Grado de cumplimiento por capítulo de la norma ISO 9001:2015.....	133
Cuadro 12: Enunciado de los problemas del Proceso de Inscripción utilizando la herramienta Lluvia de Ideas	142
Cuadro 13: Valoración de los criterios a evaluar.....	144
Cuadro 14: Factor de ponderación y niveles para cada criterio de evaluación	144
Cuadro 15: Matriz de selección de problemas	147
Cuadro 16: Descripción de las oportunidades de mejora identificadas para el Proceso de Inscripción del CAP	152
Cuadro 17: Oportunidades de mejora para Equipo 1 - Sistemas e Informática	159
Cuadro 18: Oportunidades de mejora para Equipo 2 – Administración	172
Cuadro 19: Oportunidades de mejora para Equipo 3 - Mejora de procesos	177
Cuadro 20: Resumen del Manual de Procedimientos.....	180
Cuadro 21: Oportunidades de mejora para Equipo 4 - Publicidad del Concurso de Admisión	183
Cuadro 22: Porcentaje de cumplimiento de la Lista de Verificación, después de la implementación.....	189
Cuadro 23: Costo total para la implementación de oportunidades de mejora basadas en la ISO 9001: 2015 para el Proceso de Inscripción del CAP.....	211

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Número de universidades, por año censal, según tipo de universidad.....	7
Figura 2: Perú. Postulantes por tipo de universidad según sexo, 2010.....	9
Figura 3: Perú. Ingresantes por tipo de universidad según sexo, 2010.....	9
Figura 4: Número de alumnos matriculados de pregrado en universidades públicas 2010-2013.....	10
Figura 5: Edad promedio al ingresar a la universidad del alumno de Pre Grado, por sexo, según tipo de universidad	11
Figura 6: Número de postulantes por semestre 2007-2016.....	15
Figura 7: Postulantes por modalidad de ingreso – Semestre I (2007-2016)	16
Figura 8: Postulantes por modalidad de ingreso - Semestre II (2007-2016).....	16
Figura 9: Preferencia de carreras (primera opción), 2007-2016.....	17
Figura 10: Presión de selección por Concurso Ordinario 2007-I a 2016-I	19
Figura 11: Promedio de Presión de Selección por carrera. Semestre I y II (2007-2016)	20
Figura 12: Representación esquemática de los elementos de un proceso.....	24
Figura 13: Representación de la estructura de la ISO 9001 con el ciclo PHVA	27
Figura 14: Evolución legislativa peruana vinculada al quehacer universitario	30
Figura 15: Número de universidades según año, siglo XXI.....	32
Figura 16: Historia de la UNALM.....	36
Figura 17: Fases del Trabajo Académico	43
Figura 18: Organigrama del CAP UNALM	55
Figura 19: Tipo de inscripción virtual según modalidad de ingreso.....	58
Figura 20: Pago por Derecho de Admisión (expresado en soles).....	59
Figura 21: Diagrama de Flujo del Proceso de Inscripción de Postulante	61
Figura 22: Cinco fuerzas competitivas de Porter de la UNALM	64
Figura 23: Cadena de Valor del CAP	71
Figura 24: Cadena de valor del proceso de inscripción del CAP	74
Figura 25: Calendario de Admisión 2016 – I.....	76
Figura 26: Esquema de la Elaboración del Calendario de Admisión	77
Figura 27: Cinta del N° de Prospecto de Admisión 2016-I.....	78
Figura 28: Carné de Postulante (vista frontal) del Concurso de Admisión 2016 – I.....	80
Figura 29: Carné de Postulante (vista dorsal) del Concurso de Admisión 2016 – I.....	80

Figura 30: Esquema de la Elaboración del Prospecto de Admisión	82
Figura 31: Esquema de la Determinación de Vacantes.....	84
Figura 32: Esquema de Activación del Sistema de Inscripción del Postulante (SIP).....	87
Figura 33: Esquema de la Inscripción Virtual de Postulantes	89
Figura 34: Datos del acceso según tipo de inscripción virtual	91
Figura 35: Esquema de recepción y revisión de documentos	95
Figura 36: Esquema de Verificación de la Identidad del Postulante	100
Figura 37: Esquema de Emisión del Listado de Postulantes.....	103
Figura 38: Esquema de Distribución de Aulas para el Examen de Admisión	106
Figura 39: Esquema de la Publicidad del Concurso de Admisión.....	108
Figura 40: Esquema de Venta del Prospecto de Admisión	110
Figura 41: Esquema de Atención Personalizada al Postulante.....	112
Figura 42: Esquema de Seguimiento de Postulantes Inscritos	114
Figura 43: Diagrama de flujo de la Elaboración del Calendario de Admisión	121
Figura 44: Diagrama de Flujo de la Inscripción de Postulantes de Otras Modalidades	123
Figura 45: Diagrama de Flujo de Inscripción de Postulantes Concurso Ordinario	124
Figura 46: Porcentaje de cumplimiento de la Norma ISO 9001:2015.....	132
Figura 47: Cumplimiento de la Norma ISO 9001: 2015, por capítulos.....	133
Figura 48: Diagrama Causa-Efecto para el Proceso de Inscripción del CAP	149
Figura 49: Estructura de los equipos de trabajo	158
Figura 50: Tarjeta de Prospecto de Admisión 2016-II.....	160
Figura 51: Prospecto de Admisión virtual 2016 - II	161
Figura 52: Pantalla de inicio del SIP para las operaciones del CAP	163
Figura 53: Confirmación de pre inscripción en el SIP.....	165
Figura 54: Carta de compromiso (antes carné de declaración jurada).....	166
Figura 55: Confirmación de inscripción en el SIP.....	167
Figura 56: Procedimiento de validación de datos personales de postulantes.....	169
Figura 57: Funcionalidad del Servicio de Verificación Biométrica	170
Figura 58: Notificación del Tawk vía correo electrónico	171
Figura 59: Registro de documentos del postulante en el nuevo módulo	173
Figura 60: Calendario de Admisión 2016 – II.....	174
Figura 61: Modelo de Certificado de Estudios de Educación Secundaria Original (dorso)	175
Figura 62: Resumen gráfico del Manual de Calidad del Proceso de Inscripción del CAP	178

Figura 63: Resumen gráfico del Manual de Procedimientos	181
Figura 64: Nueva página web del CAP.....	184
Figura 65: Contenido de la nueva página web del CAP	185
Figura 66: Publicidad ATL - Minipolar de 8.00 x 4.00 mts.....	187
Figura 67: Grado de cumplimiento inicial y final de la Lista de Verificación.....	188
Figura 68: Grado de cumplimiento por Capítulo de la Norma, después de la implementación.....	190
Figura 69: Porcentaje de ingresantes que han comprado alguna vez prospecto físico	191
Figura 70. Porcentaje de ingresantes que les gustaba el prospecto físico	192
Figura 71: Porcentaje de ingresantes que prefieren el prospecto físico de admisión	193
Figura 72: Porcentaje de padres de familia que prefieren el prospecto físico de admisión	194
Figura 73: Porcentaje de información leída del prospecto virtual, por el postulante	195
Figura 74: Porcentaje de encuestados que entendieron la información del prospecto virtual	196
Figura 75: Porcentaje de respuestas a la pregunta 7	197
Figura 76: Porcentaje de respuestas a la pregunta 8	198
Figura 77: Porcentaje de los ingresantes encuestados que tuvieron claros los pasos de la tarjeta de prospecto	199
Figura 78: Persona que adquirió el prospecto de admisión virtual.....	200
Figura 79: Lugar de preferencia para adquirir el prospecto de admisión virtual	201
Figura 80: Opciones de complemento del prospecto de admisión virtual	202
Figura 81: Representación gráfica de las respuestas de la Pregunta 1	203
Figura 82: Representación gráfica de las respuesta de la Pregunta 9	204
Figura 83: Representación gráfica de las respuestas de la Pregunta 10.....	205
Figura 84: Representación gráfica de las respuesta de la Pregunta 11	207
Figura 85: Representación gráfica de las respuestas de la Pregunta 12.....	208
Figura 86: Representación de las respuestas de la Pregunta 15	209
Figura 87: N° de postulantes anual 2014-2017	210
Figura 88: Ficha de Inscripción de Postulante	233
Figura 89: Ficha RENIEC de datos personales del postulante.....	246
Figura 90: Cronograma de actividades de los Equipos de Trabajo	273
Figura 91: Invitación para taller de carreras profesionales	404

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: TABLA DE CONCORDANCIA	219
ANEXO 2: DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES.....	220
ANEXO 3: ENCUESTA AL EQUIPO DEL CAP	224
ANEXO 4: ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL CAP.....	228
ANEXO 5: INDICACIONES DE ATENCIÓN PARA POSTULANTES QUE ALCANCEN UNA VACANTE.....	229
ANEXO 6: FICHA DE INSCRIPCIÓN DEL POSTULANTE	233
ANEXO 7: REQUISITOS Y DOCUMENTOS PARA POSTULAR	234
ANEXO 8: FICHA DE DATOS PERSONALES RENIEC DEL POSTULANTE	246
ANEXO 9: ANÁLISIS ESTRATÉGICO: ÁMBITO EXTERNO E INTERNO	247
ANEXO 10: ANÁLISIS PESTEL.....	251
ANEXO 11: ÁRBOL DE DECISIONES PARA IDENTIFICAR PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	255
ANEXO 12: LISTA DE VERIFICACIÓN EN BASE A LA NORMA ISO 9001:2015 EN LA FASE I. ANÁLISIS DEL PROCESO	256
ANEXO 13: CUADRO BASE PARA LA CALIFICACIÓN DE LA LISTA DE VERIFICACIÓN	269
ANEXO 14: LLUVIA DE IDEAS DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN REALIZADO CON EL EQUIPO DEL CAP.....	270
ANEXO 15: MATRIZ PROBLEMAS – OPORTUNIDADES DE MEJORA.....	272
ANEXO 16: CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA.....	273
ANEXO 17: MANUAL DE CALIDAD DEL CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN DE LA UNALM.....	274
ANEXO 18: MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN DEL CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN UNALM	314
ANEXO 19: RESULTADOS DEL FOCUS GROUP REALIZADO POR AGOS COMUNICACIONES S.R.L.....	373
ANEXO 20: USO DEL MATERIAL FOTOGRÁFICO PARA EL PROCESO DE PROMOCIÓN DE CARRERAS	403

ANEXO 21: LISTA DE VERIFICACIÓN EN BASE A LA NORMA ISO 9001:2015 EN LA FASE II. MEJORA DEL PROCESO	405
ANEXO 22: CUESTIONARIO DEL CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN DE LA UNALM	418
ANEXO 23: ANALISIS DE LA ENCUESTA A INGRESANTES 2016-II.....	420
ANEXO 24: ENCUESTA A POSTULANTES 2017 - II.....	435
ANEXO 25: ANÁLISIS DE LA ENCUESTA A POSTULANTES 2017-II	439

RESUMEN

El presente trabajo académico fue desarrollado en el Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina, durante el periodo 2016-2017. El objetivo principal fue implementar un plan de mejora basado en la Norma ISO 9001:2015 para el proceso de inscripción de los postulantes para el examen de admisión. Se analizó las condiciones iniciales del proceso, se identificó los puntos críticos, se evaluó el contexto organizacional y finalmente se determinó con esa información, las oportunidades de mejora que se implementaron. El alcance de la implementación abarcó el proceso de inscripción del concurso de admisión 2016 – II, teniendo como histórico la información de los concursos de admisión 2014-I al 2016-I. La metodología del trabajo académico consistió en reuniones con todo el personal involucrado en el proceso de inscripción. Se revisaron documentos y se observó el entorno, se evaluaron los procedimientos en base a herramientas de calidad y de gestión; se aplicó también la lista de verificación basada en la ISO 9001:2015, una de las principales herramientas que permitió el análisis actual del proceso y el impacto de las mejoras implementadas. Los principales resultados fueron los siguientes: la implementación de la mejora logró asegurar que el postulante cumpla con los requisitos de la modalidad a la que postula y realice el pago correspondiente, y que el postulante inscrito sea quien rinda el examen de admisión. Finalmente, el proceso de inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina, luego de la implementación de las oportunidades de mejora, debe continuar un proceso de mejora continua que lo lleve a desarrollarse en base a los requerimientos de la Norma ISO 9001:2015.

Palabras clave: Calidad, Norma ISO 9001:2015, proceso, mejora, manual.

ABSTRACT

The present academic work was developed in the Admission and Promotion Center of the National Agrarian University La Molina, during the period 2016-2017. The main objective was to implement an improvement plan based on the ISO 9001: 2015 for the registration process of the applicants for the admission exam. The initial conditions of the process were analyzed, the critical points were identified, the organizational context was evaluated and finally, with that information, the improvement opportunities that were implemented were determined. The scope of the implementation covered the registration process of the 2016 - II admission contest, taking the background information of the admission contests 2014-I to 2016-I. The methodology of the academic work consisted in meetings with all the personnel involved in the registration process. Documents were reviewed and the environment was observed, procedures were evaluated based on quality and management tools; the checklist based on ISO 9001: 2015 was also applied, one of the main tools that allowed the current analysis of the process and the impact of the improvements implemented. The main results were the following: the implementation of the improvement ensured that the applicant complies with the requirements of the modality to which he applies and makes the corresponding payment, and that the registered applicant is the one who takes the admission exam. Finally, the registration process of the Admission and Promotion Center of the National Agrarian University La Molina, after the implementation of improvement opportunities, must continue a process of continuous improvement that leads to development based on the requirements of the ISO 9001: 2015 regulation.

Key words: Quality, ISO 9001: 2015 regulation, process, improvement, manual.

I. INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios, la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM) ha desarrollado el Concurso de Admisión, mediante el cual los postulantes logran ocupar por estricto orden de mérito, una de las vacantes en las diferentes modalidades de ingreso fijadas previamente por el Consejo Universitario. Éste, a solicitud del Vicerrectorado Académico, determina y aprueba el número de vacantes asignadas, previa evaluación de los recursos, infraestructura, servicios y de acuerdo al Plan de Desarrollo de la Universidad.

La UNALM, en la actualidad, cuenta con trece modalidades de ingreso, entre el Concurso Ordinario, traslado externo de otras universidades, exoneración del Concurso de Admisión a graduados o titulados, dos primeros puestos del nivel secundario, centro de estudios preuniversitario, quino año de secundaria, participantes libres y otras modalidades establecidas en convenios y definidas por ley, las cuales tienen como finalidad considerar los conocimientos y habilidades del postulante.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Centro de Admisión y Promoción (CAP) de la UNALM y la Comisión Permanente de Admisión, son los encargados de llevar a cabo el Concurso de Admisión, el cual se realiza dos veces al año, en las fechas establecidas según Calendario de Admisión. El principal proceso involucrado en el concurso es la inscripción de los postulantes, este permite que el aspirante inicie el recorrido para finalmente alcanzar una vacante, habiendo pasado por los filtros necesarios para asegurar que cumpla con las disposiciones finales establecidas.

El Proceso de Inscripción de la UNALM no está basado en un enfoque que permita estandarizar las actividades necesarias para cumplir con los objetivos principales del mismo, ni llegar a cumplir los requerimientos de las partes involucradas; tampoco cuenta con un

sistema que realice el seguimiento, medición y el análisis respectivo, ni determinación de factores que pueda causar daños al proceso. Por lo tanto, no se cuenta con un sistema que lleve al proceso a una mejora continua y un control de la calidad.

Además, las principales herramientas utilizadas en el Proceso de Inscripción son el Prospecto de Admisión y el Sistema de Inscripción del Postulante, las cuales presentan inconvenientes en su uso, puesto que no contribuyen a un fluido desarrollo del proceso, ocasionando fallas y retrasos en este, al no ser de uso sencillo para el usuario, implica un factor más para el no cumplimiento de la satisfacción del cliente y las demás partes involucradas.

1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Bien conocido es el tema de calidad hoy en día, la importancia de ésta en las instituciones toma cada vez más fuerza, tanto así que contar con un sistema de gestión de calidad, se ha convertido ya en una decisión estratégica, la cual proporciona que los productos y servicios ofrecidos satisfagan los requisitos del cliente, por tanto, el sector de la educación no escapa de la actual ola de cambios.

Los clientes en el Proceso de Inscripción son todas aquellas personas interesadas en realizar sus estudios de pre grado o segunda especialización en la UNALM, a ellos se les debe un servicio de calidad que cumpla con sus expectativas y sobre todo que pueda llevarlos a tener una buena experiencia desde su primer contacto, el cual es el Concurso de Admisión. Es importante entonces asegurar la calidad del proceso desde su inicio al fin, para poder cumplir con los requerimientos del cliente.

Dicho lo anterior, ¿cómo el Centro de Admisión y Promoción de la UNALM puede garantizar la satisfacción de las partes involucradas en el proceso y además utilizar nuevas herramientas informáticas y tecnológicas que ayuden a la sistematización del mismo?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo principal

Implementar un plan de mejora basado en la ISO 9001:2015 para el Proceso de Inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM.

1.3.2. Objetivos específicos

- Describir el contexto organizacional del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM para la comprensión de los factores externos e internos que determinan el Proceso de Inscripción.
- Identificar los puntos críticos del Proceso de Inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM de acuerdo a la ISO 9001:2015.
- Analizar la situación inicial del proceso de inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM, con respecto a la ISO 9001:2015.
- Determinar y seleccionar las oportunidades de mejora a implantar en el Proceso de Inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM.

1.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El alcance del presente trabajo académico abarca sólo el Proceso de Inscripción de postulantes del CAP para las modalidades de Concurso Ordinario y Otras Modalidades de Ingreso, excepto alumnos del Centro de Estudios Preuniversitario de la UNALM; es decir, no aplica para otros procesos realizados por el CAP, tales como Promoción de Carreras Profesionales, Compras y Logística, Elaboración del Examen de Admisión, Publicación Final de resultados y Atención a los Ingresantes.

1.5. JUSTIFICACIÓN

- **Por conveniencia:** esta investigación servirá para mejorar el proceso de inscripción de postulantes, el cual es importante para lograr uno de los objetivos principales del CAP: incrementar la cantidad de postulantes en cada Concurso de Admisión.
- **Por relevancia social:** esta investigación ayudará ya que, al incrementar la cantidad de postulantes, se logra también aumentar la presión de selección en la UNALM, sobretodo en las carreras profesionales menos demandadas en el mercado, como por ejemplo Meteorología.
- **Por implicancias prácticas:** esta investigación beneficiará a las principales partes interesadas del proceso de inscripción, postulantes y la oficina del CAP, pues mejorará los procedimientos realizados hasta el momento, que implican pérdida de información, tiempo y esfuerzo adicional.
- **Por valor teórico:** con la implementación de mejora se logrará asegurar el proceso de inscripción, cumplir con la satisfacción de las partes interesadas y realizar las actividades bajo los requerimientos de la ISO 9001:2015, lo que posteriormente facilitará el establecimiento de un sistema de gestión de calidad en la oficina del CAP.

1.6. IMPORTANCIA

La Implementación de Mejora basada en la ISO 9001:2015, permitirá que el CAP realice un Proceso de Inscripción de postulantes más competitivo respecto a la situación inicial evaluada, además de ofrecer mayores facilidades al postulante; y también una impresión positiva de la universidad que han elegido como casa de estudios.

1.7. LIMITACIONES

Para garantizar la satisfacción de las partes involucradas en el proceso, se busca utilizar como nuevas herramientas el aspecto informático y tecnológico; sin embargo, no se cuenta con un actual sistema que realice el seguimiento, la medición y el análisis; así como tampoco las acciones necesarias para alcanzar resultados planificados y la mejora continua del mismo, de tal forma, que resulta difícil controlar la calidad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

En el presente capítulo se presenta los antecedentes de la investigación, acercándonos al contexto actual del objeto de estudio, la base teórica que permite sustentar los métodos utilizados y resultados obtenidos, y por último, definir textualmente términos usados frecuentemente a lo largo de la investigación.

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Crecimiento del sistema universitario

Se han realizado dos censos universitarios en el Perú, el primero en 1996 y el segundo en el año 2010, donde se aprecia un aumento notable en las instituciones universitarias a nivel nacional. En la Figura 1 se muestra el número de universidades, por año censal, según tipo de universidad: en el Censo Universitario 1996 se censaron en el país 57 universidades, casi en igual proporción universidades públicas y privadas (28 públicas y 29 privadas). En el 2010 se han censado 100 universidades, con un considerable crecimiento de las universidades privadas, éstas ascienden a un total de 65, aumentando en 1,8 veces su número respecto a 1996 (INEI, 2010).

Sin embargo, las estadísticas recogidas por la Asociación Nacional de Rectores – ANR (actualmente, Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria – SUNEDU) y publicadas por Macroconsult (2013), indican que la creación de universidades creció de una manera exponencial desde el año 2000 al 2013, teniendo para entonces un total de 140 universidades, 51 públicas y 89 privadas. Durante ese periodo la cantidad de universidades públicas creció a un ritmo de 59 %, mientras que las privadas lo hicieron a 123 % (GESTIÓN, 2014).

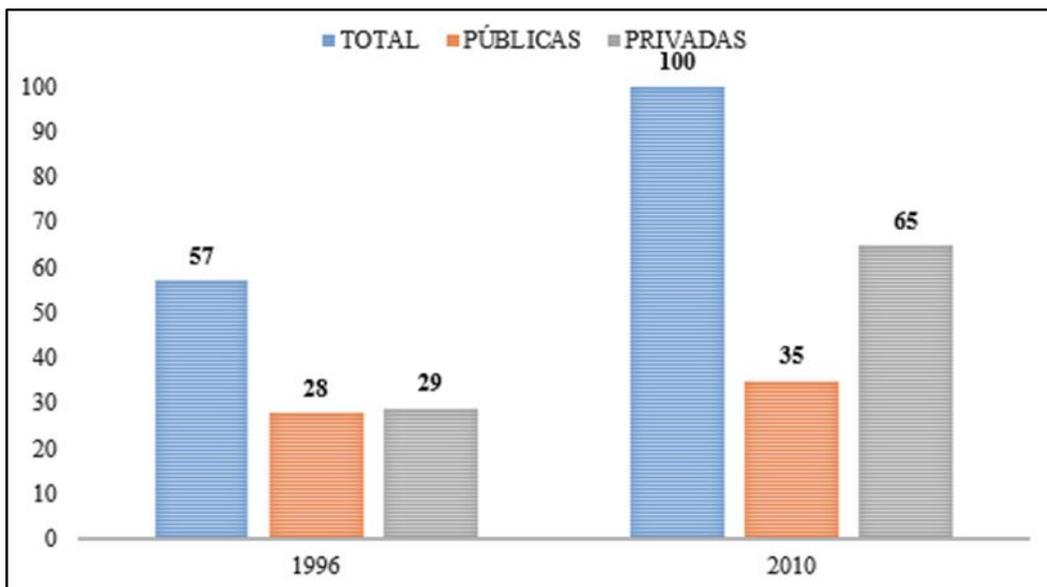


Figura 1: Número de universidades, por año censal, según tipo de universidad

FUENTE: INEI – II Censo Nacional Universitario (2010)

Por último, con el establecimiento de la SUNEDU, se ha determinado que en el país existen 142 universidades (91 privadas y 51 públicas), de las cuales solo 76 cuentan con autorización definitiva¹. En el Cuadro 1, se muestra el número de universidades según tipo de gestión y su estado de autorización de funcionamiento.

Cuadro 1: Número de universidades según tipo de gestión

UNIVERSIDADES	PRIVADAS	PÚBLICAS	TOTAL
Autorizadas	45	31	76
Provisionales	43	10	53
Sin autorización	3	10	13
Total	91	51	142

FUENTE: SUNEDU (2015)

2.1.2. Relación postulantes - ingresantes

En la década pasada, el número de alumnos matriculados en el sistema universitario había experimentado un crecimiento bastante moderado, de alrededor de 2,6 % en promedio anual.

¹ SUNEDU (2015). El Modelo de Licenciamiento y su Implementación en el Sistema Universitario Peruano.

Sin embargo, las tendencias subyacentes han sido diferentes en el grupo de universidades públicas en comparación con el de universidades privadas. De manera contraria a lo que podría suponerse, el fuerte crecimiento en el número de alumnos matriculados en las universidades privadas no se debe a un igualmente importante aumento en el número de postulantes durante el mismo periodo, sino que más bien se debe a un aumento en el ratio de aceptación de postulantes, es decir, en el número de ingresados (WIESE, 2003).

En el año 2005 postularon 584 mil jóvenes a las universidades e institutos superiores de formación artística, pedagógica y tecnológica del país, de los cuales ingresaron 370 mil. Ese mismo año, las universidades tuvieron una matrícula de 559 mil estudiantes mientras que en los institutos superiores la matrícula fue de 385 mil estudiantes. El país contaba con 93 universidades, 36 públicas y 57 privadas; 1062 institutos superiores (39 escuelas de formación artística, 349 institutos pedagógicos y 674 institutos tecnológicos) (Díaz, 2008). Para el año 2010, la Dirección Estadística de la ANR publica que el número de postulantes por tipo de universidad asciende a más de 309 mil jóvenes en universidades públicas y poco más de 239 mil a universidades privadas (ver Figura 2). En cuanto al número de ingresantes en el mismo año, se muestra una diferencia de 131 mil entre universidades privadas y públicas, teniendo la primera mayor número de ingresantes, tal como se muestra en la Figura 3 (ANR, 2010).

Población universitaria

La población universitaria está constituida por cuatro estamentos: alumnos de pregrado y posgrado, docentes y personal administrativo y de servicios. Para el año 2010, los estudiantes de pregrado representan el mayor volumen poblacional, constituyendo un 83.5 % de la población universitaria. La Universidad Nacional Mayor de San Marcos, es la universidad pública de mayor población de pregrado, al año 2013 registró 30,979² alumnos de pregrado (INEI, 2010).

² Cifra según INEI en su publicación de Número de alumnos matriculados en universidades públicas, 2004-2013.

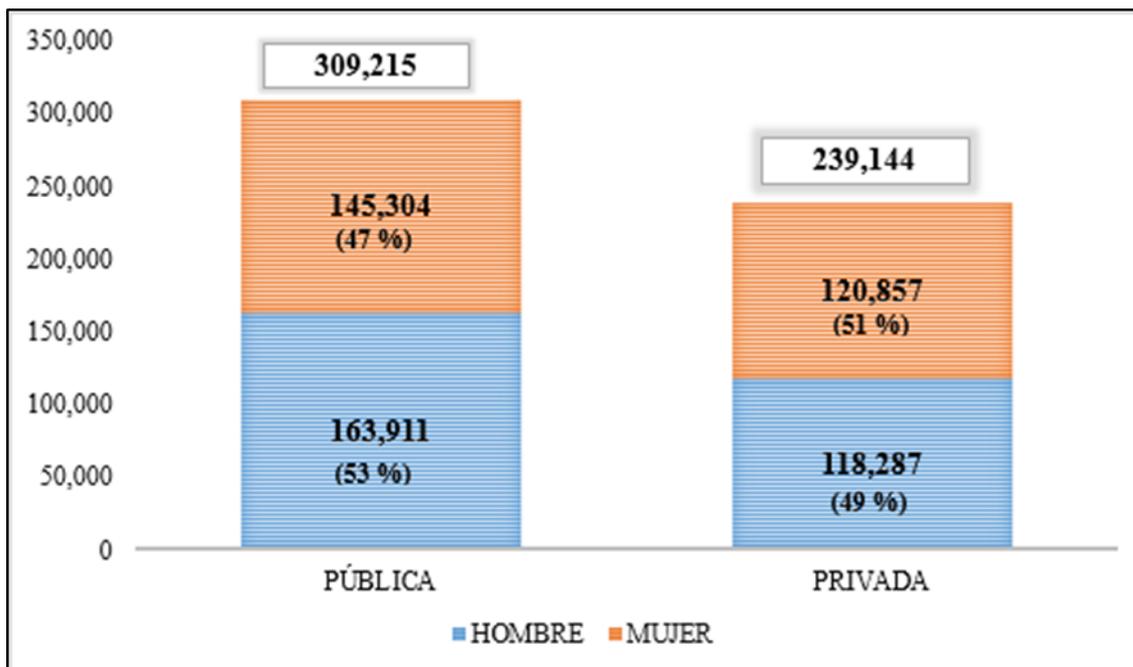


Figura 2: Perú. Postulantes por tipo de universidad según sexo, 2010

FUENTE: Dirección de Estadística – ANR (2010)

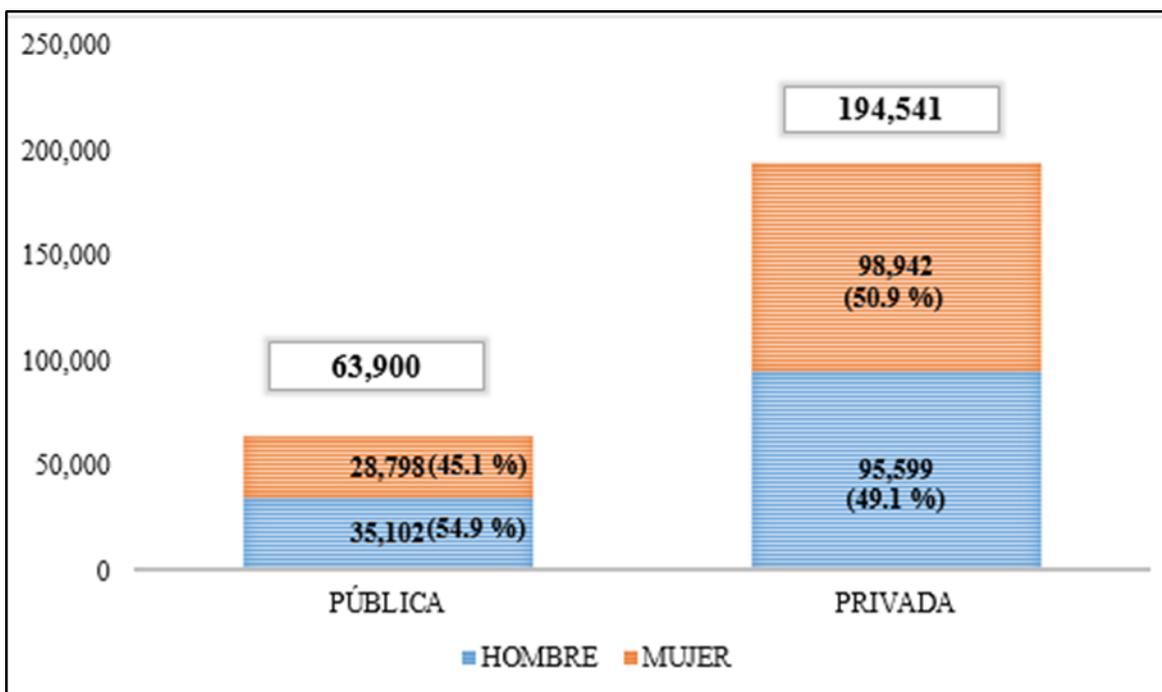


Figura 3: Perú. Ingresantes por tipo de universidad según sexo, 2010

FUENTE: Dirección de Estadística – ANR (2010)

Según el II Censo Nacional Universitario (2010), a nivel de pregrado, mientras que las universidades públicas crecían a un ritmo de 3.2 % anual, las privadas registraban una tasa

de crecimiento del 9.3 % anual. Entonces, es en las universidades privadas donde se registran los cambios más notables, siendo la Universidad Alas Peruanas la que posee mayor población con 119,932³ alumnos de pregrado para el año 2013.

A continuación en la Figura 4 se muestra el número de alumnos matriculados en las tres universidades públicas con mayor población universitaria a nivel pregrado, desde el último censo universitario realizado en el 2010 hasta el 2013, cifras que se registran en el Reporte de Número de Alumnos Matriculados en Universidades Públicas, 2004-2013 del INEI.

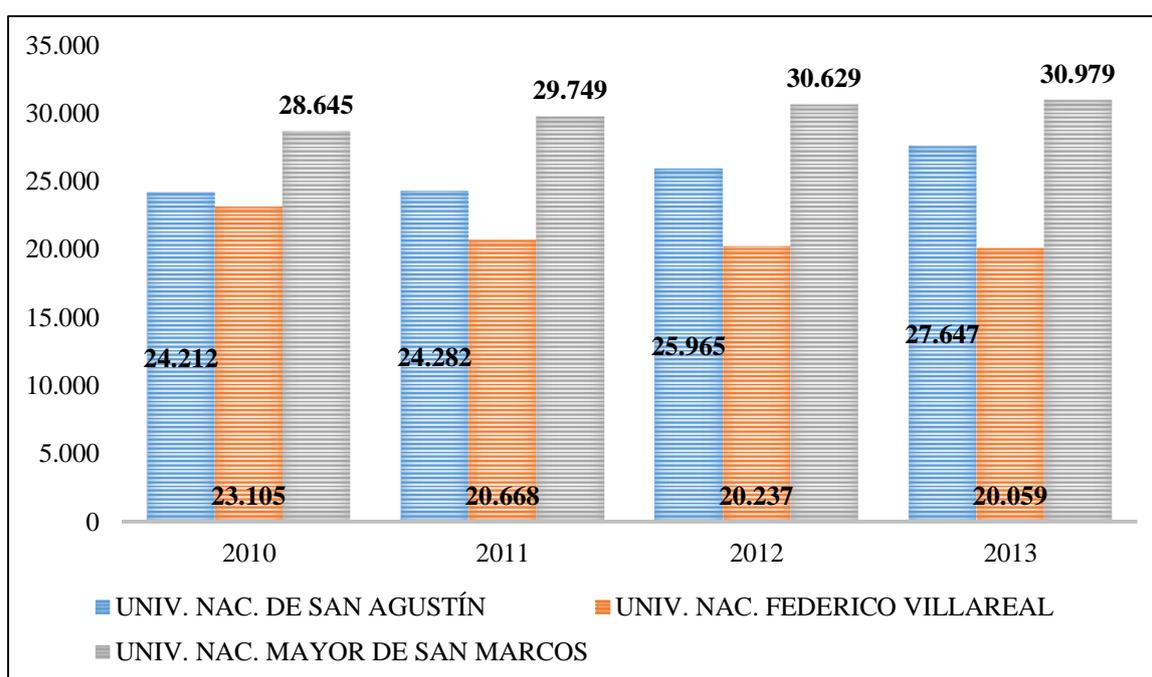


Figura 4: Número de alumnos matriculados de pregrado en universidades públicas 2010-2013

FUENTE: INEI (2013).

Elaboración Propia

2.1.3. Edad promedio de ingreso a la universidad

Según el II Censo Nacional Universitario (INEI, 2010), en condiciones ideales, el ingreso a la universidad debería darse al año siguiente de egresar la secundaria, siendo la edad

³ Cifra según INEI en su publicación de Número de alumnos matriculados en universidades privadas, 2004-2013.

normativa de culminación de la secundaria los 16 años, el ingreso a la universidad sería hacia los 17 años de edad; sin embargo, en la práctica son muy pocos los jóvenes que logran ingresar a la universidad a esta edad, siendo la edad promedio de ingreso a la universidad igual a 18,9 años.

Algunas universidades han sido muy agresivas en captar a sus estudiantes, incluso anticipando el ingreso a la universidad antes de la conclusión de los estudios secundarios, esto llevaría a la disminución de la edad de ingreso, pero por otra parte algunas universidades también han expandido su cobertura a jóvenes con varios años de egresado de la secundaria, con condiciones que derivarán más bien un aumento de la edad de ingreso a la universidad (INEI, 2010).

En la Figura 5 se muestra el promedio de edad de ingreso, por sexo y según tipo de universidad, incluyendo todas las universidades que venían funcionando formalmente en el Sistema Universitario Peruano en el 2010, y considerando a quienes han ingresado a la universidad hasta los 30 años de edad (INEI, 2010).

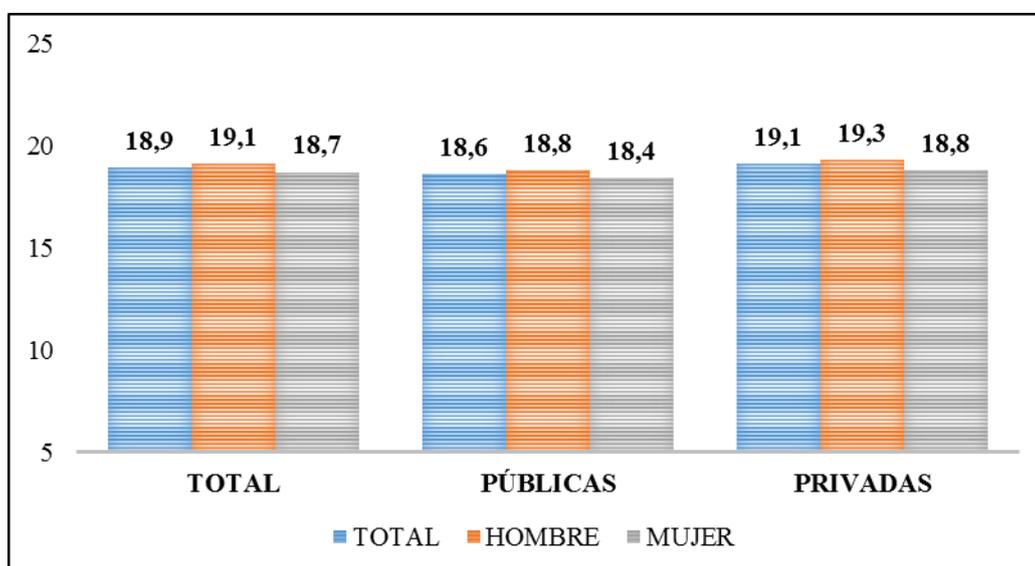


Figura 5: Edad promedio al ingresar a la universidad del alumno de Pre Grado, por sexo, según tipo de universidad

FUENTE: INEI – II Censo Nacional Universitario (2010)

2.1.4. Concursos de admisión en la UNALM

a. Concurso de admisión

Según la ANR (2000), el Concurso de Admisión es el sistema que establece la universidad para la selección de sus postulantes, a efecto de cubrir el número de vacantes de que dispone. Define además que es el proceso por el cual se evalúa la idoneidad académica y vocacional de quienes postulan a seguir estudios en la universidad en cualquiera de sus facultades, escuela de postgrado, programa de segunda especialización o demás programas autofinanciados.

Según la Ley Universitaria N° 30220 (2014), en el Artículo 98° se menciona que “la admisión a la universidad se realiza mediante concurso público, previa definición de plazas y máximo una vez por ciclo. El concurso consta de un examen de conocimientos como proceso obligatorio principal y una evaluación de aptitudes y actitudes de forma complementaria opcional. El estatuto de cada universidad establece las modalidades y reglas que rigen el proceso ordinario de admisión y el régimen de matrícula al que puedan acogerse los estudiantes. Ingresan a la universidad los postulantes que alcancen plaza vacante y por estricto orden de mérito”.

Según el Artículo 64° del Estatuto de la UNALM (2015) “el proceso de admisión de la UNALM se anuncia mediante convocatoria pública y realiza una selección que evalúa la capacidad de razonamiento, los conocimientos y el pensamiento crítico de los postulantes, y examina tanto sus actitudes como aptitudes, con absoluto respeto de la diversidad étnica y cultural, según los lineamientos del presente Estatuto y el Reglamento General de la UNALM. La UNALM determina sus vacantes de ingreso previa evaluación de sus recursos, facilidades de enseñanza y capacidad de sus servicios. Considera, además, su plan de desarrollo institucional. Publica el número de vacantes ofrecido con la debida anticipación y una adecuada difusión, así como los plazos de inscripción para los postulantes en todas las modalidades de admisión establecidas, así como las fechas de realización de los distintos procesos de selección correspondientes. Cada facultad propone anualmente el número de vacantes de ingreso, considerando las necesidades y el interés nacional, en coordinación con los

departamentos involucrados en la carrera”.

b. Las pruebas de ingreso

Según Rama (2004), las características de las pruebas de ingreso varían altamente a escala regional. Algunas de sus orientaciones más significativas están dadas por si se orientan a evaluar las aptitudes o las habilidades, si sus criterios y decisiones son centralizados o no; y si hay una sola prueba nacional o si existen múltiples pruebas asociadas a la autonomía de las instituciones universitarias; si las pruebas son generales o son específicas por disciplinas o áreas de conocimiento.

Además Rama (2004), indica que las modalidades de selección universitaria ha sido un tema debatido a escala global, pues por una parte se asocia a la selección la priorización de la calidad, mientras que otra argumenta que se debe priorizar la equidad. Por otro lado, dado que la educación es un servicio que implica recursos económicos, y que cada Nación opera con recursos limitados, es que fatalmente se ha justificado la selección como un derecho de cada país para conceder plazas y recursos disponibles en la Universidad.

En la UNALM, a inicios de los años 90's, el Examen de Admisión constaba de 140 preguntas y cubría seis materias y dos pruebas de aptitudes académicas. Luego se redujo el número de 140 a 100 preguntas, quedando solo dos conceptos: aptitud académica y nivel de conocimientos (Nava, 2004). En el Cuadro 2 se muestra la estructura actual del Examen de Admisión.

c. Relación postulantes ingresantes en la UNALM

Según cifras del CAP, en la última década han postulado a la UNALM, bajo las modalidades de Concurso Ordinario y Otras Modalidades (excepto alumnos del CEPRE-UNALM) y tomando los dos concursos anuales, un total de 50,541 postulantes⁴. El primer requisito para poder rendir el Examen de Admisión en la UNALM, es haber concluido la educación básica (5to de secundaria), este podría ser el principal factor de que durante el concurso de ciclo de verano haya más alumnos

⁴ Centro de Admisión y Promoción – UNALM (2016). Postulantes del 2007-I al 2016-I.

que en el ciclo de invierno. En la Figura 6, se muestra el número de postulantes por concurso y por año (CAP, 2016).

Cuadro 2: Estructura actual del Examen de Admisión - UNALM

CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES
Aptitud Académica	Lógico - Matemático	Prueba de Razonamiento Matemático	Razonamiento Lógico Matemático
			Psicotécnico
			Sumas
			Conteo
			Planteo de Ecuaciones
			Operadores Matemáticos
			Áreas y Perímetros de Regiones
			Análisis Combinatorio
	Lógico - Lingüística	Prueba de Razonamiento Verbal	Comprensión de Lectura
			Analogías
			Oraciones Incompletas
			Vocabulario
			Organización de la Información
Nivel de Conocimiento	Cognitivo	Áreas de conocimiento	Álgebra
			Aritmética
			Geometría
			Trigonometría
			Física
			Química
			Biología

FUENTE: Nava (2004), Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

Considerando las modalidades de ingreso para el Concurso de Admisión, se puede agrupar a los postulantes en Concurso Ordinario y Otras Modalidades, en esta última no se toma en cuenta la modalidad del centro de estudios preuniversitarios. Con la información recaudada por el CAP, se muestra en las Figura 7 y Figura 8 el número de postulantes en base a la agrupación de modalidad de ingreso y al semestre en que se desarrolló el Concurso de Admisión. La conclusión principal es que la mayor cantidad de postulantes se encuentran en el Concurso Ordinario; sin embargo, la tendencia desde el año 2014 es decreciente en ambos semestres.

Según menciona el área de Promoción del CAP (2016), aunque las cifras del Concurso de Admisión sobrepasa los 2,000 postulantes desde el 2008, la disminución de los últimos dos años puede deberse a razones como baja inversión en publicidad, calendario de inscripción anticipado a las fechas de pago de gratificaciones del mes de julio o factores económicos del país, entre otras.

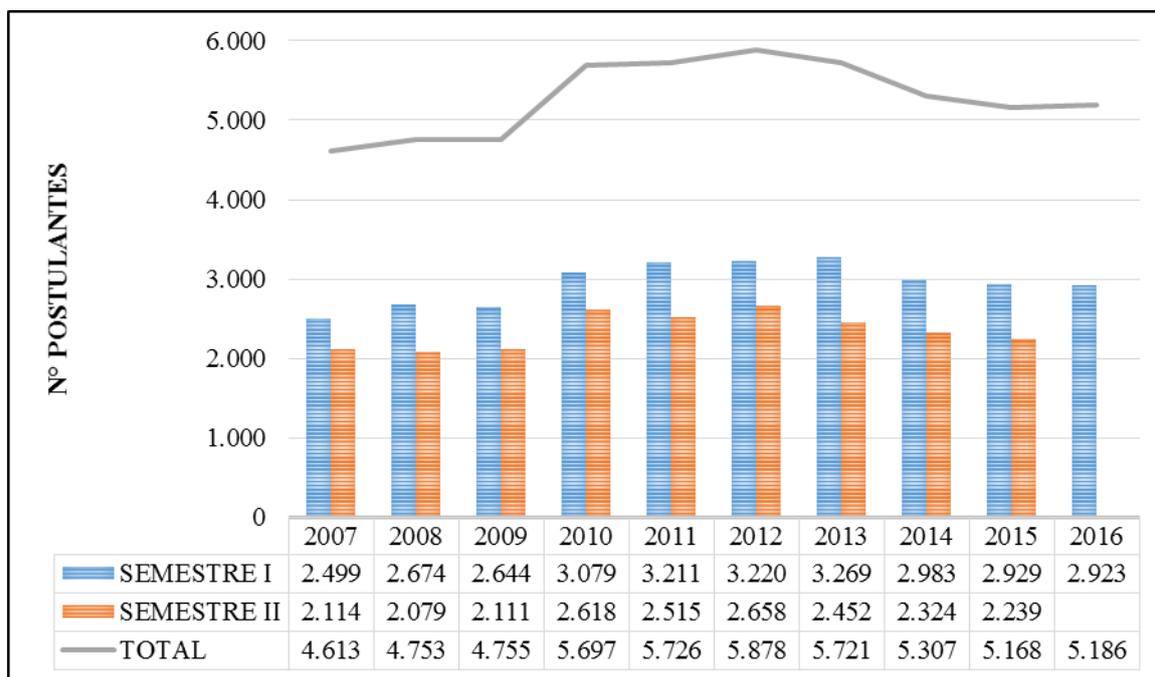


Figura 6: Número de postulantes por semestre 2007-2016

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

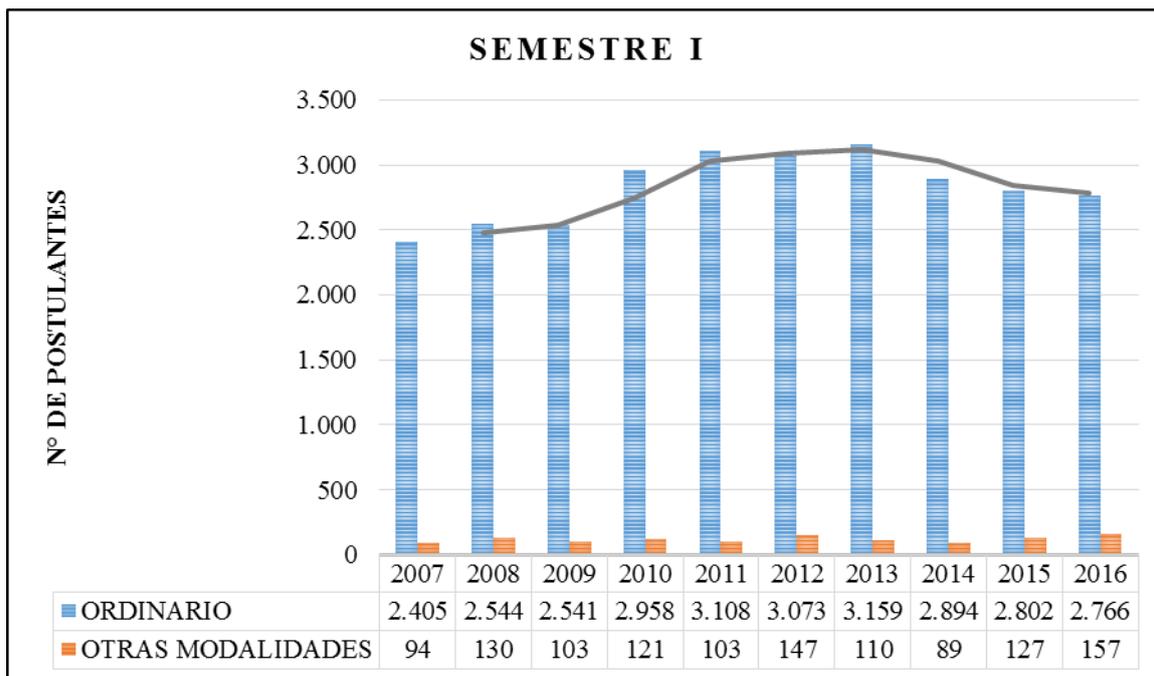


Figura 7: Postulantes por modalidad de ingreso – Semestre I (2007-2016)

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

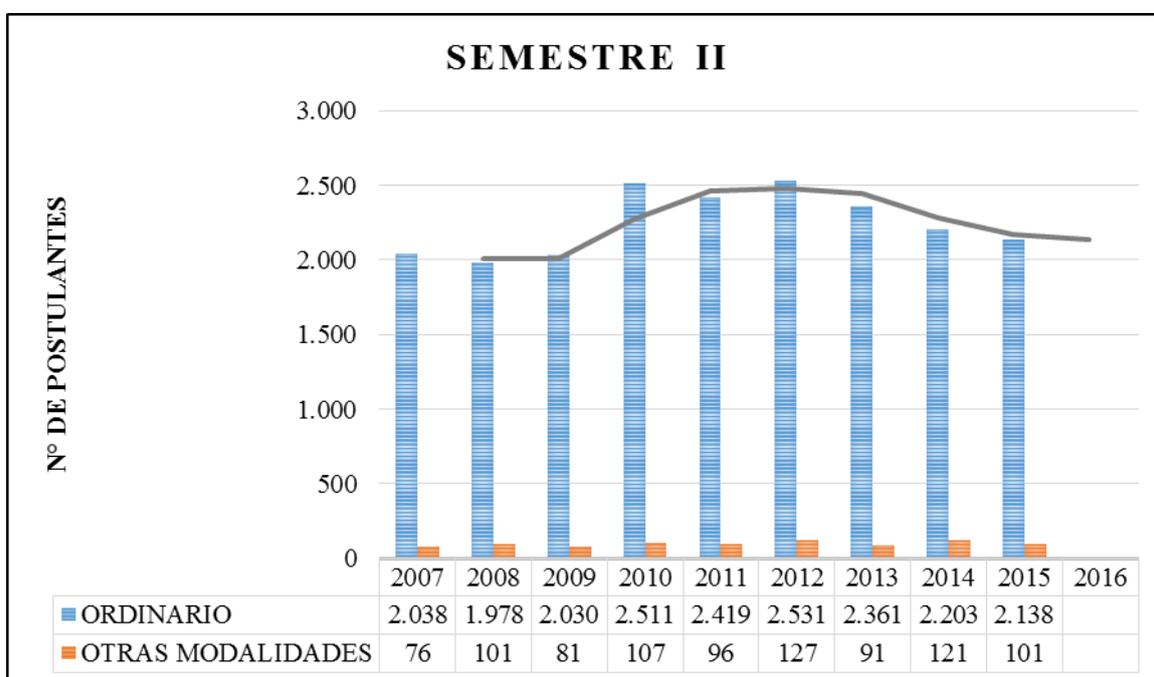


Figura 8: Postulantes por modalidad de ingreso - Semestre II (2007-2016)

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

Como es usual, en todas las universidades existen carreras con una marcada demanda en comparación a otras, para el caso de la UNALM esta predilección se centra en la carrera de Ingeniería Ambiental⁵. Teniendo en cuenta sólo el total de postulantes por Concurso Ordinario, en la Figura 9 se muestra la preferencia (primera opción) de las doce carreras profesionales por cada semestre, durante la última década.

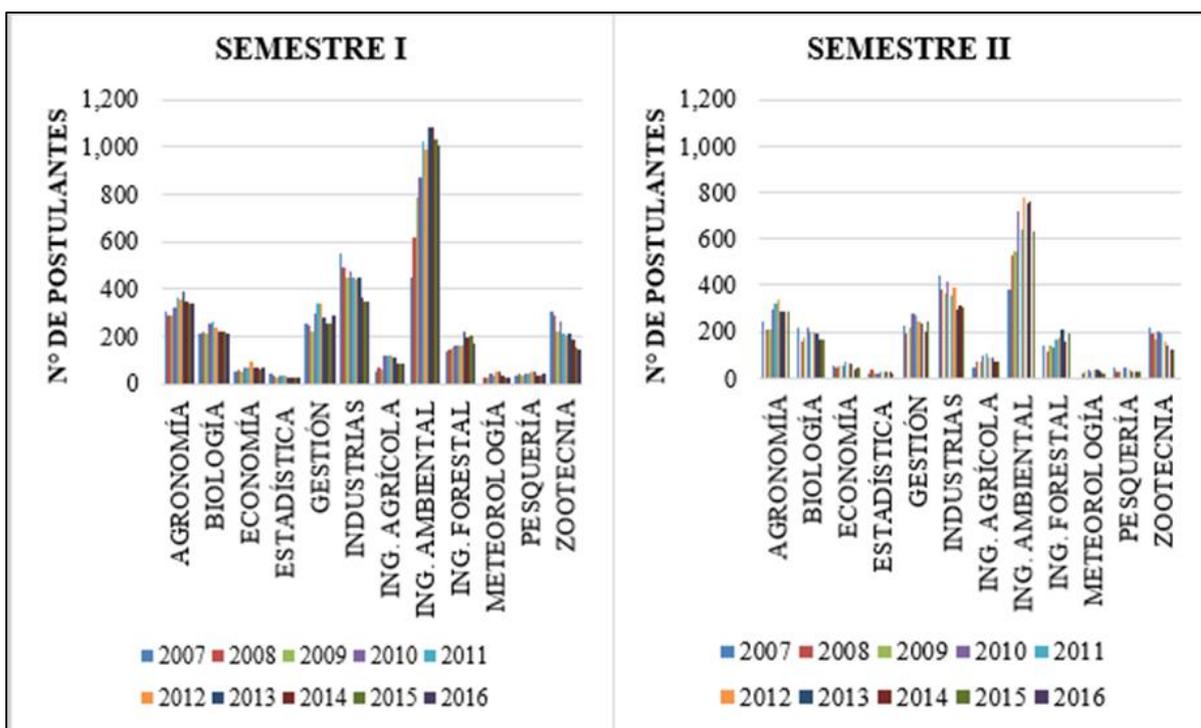


Figura 9: Preferencia de carreras (primera opción), 2007-2016

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

Como siempre se ha tenido la idea de no perjudicar a los buenos postulantes, que sin embargo no consiguen ubicarse en la carrera que buscan, hace algunos años se consideró la posibilidad de marcar en orden de prioridad todas las carreras de la universidad de manera que, en caso de no conseguir la primera prioridad se pueda aceptar al alumno en alguna otra carrera, siempre que ocupe los primeros puestos del concurso (Nava, 2004).

Debido a que esta situación determinaba una gran insatisfacción y una fuerte presión por traslado interno, la UNALM decidió reordenar las carreras en tres canales o familias de

⁵ Centro de Admisión y Promoción (2016). Postulantes por carrera hasta el Concurso de Admisión 2016 – I.

carreras, las de economía, la biología y ciencias agropecuarias y una tercera con las ingenierías con mayor incidencia en procesos. Con esta nueva disposición los alumnos sólo podrían marcar tres opciones dentro del canal para propósitos de un posterior traslado (Nava, 2004).

Presión de selección

Nava (2004), indica que la presión de selección al ingreso es un indicador que refleja cuantos alumnos se presentan por cada una de las vacantes en concurso. Mientras que en el sector privado se ha experimentado un fuerte incremento de vacantes y modalidades de ingreso, en las universidades públicas se han venido restringiendo el número de vacantes en concurso, en la medida que los recursos provenientes del Estado se han hecho cada más insuficientes. Es entonces que a las universidades públicas se les requiere mantener niveles de excelencia, pero en marco de equidad e igualdad de oportunidades para el acceso, compatible a la vez con un uso eficiente de los recursos que cada vez se tornan más escasos. Por tanto, se debe verificar que se exhiba un nivel mínimo de logros del aprendizaje en la educación básica de los alumnos que deseen continuar sus estudios superiores, y esto mediante un Examen de Admisión (Nava, 2004).

Para la UNALM, tomando el total de postulantes por Concurso Ordinario y la preferencia de carrera por primera opción, se muestra en la Figura 10 la presión de selección por semestre en los últimos diez años (no se incluye el Concurso de Admisión 2016-II)*. El número de vacantes totales en promedio por semestre en la UNALM es 230⁶ y el número de postulantes por ordinario en promedio es 2,500⁷, lo que quiere decir que en promedio, por cada vacante ofrecida en el Concurso de Admisión (Concurso Ordinario) en promedio hay 11⁸ postulantes.

La Figura 11 muestra según la presión de selección, que carrera está por encima y por debajo del promedio de postulantes por cada vacante ofrecida para el Concurso de Admisión, lo que se relaciona directamente con la predilección por carrera universitaria. Según lo mencionado,

⁶ Promedio de vacantes en cada Concurso de Admisión desde el semestre 2007-I al 2016-I (CAP, 2016).

⁷ Promedio de postulantes por ordinario en los concursos de admisión 2007- I al 2016-I (CAP, 2016).

⁸ Promedio de presión de selección para ambos semestres desde el 2007-I al 2016-I (CAP, 2016).

el promedio de presión de selección es 11, y para el semestre I es 13⁹ y 10¹⁰ para el semestre II.

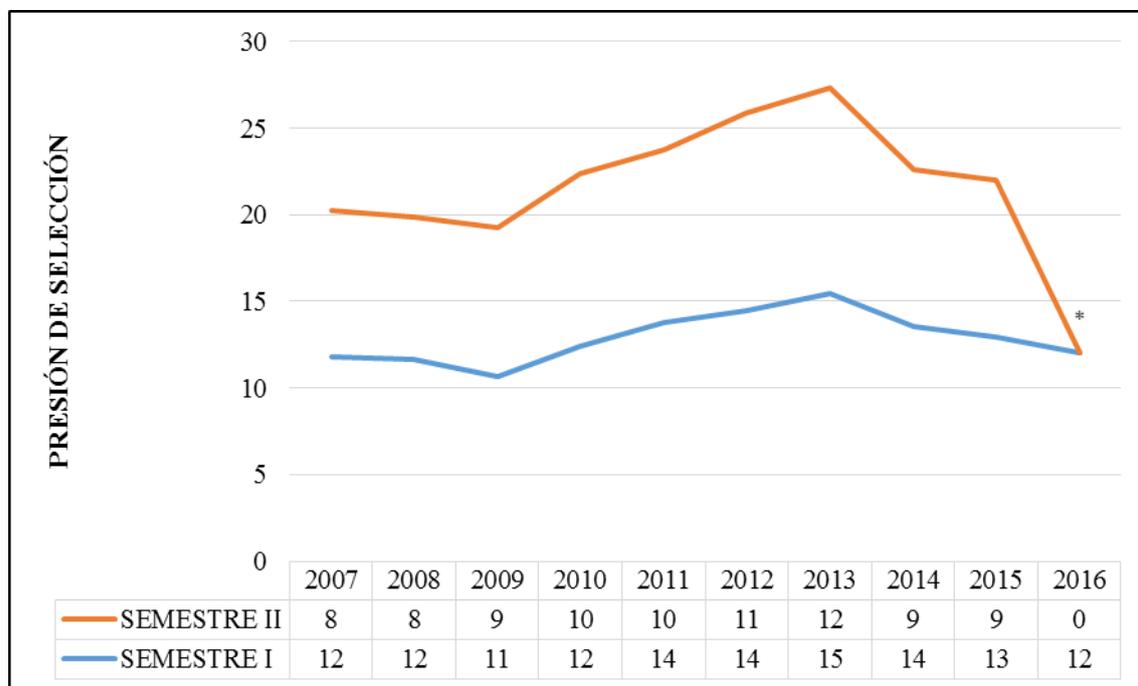


Figura 10: Presión de selección por Concurso Ordinario 2007-I a 2016-I

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

⁹ Promedio de presión de selección para el Semestre I, desde el 2007 hasta el 2016 (CAP, 2016).

¹⁰ Promedio de presión de selección para el Semestre II, desde el 2007 hasta el 2016 (CAP, 2016).

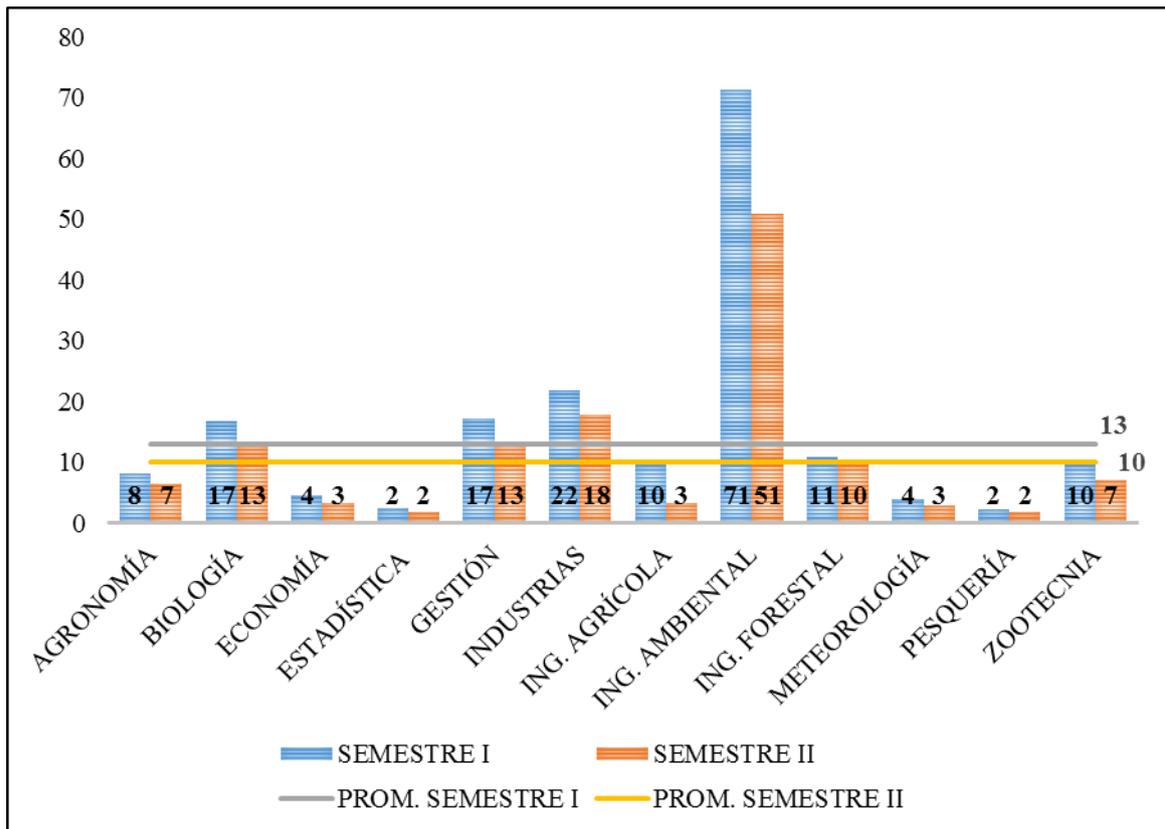


Figura 11: Promedio de Presión de Selección por carrera. Semestre I y II (2007-2016)

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

La carrera de Ingeniería Ambiental sobrepasa el promedio, seguida de Industrias Alimentarias y por último, Gestión Empresarial, por otro lado tenemos que Economía, Estadística, Meteorología y Pesquería, se encuentran muy por debajo del promedio. Esto es el reflejo de lo que sucede en las universidades públicas, pocas vacantes debido a los insuficientes recursos.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Definición de calidad

Según la Norma ISO 9000 (2015), define calidad como “el grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos”.

En términos menos formales, la calidad la define el cliente, ya que es el juicio que este tiene sobre un producto o servicio que por lo general es la aprobación o rechazo. Un cliente queda satisfecho si se le ofrece todo lo que él esperaba encontrar y más. Así, la calidad es ante todo la satisfacción del cliente, la cual está ligada a las expectativas que este tiene sobre el producto o servicio (Gutiérrez, H. 2014).

Por último, la calidad de los productos y servicios de una organización está determinada por la capacidad para satisfacer a los clientes, y por el impacto previsto y el no previsto sobre las partes interesadas pertinentes. La calidad de los productos y servicios incluye no sólo su función y desempeño previstos, sino también su valor percibido y el beneficio para el cliente (ISO 9000, 2015).

2.2.2. Aseguramiento, control y mejora de la calidad

Según Pérez (2010), se sabe que la calidad se controla cuando no se está seguro de haberla hecho. Como la seguridad nunca es plena, se trata de buscar un equilibrio entre control y aseguramiento. El aseguramiento de la calidad persigue hacer predecible la calidad del producto y estar seguros de que el bien fabricado o el servicio responden a los requisitos del cliente. Cuando se incluye al cliente, incluye también perseguir la satisfacción del mismo, enfocando los procesos a una interacción y gestión de los mismos para poder lograrlo.

La idea de gestión lleva implícito los conceptos de objetivo y mejora contribuyendo a aumentar el valor añadido por el Sistema de Calidad, orientado a la acción y proactivo. Para tomar una acción específica, no es necesario que se haya detectado algún defecto o error, sino que se emprende para cumplir los objetivos de mejora fijados y satisfacer más y mejor al cliente (añadir valor) (Pérez, 2010).

Por último, el control en sí no aporta mejora y tiende a perpetuarse; en cambio la mejora, al modificar los procesos, suele acarrear impredecibilidad a corto plazo y generar valor a un plazo más largo. El dominio de proceso y producto se gana con control. La constatación del valor añadido por la mejora se consigue mediante tareas de control (medición y seguimiento) (Pérez, 2010).

2.2.3. Sistema de gestión de calidad (SGC)

La gestión de una organización consiste en las “actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización”, mientras que el sistema de gestión sería el “sistema para establecer la política y los objetivos y para lograr dichos objetivos”, además el SGC “gestiona los procesos que interactúan y los recursos que se requieren para proporcionar valor y lograr los resultados para las partes interesadas pertinentes” (ISO 9000, 2015).

Las normas ISO 9000 parten de este criterio de entender el Sistema de Gestión de la Calidad como un componente del sistema de gestión de una organización. Así, la norma ISO 9000:2005, en el punto 2.11 define un SGC como aquella parte del sistema de gestión de la organización enfocada en el logro de salidas (resultados) en relación con los objetivos de la calidad, para satisfacer las necesidades, expectativas y requisitos de las partes interesadas, según corresponda (Camisón *et al.*, 2007).

2.2.4. Enfoque basado en procesos

Según la norma ISO 9000 (2015), *“la organización tiene procesos que pueden definirse, medirse y mejorarse. Estos procesos interactúan para proporcionar resultados coherentes con los objetivos de la organización y cruzan límites funcionales. Algunos procesos pueden ser críticos mientras que otros pueden no serlo. Los procesos tienen actividades interrelacionadas que generan salidas”*.

Por lo general, en una organización interactúan muchos procesos para al final producir o entregar un producto o servicio, de tal forma que los elementos de entrada para un proceso son generalmente resultado de otros procesos. Por ello es importante enfocarse en las actividades que producen los resultados, en lugar de limitarse a los resultados finales. En suma, gestionar un sistema con un enfoque basado en procesos significa identificar y gestionar sistemáticamente los procesos empleados en la empresa y, en particular, las interacciones entre tales procesos (Gutiérrez, H. 2014).

La comprensión y gestión de los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a

la eficacia y eficiencia de la organización en el logro de sus resultados previstos. Este enfoque permite a la organización controlar las interrelaciones e interdependencias entre los procesos del sistema, de modo que se pueda mejorar el desempeño global de la organización (ISO 9001, 2015).

El enfoque a procesos implica la definición y gestión sistemática de los procesos y sus interacciones, con el fin de alcanzar los resultados previstos de acuerdo con la política de la calidad y la dirección estratégica de la organización. La gestión de los procesos y el sistema en su conjunto puede alcanzarse utilizando el ciclo PHVA con un enfoque global de pensamiento basado en riesgos dirigido a aprovechar las oportunidades y prevenir resultados no deseados (ISO 9001, 2015).

La Figura 12 proporciona una representación esquemática de cualquier proceso y muestra la interacción de sus elementos. Los puntos de control del seguimiento y la medición, que son necesarios para el control, son específicos para cada proceso y variarán dependiendo de los riesgos relacionados (ISO 9001, 2015).

2.2.5. Rediseño de procesos

El rediseño de los procesos, para Arata (2009) es “contar con procesos inteligentes, idealmente apoyados por sistemas informáticos, es de vital importancia para asegurar el cumplimiento de los objetivos estratégicos propuestos. Por su parte, la gestión por procesos es una herramienta que entrega los pasos necesarios para detectar, implementar y hacer seguimiento de las oportunidades de mejora de un proceso, teniendo como foco la eficiencia, eficacia y efectividad del servicio”.

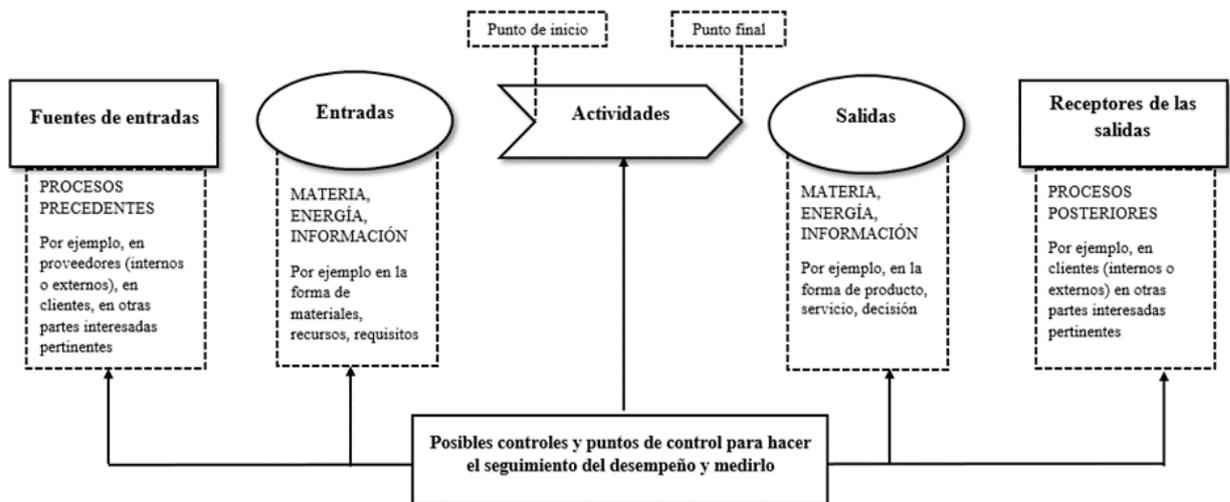


Figura 12: Representación esquemática de los elementos de un proceso

FUENTE: Norma ISO 9001 (2015)

Lefcovich, citado por Rafoso y Artiles (2011), utiliza el término reingeniería, pero habla de una definición similar, pues dice que esta “constituye una recreación y reconfiguración de las actividades y procesos de la empresa, lo cual implica volver a crear y configurar de manera radical él o los sistemas de la compañía a los efectos de lograr incrementos significativos, y en un corto periodo de tiempo, en materia de rentabilidad, productividad, tiempo de respuesta, y calidad, lo cual implica la obtención de ventajas competitivas”.

Cuando la reingeniería se va a realizar en una organización, no debe ser solamente tratar de innovar cosas nuevas o cambiar viejas prácticas, sino hacer un estudio profundo de las prioridades inmediatas a resolver, de la necesidad de mejoras en cuanto a la calidad del trabajo y a los resultados esperados por los usuarios; de la preparación y disponibilidad de recursos para satisfacer las necesidades de demanda en el cliente (Rafoso y Artiles, 2011).

Ambos conceptos llevan a entender entonces que, para obtener beneficios de los procesos y de su gestión, así como de enfocar los procedimientos hacia los resultados deseados, es necesario realizar un rediseño de los procesos. Para Arata (2009), el rediseño incorpora una serie de etapas que son:

1. Justificación del rediseño,
2. Planificación,
3. Levantamiento de la situación actual,

4. Diagnóstico y definición de objetivos específicos,
5. Identificación de oportunidades de mejora,
6. Rediseño del proceso,
7. Implementación, y
8. Seguimiento

Indica además que, un proceso de rediseño requiere identificar las unidades responsables y definir los recursos necesarios tanto para la implementación como para el seguimiento de la iniciativa (Arata, 2009):

- Auspiciador del rediseño
- Responsable del proceso
- Usuario
- Equipo de trabajo
- Líder del equipo de trabajo

Por último, la generación de procesos requiere también de la definición de indicadores alineados con los objetivos estratégicos, que permitan monitorear el cumplimiento de los resultados esperados. Una vez realizado el rediseño y definidas las métricas, se requiere la gestión por procesos, a través de la medición de indicadores, determinación de brechas objetivo (diferencia entre valor esperado y valor medio), determinación de las causas de la brecha e identificación de oportunidades de mejora (Arata, 2009).

2.2.6. La satisfacción del cliente

La organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta información. Los ejemplos de seguimiento pueden incluir las encuestas al cliente, la retroalimentación el cliente sobre los productos y servicios entregados, las reuniones con los clientes (ISO 9001, 2015).

2.2.7. Mejora

De acuerdo a la ISO 9001 (2015), la organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente. Éstas deben incluir:

- a. Mejorar los productos y servicios para cumplir los requisitos, así como considerar las necesidades y expectativas futuras;
- b. Corregir, prevenir o reducir los efectos no deseados;
- c. Mejorar el desempeño y la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad.

2.2.8. Ciclo planificar-hacer-verificar-actuar

El ciclo PHVA puede aplicarse a todos los procesos y al Sistema de Gestión de la Calidad como un todo. La Figura 13 ilustra cómo los capítulos de la Norma ISO 9001:2015 pueden agruparse en relación con el ciclo PHVA, los números entre paréntesis hacen referencia a los capítulos de la Norma Técnica (ISO 9001, 2015).

La Norma Técnica ISO 9001 (2015), describe brevemente el ciclo PHVA como sigue:

- Planificar: establecer los objetivos del sistema y sus procesos, y los recursos necesarios para generar y proporcionar resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización, e identificar y abordar los riesgos y las oportunidades;
- Hacer: implementar lo planificado;
- Verificar: realizar el seguimiento y (cuando sea aplicable) la medición de los procesos y los productos y servicios resultantes respecto a las políticas, los objetivos, los requisitos y las actividades planificadas, e informar sobre los resultados;
- Actuar: tomar acciones para mejorar el desempeño, cuando sea necesario.

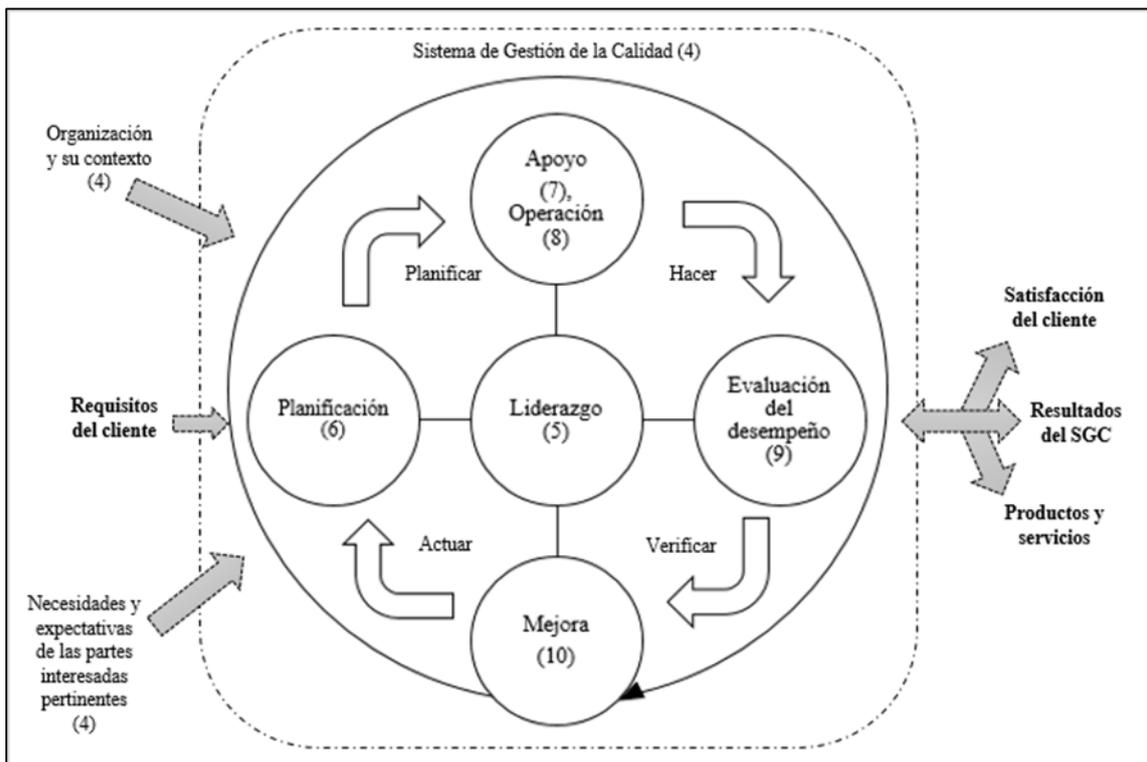


Figura 13: Representación de la estructura de la ISO 9001 con el ciclo PHVA

FUENTE: Norma ISO 9001 (2015)

Es importante señalar que una orientación a procesos supone vinculación de la gestión por procesos con la estrategia de la empresa, para evitar caer en la tentación de no hacer nada más que cambiar el nombre a los procedimientos ya existentes o a los departamentos y pasar a denominarlos “procesos”. Una orientación a procesos verdadera supone la identificación y gestión sistemática de todos los procesos desarrollados en la organización y en particular las interacciones entre ellos (Camisón *et al.*, 2007).

2.3. MARCO HISTÓRICO

2.3.1. La universidad peruana y su evolución

La universidad está definida como el colectivo de profesores, estudiantes y graduados que tiene por misión fundamental la generación de conocimiento, formación de recurso humano calificado en las distintas áreas de conocimiento y la tecnología a la sociedad, contribuyendo de manera efectiva en la sociedad peruana a lograr un desarrollo sostenible en los aspectos

económicos, sociales, políticos y ambientales (ANR, 2001).

La Ley Universitaria N° 30220, en su Artículo 3° define a la universidad como “*comunidad académica orientada a la investigación y a la docencia, que brinda formación humanista, científica y tecnológica con una clara conciencia de nuestro país como realidad multicultural. Adopta el concepto de educación como derecho fundamental y servicio público esencial. Está integrada por docentes, estudiantes y graduados. Participan en ella los representantes de los promotores de acuerdo a ley*”.

Las Universidades en el Perú y América fueron traídas por los conquistadores. La Universidad de San Marcos, primera universidad del Perú, fue erigida tan solo a los dieciséis años de la fundación de Lima, ocurrida en 1535, y a los diecinueve de la entrada de los españoles al Tahuantinsuyo (1532). La idea germinal para dar vida a una universidad en Lima se encuentra en los acuerdos tomados por los dominicos y en las mismas prerrogativas de la Universidad de Salamanca en España (Robles, 2006).

Universidades de siglo XIX

En la época Republicana, se crearon nuevas universidades. En la región norte no se creó ninguna universidad en los tiempo coloniales, pero allí surgió la primera universidad de la etapa republicana: la Universidad Nacional de Trujillo, el 10 de mayo de 1824, después de 273 años de haberse erigido la Universidad de San Marcos y 132 de la última universidad creada durante el periodo de dominación (San Antonio) (Robles, 2006).

Durante los años 1850 y 1880, se establecieron reformas universitarias en el país, sustituyendo así reglamentos de la época colonial y cediéndole a la universidad cierto ordenamiento jurídico, integrándola en un todo orgánico y dándole un sentido netamente profesionalista. En 1876 se crea además, la Escuela de Construcciones Civiles y de Minas, origen de la Universidad Nacional de Ingeniería (Luján y Zapata, 1988).

Para fines del siglo XIX, el Perú tenía en funcionamiento cuatro universidades, una en Lima, la de San Marcos, y tres en provincias, las de San Antonio Abad en Cuzco, la de Trujillo en el departamento de La Libertad, y la de San Agustín en Arequipa; una Escuela Técnica

Superior en Lima, la Escuela de Construcciones Civiles y Minas; las que, con la Escuela Superior de Agricultura, creada en 1901, origen de la hoy Universidad Nacional Agraria La Molina, constituirían las instituciones de educación superior existentes en el Perú en la primera mitad del siglo XX (Luján y Zapata, 1988).

La Universidad del Siglo XX

Durante el siglo XX, el crecimiento del quehacer universitario vino regido por la creación de leyes y estatutos, lo que representó un progreso en la administración de la educación y en la evolución de las ideas pedagógicas, dando así la creación a un sistema universitario, donde la universidad pasa de un sistema único de gobierno, a tener autonomía académica, administrativa y económica en cada una de ellas (Luján y Zapata, 1988).

La evolución legislativa peruana durante el siglo XX (ver Figura 14) parte desde 1918 hasta 1983 con la Ley Universitaria N° 27733. La Ley Universitaria de 1960 establece con claridad la triple función universitaria de enseñar, realizar investigación científica y proyectarse a la comunidad a través de acciones de extensión cultural, además se establece la gratuidad de la enseñanza universitaria. Se crea la Universidad Nacional Agraria en base a la antigua Escuela Nacional de Agricultura. Entre 1960 y 1965, se produce una expansión notable en el número de universidades del país, creándose 18 universidades. De estas universidades 11 son públicas, y siete son privadas, con lo cual se triplicó, en solo seis años, el número de universidades pre-existentes (Luján y Zapata, 1988).

La década del noventa se caracteriza por el crecimiento de la educación superior universitaria privada, con la creación del Decreto Legislativo 882, en el año 1996. El Consejo Nacional para Autorización de Universidades, otorgó autorización de funcionamiento provisional de universidades, a solicitud de personas jurídicas constituidas como Asociación Civil o Sociedad Anónima y que cumplieran los aspectos administrativos que acreditan las condiciones académicas, financieras y de infraestructura que se exigen (Delgado, 2002).

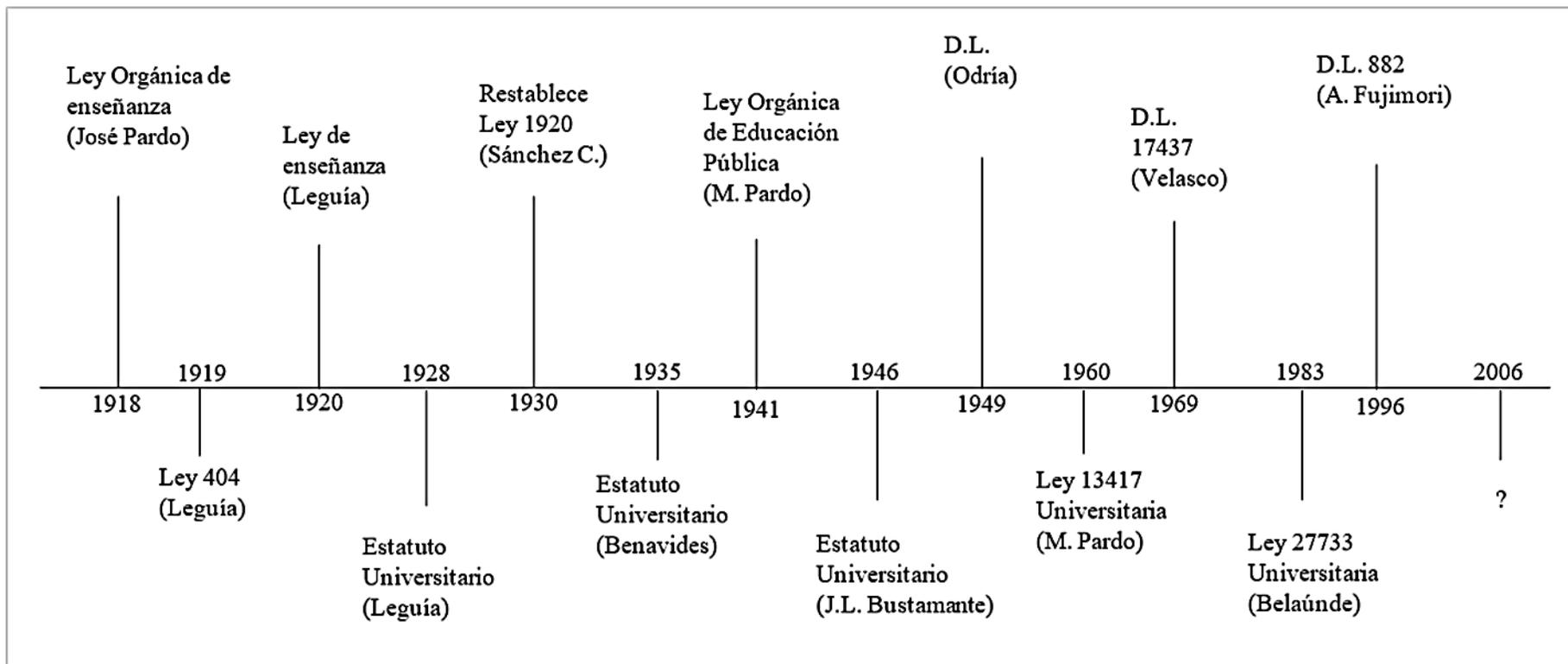


Figura 14: Evolución legislativa peruana vinculada al quehacer universitario

FUENTE: Zegarra (2006). Elaboración: Oficina de Coordinación Universitaria - MED

Retos del siglo XXI

El Perú del siglo XXI plantea a la universidad un conjunto de retos: debe formar a las personas que estén dispuestas a viabilizar el desarrollo que requiere el país; que cumplan eficiente y eficazmente no sólo funciones profesionales, sino también ciudadanas; que además de ser capaces de aportar propuestas técnicas para la solución de problemas concretos, lideren los procesos de cambio social (Delgado, 2002).

Una educación superior de calidad y pertinencia, que provea de técnicos y profesionales competitivos al país, es clave para sostener el proceso de desarrollo económico y social en el que estamos todos involucrados en esta era del conocimiento. La educación superior tiene un impacto directo en la competitividad del país a través de su efecto sobre la productividad de su mano de obra. La presencia de profesionales competentes es, sin lugar a dudas, uno de los factores que analizan los inversionistas al tomar sus decisiones (SINEACE, 2013).

Para enfrentar estos retos, en el año 2007, mediante Ley N° 28740 se crea el Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa – SINEACE, destinado “definir y establecer los criterios, estándares y procesos de evaluación, acreditación y certificación a fin de asegurar los niveles básicos de calidad que deben brindar las instituciones”. La misma Ley, en su Artículo 5° dice: “El SINEACE tiene la finalidad de garantizar a la sociedad que las instituciones educativas públicas y privadas ofrezcan un servicio de calidad” (SINEACE, 2013).

El estudio, coordinación y orientación general de las actividades universitarias en el país; así como el fortalecimiento económico y la responsabilidad con la comunidad nacional estaba a cargo de la Asamblea Nacional de Rectores, creada con la Ley Universitaria establecida en 1983. Para el año 2014, a través de la publicación de la Ley Universitaria N° 30220, se hace oficial la creación de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), cuya constitucionalidad fue ratificada por el Tribunal Constitucional el 26 de enero de 2016, la cual fue creada para reemplazar a la ANR y el Consejo Nacional para la Autorización de Universidades (CONAFU).

En la Figura 15, se muestra el número de universidades según año, desde inicio del siglo

XXI. Mientras que en el año 2000 el país contaba con 72 universidades, en el 2013 este número subió a 140 casas de estudios; es decir, en solo 13 años el número de universidades en el Perú prácticamente se duplicó. De las 140 universidades que existen en el país, 51 son públicas y 89 privadas (GESTIÓN, 2014).

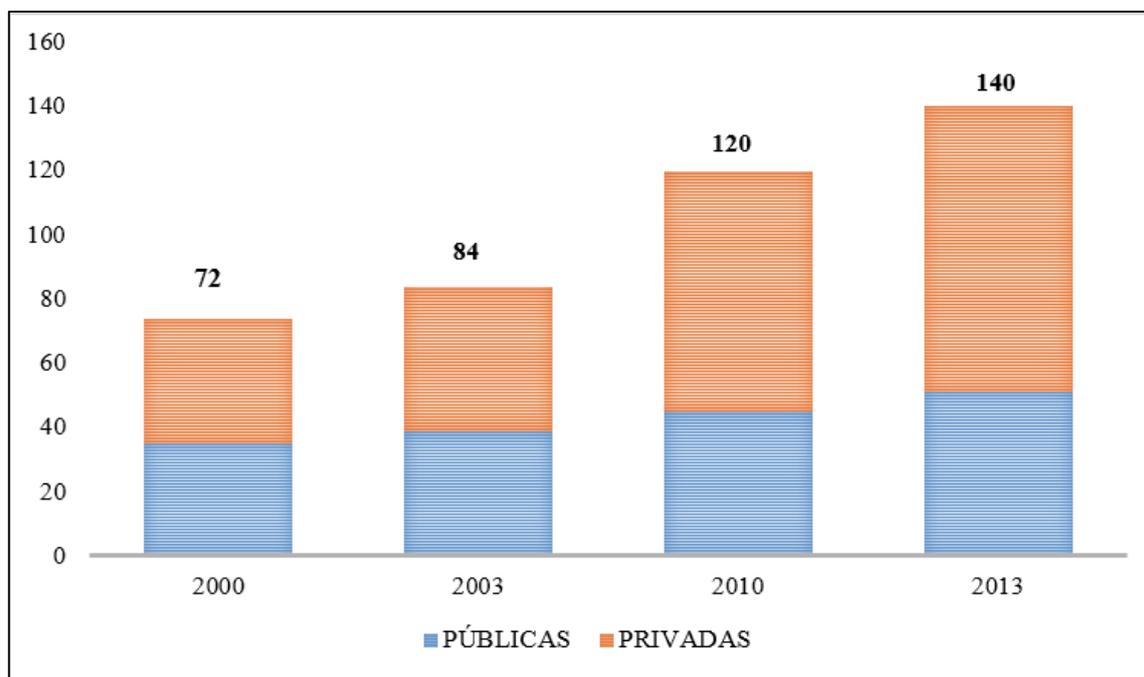


Figura 15: Número de universidades según año, siglo XXI

FUENTE: GESTIÓN (2014). Elaborado por Macroconsult (2013)

Actualmente el Sistema Universitario en el Perú, está regido por la Ley Universitaria N° 30220, promulgada en julio del 2014, la cual define en su Artículo 1° *“la presente Ley tiene por objeto normar la creación, funcionamiento, supervisión y cierre de las universidades. Promueve el mejoramiento continuo de la calidad educativa de las instituciones universitarias como entes fundamentales del desarrollo nacional, de la investigación y de la cultura. Asimismo, establece los principios, fines y funciones que rigen el modelo institucional de la universidad”*.

La universidad solo podrá cumplir los retos que tiene en estos momentos, si es una institución de excelencia y si, además, tiene el apoyo del Estado y de la sociedad en su conjunto. La excelencia de la universidad, implica al máximo rendimiento en la enseñanza, la investigación, la proyección social y la administración universitaria y es resultado de la

eficiencia, eficacia, pertinencia y equidad en todas las funciones que le competen (Delgado, 2002).

2.3.2. Historia de la UNALM

La Universidad Nacional Agraria La Molina es una comunidad de docentes, estudiantes y graduados, dedicada a los fines esenciales de una institución universitaria y de investigación. Es autónoma administrativa, económica, normativa, de gobierno y académicamente. La UNALM está regida por la Ley Universitaria N° 30220, promulgada el 09 de julio de 2014, la que reimplementa el sistema de Facultades, mantiene los Departamentos Académicos y deja en libertad a cada Universidad para que organice y establezca su propio régimen académico, de acuerdo con sus características y necesidades (CAP, 2016).

Su campus actual se encuentra en la ciudad de Lima, en el distrito de La Molina, vecino a otros centros de investigación como son: el Instituto Nacional de Investigación Agraria (INIA), Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) y el Centro Internacional de la Papa (CIP). El campus ocupa una extensión de más de 250 hectáreas, uno de los más grandes del Sistema Universitario Peruano¹¹.

La UNALM cuenta con ocho facultades y 12 carreras universitarias en sus estudios de pregrado (ver Cuadro 3), además de una Escuela de Post Grado que ofrece siete doctorados y 27 maestrías, destinados a formar graduados e investigadores para los sectores agrosilvopecuario, pesquero, alimentario y económico, promoviendo el manejo de los recursos naturales y la conservación del ambiente para el desarrollo del país (CAP, 2016).

¹¹ UNIVERSIA Perú (2002). La UNALM actual y su historia.

Cuadro 3: Carreras profesionales de Pregrado de la UNALM

FACULTAD	CARRERA	TÍTULO PROFESIONAL
Agronomía	Agronomía	Ingeniero Agrónomo
Ciencias	Biología	Biólogo
	Ingeniería Ambiental	Ingeniero Ambiental
	Meteorología	Ingeniero Meteorólogo
Ciencias Forestales	Ingeniería Forestal	Ingeniero Forestal
Economía y Planificación	Economía	Economista
	Estadística Informática	Ingeniero Estadístico Informático
	Ingeniería en Gestión Empresarial	Ingeniero en Gestión Empresarial
Industrias Alimentarias	Industrias Alimentarias	Ingeniero en Industrias Alimentarias
Ingeniería Agrícola	Ingeniería Agrícola	Ingeniero Agrícola
Pesquería	Pesquería	Ingeniero Pesquero
Zootecnia	Zootecnia	Ingeniero Zootecnista

FUENTE: UNALM (2016).

Elaboración Propia

Cuenta además con Institutos Regionales de Desarrollo ubicados en el país, en diferentes regiones, como centros de enseñanza e investigación que abarcan campos afines a varias facultades para el estudio de problemas específicos; la Biblioteca Agrícola Nacional, considerada como el principal centro de información en el área de las ciencias agropecuarias en el país; y un Centro de Estudios Preuniversitarios, denominado inicialmente como Sección Preparatoria, el cual funciona actualmente en el Fundo de Santa Beatriz, donde originalmente funcionó la ENAV. Desde el 2004, con la Resolución N°004-2004/UNALM/AU, fue denominado como actualmente se le conoce (UNALM, 2016).

En la Figura 16 se muestra la historia de la UNALM desde su origen, como la Escuela Nacional de Agricultura y Veterinaria (ENAV) creada en 1901, su cambio de rango a Universidad con la Ley Universitaria N° 13417, en el año 1960, la creación de las facultades y su estado en la actualidad. La estructura de funcionamiento de la Universidad mantiene la departamentalización como unidad académica, siendo el núcleo de operaciones de investigación, enseñanza y proyección social, agrupando a profesores que cultivan disciplinas afines, bajo un sistema de currículo flexible (UNALM, 2016).

De acuerdo con la Ley Universitaria vigente, el gobierno de la universidad y de las facultades se ejerce por: Asamblea Universitaria, Consejo Universitario, Rector y Consejo de Facultad y Decanatos. La visión y la misión de la UNALM son (UNALM, 2016):

VISIÓN: “La Universidad Nacional Agraria La Molina es una institución educativa universitaria especializada en la formación de profesionales competentes para los sectores agrosilvopecuario, pesquero, alimentario y económico, que se distinguen por ser líderes, proactivos, innovadores, competitivos, con capacidad de gestión y tener compromiso social. Genera y aplica conocimientos obtenidos de la investigación básica y aplicada para el desarrollo sostenible del país”.

MISIÓN: “La Universidad Nacional Agraria La Molina pretende alcanzar el nivel de liderazgo, basado en la enseñanza-aprendizaje, investigación, extensión universitaria y proyección social, de calidad, y ser referente en los sectores agrosilvopecuario, pesquero, alimentario y económico, promoviendo el manejo de los recursos naturales y la conservación del ambiente para el desarrollo del país, con creatividad y profesionalismo. Contará para ello, con óptimos recursos y eficientes procesos administrativos”.



Figura 16: Historia de la UNALM

FUENTE: UNALM (2016).

Elaboración Propia

2.4. TERMINOLOGÍA

De la Norma Internacional ISO 9000 (2015). Sistemas de gestión de la calidad – Fundamentos y vocabulario, se obtienen los siguientes términos:

1. Acción preventiva: acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad potencial u otra situación potencial no deseable.
2. Acción correctiva: acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad y evitar que vuelva a ocurrir.
3. Actividad: el menor objeto de trabajo identificado en un proyecto.
4. Ambiente de trabajo: conjunto de condiciones bajo las cuales se realiza el trabajo.
5. Aseguramiento de la calidad: parte de la gestión de la calidad orientada a proporcionar confianza en que se cumplirán los requisitos de la calidad.
6. Calidad: grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos.
7. Cliente: organización o persona que podría recibir o que recibe un producto o un servicio destinado a esa persona u organización o requerido por ella.
8. Conformidad: cumplimiento de un requisito.
9. Control de la calidad: parte de la gestión de la calidad orientada al cumplimiento de los requisitos de la calidad.
10. Eficacia: grado en que se realizan las actividades planificadas y se logran los resultados planificados.
11. Eficiencia: relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados.
12. Factor humano: característica de una persona que tiene un impacto sobre un objeto bajo consideración.
13. Infraestructura: sistema de instalaciones, equipos y servicios necesarios para el funcionamiento de una organización.
14. Manual de la calidad: especificación para el Sistema de Gestión de la Calidad de una organización.
15. Mejora: actividad para mejorar el desempeño.
16. Mejora de la calidad: parte de la gestión de la calidad orientada a aumentar la capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad.
17. No conformidad: incumplimiento de un requisito.
18. Parte interesada: persona u organización que puede afectar, verse afectada o

- percibirse como afectada por una decisión o actividad.
19. Procedimiento: forma especificada de llevar a cabo una actividad o un proceso.
 20. Proceso: conjunto de actividades mutuamente relacionadas que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto.
 21. Producto: salida de una organización que puede producirse sin que se lleve a cabo ninguna transacción entre la organización y el cliente, relativa a su producto o servicio, o al propio proceso de tratamiento de quejas, donde explícita o implícitamente se espera una respuesta o resolución.
 22. Proveedor: organización que proporciona un producto o servicio.
 23. Queja: expresión de insatisfacción hecha a una organización,
 24. Reproceso: acción tomada sobre un producto o servicio no conforme para hacerlo conforme con los requisitos.
 25. Requisito: necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.
 26. Satisfacción del cliente: percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido los clientes.
 27. Seguimiento: determinación del estado de un sistema, un proceso, un producto, un servicio o una actividad
 28. Servicio: salida de una organización con al menos una actividad, necesariamente llevada a cabo entre la organización y el cliente.
 29. Servicio al cliente: interacción de la organización con el cliente a lo largo del ciclo de vida de un producto o un servicio.

Consultado de la publicación Hacia un lexicón universitario, de la Asamblea Nacional de Rectores y publicado en julio del 2001, se obtienen los siguientes términos:

30. Concurso de Admisión: sistema que establece la universidad para la selección de sus postulantes, a efecto de cubrir el número de vacantes de que dispone.
31. Proceso de admisión: conjunto de los actos relacionados con el Examen de Admisión. Comprende los actos preparatorios del mismo, los actos de la inscripción de postulantes, la rendición del examen, la calificación del mismo, la publicación de sus resultados y la entrega de credenciales a los integrantes.
32. Vacantes para la admisión: cifras de las plazas que cada universidad o entidad posee, para ser cubiertas por los postulantes aptos, mediante el concurso.
33. Presión de selección: indicador que refleja cuantos alumnos se presentan por cada una de las vacantes en concurso.

Consultado de los documentos organizacionales del Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina, revisado en abril del 2016, se obtienen los siguientes términos:

34. Derecho de inscripción: pago que realiza los postulantes a las cuentas de la Universidad Nacional Agraria La Molina y que permite iniciar su inscripción en el sistema de inscripción.
35. Equipo del CAP: personal permanente y de apoyo que participan activamente en el Proceso de Inscripción y las actividades correspondiente para el logro de los resultados.
36. Examen de Admisión: pruebas aplicadas al postulante según sea su modalidad de ingreso. Existen tres tipos: ordinario, evaluación académica individual y especial.
37. Jurado del Concurso: responsable del desarrollo del Concurso de Admisión y elegido por el Consejo Universitario a propuesta del Vicerrector Académico.
38. Modalidad de ingreso: variantes que tiene el postulante para poder obtener una vacante en la Universidad Nacional Agraria La Molina. Existen seis modalidades de ingreso.
39. Postulante: toda aquella persona interesada en obtener una vacante de pre-grado en la Universidad Nacional Agraria La Molina, mediante el Concurso de Admisión y que cumple con los requisitos establecidos. Cliente del Proceso de Inscripción.
40. Proceso de Inscripción: conjunto de actividades que realiza para que el postulante participar en el Concurso de Admisión, cualquiera sea su modalidad de ingreso.
41. Prospecto de Admisión: herramienta que permite al postulante conocer las disposiciones establecidas por la Universidad Nacional Agraria La Molina y el Centro de Admisión y Promoción para el Concurso de Admisión.
42. Semestre I: comprende los meses de agosto a febrero, se desarrolla las actividades necesarias para el primero Concurso de Admisión del año académico.
43. Semestre II: comprende los meses de marzo a julio, se desarrolla las actividades necesarias para el segundo Concurso de Admisión del año académico.
44. Sistema de inscripción del postulante - SIP: herramienta informática del Centro de Admisión y Promoción, en donde el postulante ingresa sus datos personales y queda registrado como participante al Examen de Admisión.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. LUGAR DE EJECUCIÓN

El presente trabajo académico se realizó en el Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina, ubicado en:

- Dirección: Av. La Molina S/N
- Distrito: La Molina
- Provincia: Lima
- Departamento: Lima

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación utilizado para el presente trabajo académico fue DESCRIPTIVO – EXPLICATIVO, el cual se limitó a describir características del grupo de elementos que se estudiaron, sin realizar comparaciones con otros similares.

El estudio se realizó en el rango longitudinal ya que se analizaron las variables a lo largo de dos años y medio (cinco concursos de admisión), se utilizaron las dos áreas: retrospectiva, que analizó a los concursos de admisión de los dos últimos dos años, y prospectiva, que analizó y proyectó los resultados para el Concurso de Admisión 2016 – II, en base a datos históricos.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se efectuó con el diseño NO EXPERIMENTAL, ya que se realizó sin manipular deliberadamente variables.

Lo que se hizo en la investigación no experimental fue observar fenómenos tal y como se dieron en su contexto natural, para después analizarlos. “La investigación no experimental o ex post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos fueron observados en su ambiente natural, en su realidad.

3.4. HIPÓTESIS

3.4.1. Hipótesis general

La implementación de un plan de mejora basado en la ISO 9001:2015 establecerá las acciones necesarias para cumplir los requisitos y aumentar la satisfacción de las partes involucradas.

3.4.2. Hipótesis secundarias

- a. La comprensión de la organización determina los factores externos e internos que son pertinentes para el propósito y la dirección estratégica, y que afectan la capacidad para lograr los resultados previstos del proceso.
- b. La identificación de los puntos críticos del Proceso de Inscripción determinará la necesidad de cambios en el proceso para la mejora del servicio, la corrección, prevención y reducción de efectos no deseados y la mejora del desempeño y eficacia del Proceso de Inscripción.
- c. La comprensión y gestión del proceso contribuye a la eficacia y eficiencia del Centro de Admisión y Promoción en el logro de los resultados previstos, además de la comprensión y la coherencia del cumplimiento de los requisitos del Proceso de Inscripción.
- d. La mejora es esencial para que el Centro de Admisión y Promoción mantenga los niveles actuales de desempeño, reaccione a los cambios en sus condiciones internas y externas y cree nuevas oportunidades.

3.5. FASES DEL TRABAJO ACADÉMICO

La Figura 17 muestra las fases realizadas en el presente trabajo académico, las cuales incluyen las técnicas e instrumentos empleados para la implementación del plan de mejora, el cual es el principal objetivo de la investigación. Las fases son: Análisis del Proceso y Mejora del proceso.

3.5.1. Fase 1: Análisis del proceso

En la primera fase, se aplicó el diagnóstico del Proceso de Inscripción utilizando las herramientas de gestión y calidad, para identificar los principales problemas que contiene las actividades del mismo; las etapas en las que se dividió esta fase fueron:

a. Reunión en el centro de admisión y promoción de la UNALM

Se concertó una reunión con el Jefe del CAP y el Equipo de Trabajo, en la cual se trató los siguientes puntos:

- Presentación de objetivos y especificación del alcance de la investigación no experimental.
- Se dio a conocer la metodología para el desarrollo del proyecto, y se obtuvo el compromiso de las partes involucradas, lo que facilitó el acceso a la información necesaria.
- Se informó los beneficios que obtendría el CAP luego del estudio realizado.

b. Visitas al centro de admisión y promoción de la UNALM

Se planificaron visitas y reuniones con el Equipo del CAP, con la finalidad de interactuar con las personas involucradas en el Proceso de Inscripción, y de esta manera se pudo conocer la situación actual del mismo.

Las reuniones se llevaron a cabo de la siguiente manera:

- Entrevistas con el personal: Jefe de Admisión, así como el equipo de trabajo, con el fin de conocer las actividades realizadas en el CAP para el Proceso de Inscripción.

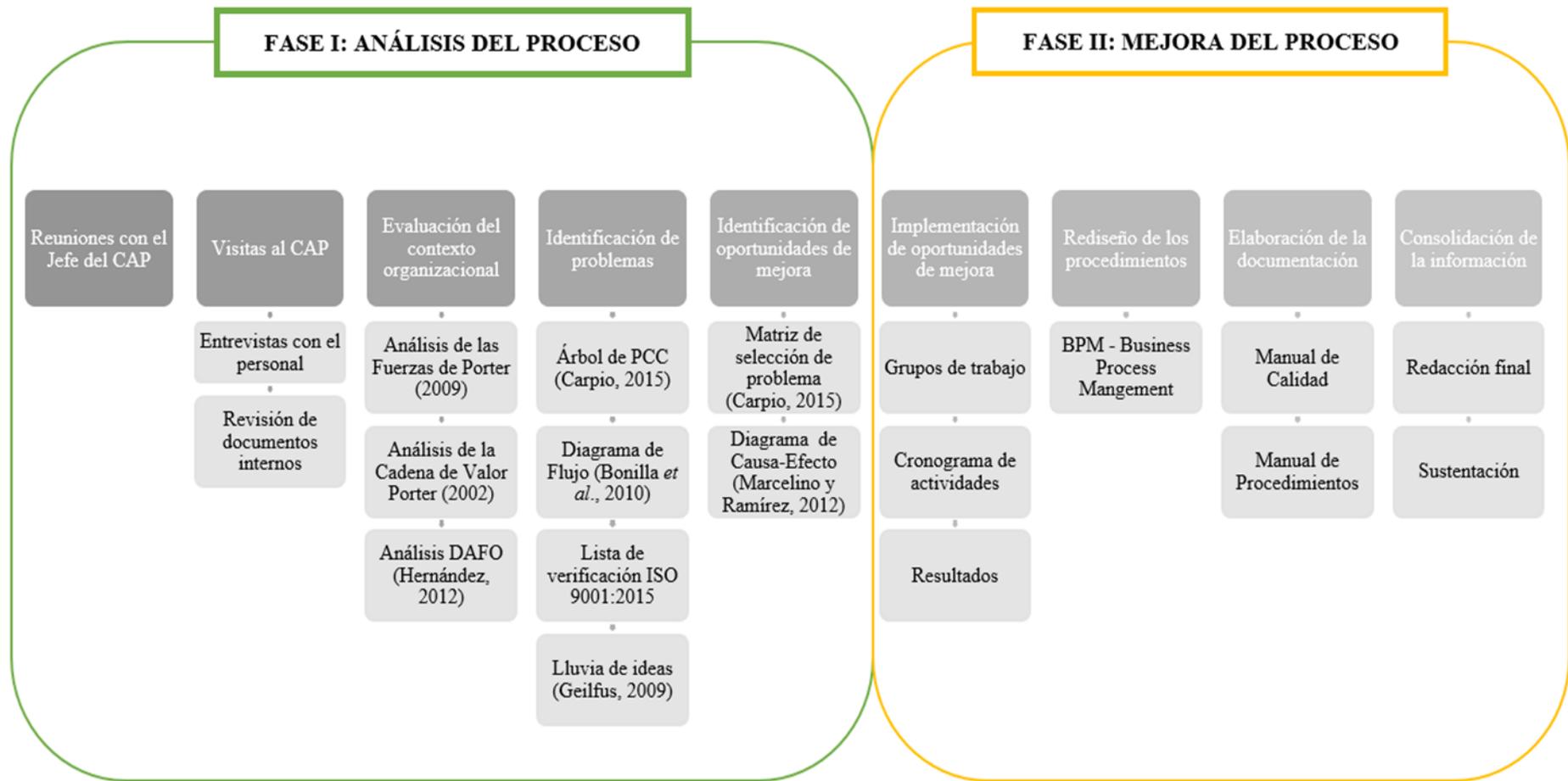


Figura 17: Fases del Trabajo Académico

FUENTE: Elaboración Propia

- Revisión de documentos internos diseñados anteriormente y que comprenden las políticas, estructura organizacional, procedimientos y reglamentos internos correspondientes al Proceso de Inscripción.

c. Evaluación del contexto organizacional y diagnóstico de la situación inicial

La evaluación y diagnóstico tuvo por objetivo determinar aspectos deficitarios de la organización, utilizando la información obtenida del análisis de las condiciones internas y externas del CAP, utilizando las siguientes herramientas de gestión:

- Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter (Porter, 2009).
- Análisis de la Cadena de Valor de Porter (Porter, 2002).
- Análisis DAFO (Hernández, 2012).

d. Identificación de problemas en el proceso

Los problemas que se originan en una organización tienen como denominador común, la repercusión final en la satisfacción del cliente, por el producto o servicio prestado. La identificación de estos problemas se realizó a través de las siguientes herramientas:

- Herramientas de Calidad:
 - Árbol de Decisiones de los Puntos Críticos de Control (Carpio, 2015).
 - Diagrama de Flujo (Bonilla et al., 2010).
 - Lista de Verificación ISO 9001:2015 (ISO 9001, 2015).
- Herramientas de Gestión:
 - Lluvia de ideas (Geilfus, 2009).

e. Identificación de oportunidades de mejora

Se identificó con ayuda de la Matriz de Selección de Problemas (Carpio, 2015), la priorización de los problemas en base a la inversión y tiempo estimado, recursos externos al área, reacción de las personas ante el cambio y la incidencia sobre el cliente.

Asimismo, se identificó la causa principal de los problemas identificados con la herramienta Diagrama de Causa – Efecto (Marcelino y Ramírez, 2012) y sobre estas

causas se pudo realizar la identificación de oportunidades de mejora para el Proceso de Inscripción. Este plan de mejora para los procedimientos, englobó soluciones viables y consecuentes, tanto para el objetivo del proceso, como para los objetivos parciales. En esta etapa se decidió conjuntamente entre los miembros del CAP y el equipo consultor, las oportunidades de mejora que se implementaron.

3.5.2. Fase 2: Mejora del proceso

El objetivo principal de la segunda fase del trabajo académico fue implementar las oportunidades de mejora detectadas en la Fase I. Análisis del Proceso. Esta implementación se desarrolló durante la preparación para el Concurso de Admisión 2016 – II.

a. Implementación de oportunidades de mejora

Una vez decididos que oportunidades de mejora fueron las que se efectuarían y el orden en que se realizarían, se procedió a la implementación de los mismos. Todas las oportunidades de mejora tuvieron para su implementación:

- Un responsable de equipo
- Grupos de trabajo relacionados con la mejora
- Cronograma de actividades
- Actividades concretas
- Resultados a esperar de la implementación de la oportunidad de mejora

Se contrataron los servicios de las empresas Agos Comunicaciones S.R.L. y Albatross Cloud S.A.C., quienes fueron parte de los grupos de trabajo en conjunto con el CAP. La principal función de cada una de las empresas fue entregar su calendario de actividades para poder establecer objetivos en base a la priorización de las mejoras identificadas.

Durante este periodo, el CAP y las empresas contratadas trabajaron de forma intensa y continua para conseguir que las oportunidades de mejora identificadas fueran implementadas satisfactoriamente y que, luego de finalizar con esta etapa, el CAP sea capaz de mantenerlas y de seguir un proceso de mejora continua.

La implementación de las oportunidades de mejora, se realizó según las prioridades establecidas, centrándose en resolver los problemas para el Proceso de Inscripción per se y en consecuencia, algunas actividades referentes a otros procesos que tiene bajo su responsabilidad el Centro de Admisión y Promoción.

b. Rediseño de los procedimientos

El rediseño de los procedimientos buscó satisfacer los requisitos del cliente. Los tres elementos principales de un sistema bien diseñado son la eficacia, la eficiencia y la flexibilidad; guardando el adecuado equilibrio entre ellos se obtienen los resultados óptimos del proceso.

En base a las mejoras detectadas en el Proceso de Inscripción, se realizó un rediseño de sus procedimientos, para los cuales se elaboró la documentación que los define. Además, se realizó los nuevos diagramas de flujo que estableció la visión del proceso y su relación con el cliente.

c. Elaboración de la documentación del proceso

Una vez finalizada la implementación de las oportunidades de mejora, se procedió a la elaboración de los documentos que reflejan el rediseño del Proceso de Inscripción, estos son:

- Manual de calidad con respecto a la ISO 9001:2015.
- Manual de procedimientos para el Proceso de Inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM.

d. Consolidación de la información y redacción final del trabajo de titulación

Se realizó la consolidación de la información y redacción final del trabajo académico, el cual será sustentado en la Universidad Nacional Agraria La Molina.

3.6. MUESTREO

3.6.1. Población

La población involucró los cinco últimos Concursos de Admisión, siendo estos los de los años 2014 al 2016, realizados dos veces al año, en el semestre I y semestre II.

3.6.2. Muestra

Se tomó como muestra para la implementación de las oportunidades de mejora, el Concurso de Admisión 2016 - II.

3.7. MATERIALES Y EQUIPOS

3.7.1. Normas, disposiciones legales y materiales técnicos

- Norma ISO 9000:2015 Sistema de Gestión de la Calidad – Fundamentos y vocabulario.
- NTP ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos
- Ley N° 30220. Ley Universitaria. 2014.
- Reglamento General de la Universidad Nacional Agraria La Molina. Resolución N° 001-2013-AU-UNALM.2013.
- Documentos del centro: Manual de Organización y funciones, manual de procedimientos diseñados anteriormente, material de difusión.
- Base de datos de las encuestas realizadas por el Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina.

3.7.2. Equipos

Para la realización del presente trabajo académico se requirieron los siguientes equipos:

- Laptop Lenovo. Intel Core i5

- Memoria Kingston USB de 8 GB
- Equipo celular
- Grabadora de voz
- Hojas bond, lapiceros

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se muestran los resultados de la investigación realizada, tanto para la FASE I. Análisis del Proceso, que comprendió la evaluación del contexto organizacional utilizando herramientas de gestión como el Análisis de las Fuerzas de Porter, el Análisis de la Cadena de Valor y el Análisis DAFO, también la identificación de problemas en base a herramientas de calidad y el listado de oportunidades de mejora identificadas para la implementación. Asimismo, se muestra los resultados de la FASE II. Mejora del Proceso, la cual incluye la implementación de las oportunidades de mejora y el rediseño de los procesos expresados en el Manual de Calidad y el Manual de Procedimientos (ver Cuadro 4).

En términos generales, el CAP, en la situación inicial estaba lejos de cumplir con los requisitos establecidos en la ISO 9001 y desarrollar con total eficacia el Proceso de Inscripción. Sin embargo, si se logra un proceso de mejora continua desde las mejoras identificadas, el Proceso de Inscripción, y los demás realizados por el CAP, tendrán la posibilidad de cumplir en un futuro con lo necesario para una certificación de calidad en sus procesos.

Es necesario para la UNALM tomar atención en la calidad del Concurso de Admisión, o sin ir tan lejos, en la efectividad con la que se realice, pues en el sector de la educación, universidades nacionales y particulares le están prestando importancia a este tema; el cliente de estos procesos son las personas que quieren realizar estudios de pregrado, y a ellos se les debe un excelente servicio y sobretodo la confianza de elegir a la UNALM como casa de estudios.

Se presenta finalmente, el plan de mejora para el Proceso de Inscripción reflejado en un Manual de Calidad y un Manual de Procedimientos, los cuales son producto de una identificación de la situación inicial del CAP en el mes de abril de 2016, y que después de un proceso de identificación e implementación de oportunidades de mejora, en el mes de

julio, habiendo culminado el Concurso de Admisión 2016 - II, se obtuvo los procedimientos documentados en este trabajo académico.

Cuadro 4: Resumen de Resultados y Discusión

<p>FASE I. Análisis del Proceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizaron 16 reuniones con el Jefe del CAP, semanalmente durante cuatro meses (abril 2016 – julio 2016). • Se realizó visitas semanales a la oficina del CAP, para entrevistar a un representante asignado de cada área: Sistemas, Administración, Promoción y la revisar la documentación interna del CAP (diagramas de flujo, MOF, Reglamento de Admisión) • Se identificó cuatro procesos principales realizados en el CAP: Promoción de Carreras Profesionales, Inscripción de Postulantes, Elaboración del Examen de Admisión y Atención de ingresantes. • El proceso analizado en el presente trabajo académico fue el Proceso de Inscripción de Postulantes en el Concurso de Admisión 2016-II. • Con el análisis de las Cinco Fuerzas competitivas de Porter, se obtuvo que el riesgo de ingreso de competidores es alto; la intensidad de la rivalidad entre los competidores actuales es alta, la presión de los productos sustitutivos es baja, el poder de negociación de los clientes es bajo y el poder de negociación de los proveedores es bajo. • Con el análisis de la Cadena de Valor del Proceso de Inscripción se identificó para las actividades principales y de apoyo, 13 procedimientos y se detalló las entradas, salidas, indicadores y recursos necesarios para llevarlos a cabo.
---	--

...continuación

<p>FASE I. Análisis del Proceso</p>	<ul style="list-style-type: none">• Del análisis DAFO, se identificaron 30 factores: ocho fortalezas, ocho debilidades, ocho oportunidades y seis amenazas.• Se identificaron 13 PCC con la herramienta Árbol de Decisiones de PCC, los mismos que se identificaron en el análisis de los diagramas de flujo de los procedimientos, realizados por el CAP.• Con el análisis de los diagramas de flujo del Proceso de Inscripción se identificaron los seis primeros problemas, siendo nuevamente enunciados en el desarrollo de la Lluvia de Ideas.• En la aplicación de la Lista de Verificación en base a la Norma ISO 9001:2015 al Proceso de Inscripción, el grado de cumplimiento fue de 22.4 por ciento, es decir los requisitos de la Norma son desarrollados parcialmente.• Se identificaron 19 problemas en el Proceso de Inscripción utilizando la herramienta Lluvia de Ideas y se definió que 6 problemas eran los más rápidos de resolver en base a los criterios de la herramienta Matriz de Selección de Problemas.• El problema principal fue que “no se garantiza el cumplimiento de las expectativas del postulante durante el Proceso de Inscripción”, se identificó sus causas, encontrándose 12 causas principales y 6 causas secundarias.
---	--

...continuación

<p>FASE II. Mejora del Proceso</p>	<ul style="list-style-type: none">• Se identificaron 14 oportunidades de mejora y con el uso de la Matriz Problemas – Oportunidades de Mejora, se asoció que oportunidades de mejora daban solución a los 19 problemas identificados.• Se organizaron 4 grupos de trabajo para las actividades de Sistemas, Administración, Documentación de los Procedimientos y Publicidad del Concurso de Admisión.• Se identificó el tiempo y costo para la implementación de las oportunidades de mejora siendo el tiempo cuatro meses y la inversión económica de S/ 330,966.78 soles.• Se realizó el rediseño de los procedimientos identificados en la Cadena de Valor del Proceso de Inscripción, reduciendo estos de 13 en la situación inicial a 8, después de la implementación de oportunidades de mejora.• Con la implementación del plan de mejora se logró que el grado de cumplimiento de la lista de verificación aumente a 68.82 %, es decir que luego de la implementación los requisitos se desarrollaron sistemáticamente de acuerdo a la Norma.• Se elaboró el Manual de Calidad y el Manual de Procedimientos, basados en los procedimientos definidos luego de la implementación de las oportunidades de mejora.
--	--

FUENTE: Elaboración propia

4.1. DESCRIPCIÓN DEL CAP

4.1.1. General

El Centro de Admisión y Promoción (CAP) de la UNALM es una dependencia del Vicerrectorado Académico de la Universidad y es el encargado de realizar la convocatoria para el Concurso de Admisión a las diversas especialidades que brinda a la universidad.

El CAP tiene el principal propósito de difundir las carreras profesionales que ofrece la UNALM, esto a través de ferias vocacionales a alumnos de nivel secundaria, charlas en la universidad a alumnos de cuarto y quinto de secundaria y alumnos de academias pre universitarias, y todo público interesado en seguir estudios de pregrado en la UNALM.

En cada Concurso de Admisión, el CAP tiene como funciones el apoyar al Jurado del Concurso en la planificación, supervisión y evaluación de los procesos de admisión e ingreso; además de llevar el registro de los postulantes para las modalidades de ingreso. El Concurso de Admisión de la UNALM se anuncia mediante convocatoria pública y realiza una selección que evalúa la capacidad de razonamiento, los conocimientos y el pensamiento crítico de los postulantes, y examina tanto sus actitudes como aptitudes.

La misión y la visión del CAP, basadas en el Reglamento General de la UNALM y descritas en su Manual de Organización y Funciones, son las siguientes:

- **MISIÓN:** “El Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina (CAP - UNALM) tiene la misión de planificar, diseñar, organizar, ejecutar y evaluar los procesos de admisión en pregrado, así como promocionar las diferentes carreras profesionales que ofrece la universidad y realizar investigaciones que permitan seleccionar candidatos con las condiciones básicas para iniciar o continuar estudios en la UNALM”.
- **VISIÓN:** “Ser una unidad acreditada y reconocida dentro y fuera del país por planificar, organizar, implementar, controlar y evaluar las actividades relacionadas con la Promoción de Carreras Profesionales y con el Concurso de Admisión en sus diferentes modalidades en el marco de una filosofía de calidad. Llegar a ser una

unidad directamente dependiente del Vicerrectorado Académico y formar parte integrante de un Sistema de Admisión en la UNALM".

4.1.2. Infraestructura y ambiente de trabajo

El CAP está ubicado dentro del campus universitario, cuenta con una oficina de una planta, la cual está compartida en un área de trabajo, oficina del Jefe de la dependencia, un *kitchen*, servicios higiénicos para damas y caballeros, y dos depósitos de materiales y archivos.

La atención al público en la oficina se realiza en el área de trabajo, donde están ubicadas las mesas y los escritorios del personal permanente del CAP. Asimismo, se cuenta con líneas telefónicas anexas a la línea principal de la UNALM y dos líneas independientes, cableado de red y señal inalámbrica. Se cuenta con computadoras de escritorio, computadoras personales e impresoras.

El ambiente de trabajo se basa en el respeto entre los trabajadores, personal permanente y el grupo de apoyo, quienes además tienen constante contacto con el cliente del CAP, para brindarles la información necesaria de las carreras profesionales y resolver sus dudas y así decidir por la UNALM como opción de casa de estudios.

En general, si se tuviese que dar una apreciación de la evaluación de la ergonomía en la oficina, se diría que algunas mejoras como la ubicación de las mesas de trabajo, las condiciones físicas de los muebles y las condiciones de seguridad, podrían aportar más comodidad al trabajador.

4.1.3. Personal

El CAP está conformado por cinco personas de plaza permanente y un grupo de apoyo, además de los promotores (estudiantes y docentes) quienes participan en las ferias y charlas ofrecidas para el público objetivo.

La Figura 18, muestra una representación del organigrama a nivel de jerarquía interna, ya que orgánicamente el CAP depende del Vicerrectorado Académico de la UNALM., además durante el Concurso de Admisión, trabaja en conjunto con el Jurado del Concurso (con jerarquía propia). En el Anexo 3 se muestra la estructura orgánica del Centro de Admisión y Promoción, documentado en el Manual de Organización y Funciones del CAP redactado en el año 2014.

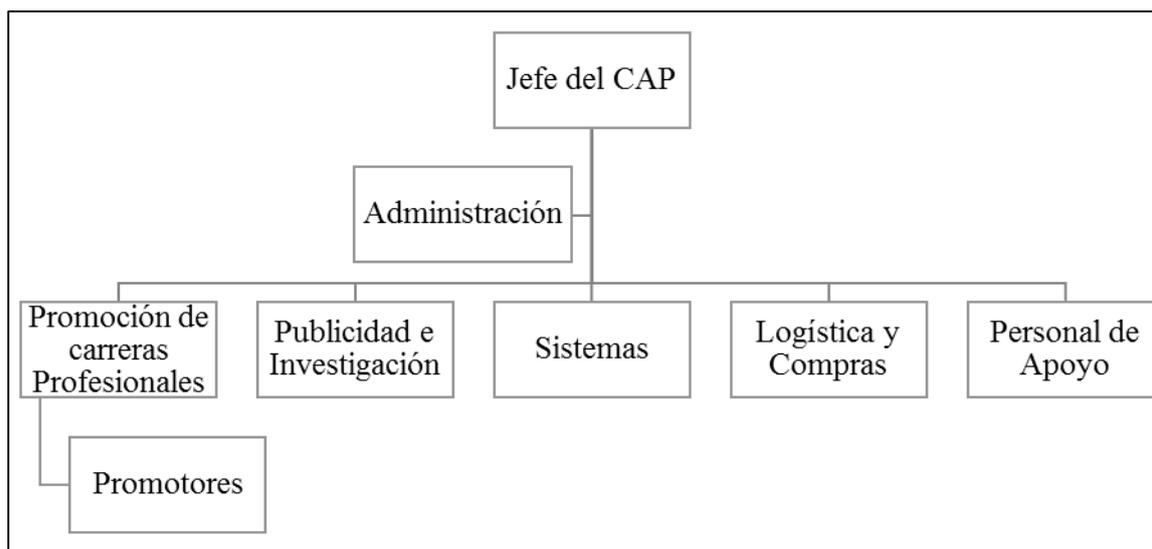


Figura 18: Organigrama del CAP UNALM

FUENTE: Elaboración propia

El Jefe del CAP es un docente ordinario elegido por concurso interno de méritos y tiene bajo su responsabilidad el planificar, dirigir, supervisar y controlar los procedimientos realizados por la dependencia a fin que cumpla con las disposiciones finales establecidas.

El personal permanente es personal administrativo o técnico que están sujetos al régimen de los servidores públicos, el grupo de apoyo y los promotores son docentes y alumnos que colaboran con el cumplimiento de las funciones del CAP.

4.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS PRINCIPALES DEL CAP

La UNALM, mediante su Centro de Admisión y Promoción convoca dos veces al año a Concurso de Admisión para seleccionar nuevos alumnos para las doce carreras profesionales

ofrecidas a través de ocho facultades.

Del Estatuto vigente de la UNALM (2015), el Centro de Admisión y Promoción tiene bajo su responsabilidad:

- Promocionar las carreras profesionales que ofrece la UNALM;
- Apoyar a la Comisión Permanente de Ingreso en la planificación, supervisión y evaluación de los procesos de admisión e ingreso;
- Ejecutar lo planificado por la Comisión Permanente de Ingreso;
- Llevar el registro de postulantes y admitidos a la UNALM, de todas las modalidades de ingreso; y
- Todas las demás funciones que se estipulen en el presente Estatuto y el Reglamento General de la UNALM.

De lo anterior, se pudo describir entonces los principales procesos que realiza el CAP para el cumplimiento de sus funciones.

a. Promoción de carreras profesionales

La promoción de carreras profesionales tiene como principales objetivos el de mantener e incrementar la tendencia de postulantes a la UNALM; establecer mecanismos de motivación a los jóvenes que postulan a esta casa de estudios; posicionar la imagen de la UNALM en los futuros postulantes; y atraer centros de preparación preuniversitaria cuya enseñanza está dirigida a otras universidades.

Las acciones realizadas en este proceso principalmente son la realización de talleres, publicidad a través de diferentes medios de comunicación: publicidad impresa o de calle, publicidad en prensa, publicidad en redes sociales, e-mail marketing y atención personalizada.

La realización de talleres es la principal actividad realizada en el proceso de promoción de carreras. Aunque no está definido el nombre para cada tipo de taller que se realiza, se pueden identificar dos tipos: los macro talleres, conocidos como Taller de Carreras Profesionales, para los cuales las fechas están establecidas en el Calendario de Admisión y se realiza dos semanas antes de iniciar la inscripción de

postulantes. Se realizan en el Auditorio Principal de la UNALM y en dos turnos por día; y los micro talleres, los cuales se realizan para público específico, como colegios que han solicitado una visita guiada a la UNALM o academias preuniversitarias de preparación no exclusiva para la UNALM invitadas.

b. Inscripción de postulantes

De acuerdo al Artículo 30° del Reglamento General de la UNALM, “el ingreso para realizar estudios profesionales en la Universidad puede efectuarse en las siguientes modalidades:

- Concurso Ordinario.
- Traslado de Matrículas de Otras Modalidades.
- Exoneración del Concurso de Admisión por tratarse de titulados o graduados en centros educativos de nivel superior universitario.
- Exoneración del Concurso de Admisión por tratarse de los dos primeros alumnos de los Centros Educativos de nivel secundario en el área de influencia de la Universidad, conforme a ley.
- A través del Centro de Estudios Preuniversitario de la Universidad Nacional Agraria La Molina.
- Otras Modalidades establecidas en convenios y compromisos definidos por ley".

La inscripción de los postulantes para las diferentes modalidades de ingreso a la UNALM se da según fecha del Calendario de Admisión. El Proceso de Inscripción tiene como principal finalidad asegurar la identidad del postulante, desde el registro de sus datos vía internet, entrega de documentación (en las modalidades requeridas), verificación de datos después de realizada la inscripción, comprobación de la misma el día del Examen de Admisión y en el momento en que el postulante haya alcanzado una vacante en el Concurso de Admisión.

Se debe garantizar que el postulante cumpla los requisitos exigidos por la modalidad por la que postula, además de la veracidad de su identidad y su registro correcto de datos personales para uso en las diferentes dependencias de la universidad al concluir el Proceso de Inscripción.

El Proceso de Inscripción tiene como principales herramientas el Prospecto de Admisión y el Sistema de Inscripción del Postulante, ambas utilizadas por los postulantes al momento de la inscripción virtual, que según modalidad de ingreso se puede dividir en tres tipos : 1) Concurso Ordinario, 2) Otras Modalidades, 3) CEPRE UNALM (no se consideró en el presente trabajo académico); la variación de la inscripción de los postulantes depende de los días de inscripción según Calendario de Admisión, requisitos para postular y los días de inscripción extemporánea (ver Figura 19).

<p>1. Inscripción virtual para Concurso Ordinario</p>
<p>2. Inscripción virtual para Otras Modalidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traslado Externo de Otras Universidades • Exonerados 1ro. Y 2do. Puestos de Colegio de Educación Secundaria • Exonerados Graduado o Titulado Universitario • Víctimas del Terrorismo (Ley N° 27277) • Personas con Discapacidad (Ley N° 29973) • Promoción y Desarrollo del Deporte (Ley N° 28036) • Plan Integral de Reparaciones - PIR (Ley N° 28592) • Bachillerato Convenio con UNALM • Convenio Andrés Bello • Becario Extranjero • Diplomático y Funcionario Internacional Extranjero • Diplomático y Funcionario Internacional Peruano • Centro Regional de Formación Meteorología
<p>3. Inscripción virtual para la CEPRE UNALM</p>

Figura 19: Tipo de inscripción virtual según modalidad de ingreso

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

Esta inscripción extemporánea tiene un costo adicional al pago por derecho de admisión y es independiente de la modalidad a la que se postula. El costo está establecido en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) en % UIT, siendo este del 1.32 %.

El postulante puede elegir hasta tres carreras profesionales, según su preferencia, al momento de postular, pero en base a la nota obtenida en el Examen de Admisión, se le asignará la vacante solo a una de las opciones de carrera profesional. Esto en las modalidades de Concurso Ordinario y dentro de Otras Modalidades, los exonerados de 1ro y 2do puestos, los exonerados por las leyes en mención y el bachillerato internacional. En las modalidades restantes, el postulante concursa por una vacante a una única opción de carrera profesional.

El pago por derecho de admisión se realiza según la modalidad de ingreso y el tipo de colegio donde se culminaron los estudios secundarios o universidad de procedencia. El monto asignado se encuentra en el TUPA y expresados en % UIT, lo que equivalente en monto soles se muestra en la Figura 20. La institución financiera donde se realiza este pago es el Banco de Crédito del Perú (BCP).

MODALIDAD DE INGRESO		COLEGIO O UNIVERSIDAD DE PROCEDENCIA	
		GESTIÓN PÚBLICA	GESTIÓN PRIVADA
a.	Concurso Ordinario	S/. 313.00	S/. 470.00
b.	Traslados Externos de otras Universidades	S/. 679.00	S/. 1 044.00
c.	Exonerados 1ro. y 2do. Puestos de Colegios	S/. 365.00	S/. 522.00
d.	Exonerados según Ley 27277 - Víctimas de Terrorismo	S/. 365.00	S/. 522.00
e.	Exonerados según Ley 29973 - Personas con Discapacidad	S/. 365.00	S/. 522.00
f.	Exonerados según Ley 28036 - Promoción y Desarrollo del Deporte	S/. 365.00	S/. 522.00
g.	Exonerados según Ley 28592 - Plan Integral de Reparaciones-PIR (*)	-	-
h.	Exonerados Graduados o Titulados Universitarios	S/. 2 088.00	
i.	Bachillerato en Convenio con la UNALM	S/. 2 088.00	
j.	Convenio Andrés Bello	S/. 2 088.00	
k.	Becario Extranjero	S/. 2 088.00	
l.	Diplomáticos y Funcionarios Internacionales Extranjeros	S/. 2 088.00	
m.	Diplomáticos y Funcionarios Internacionales Peruanos	S/. 2 088.00	
n.	Convenio Centro Regional de Formación en Meteorología (CRFM)	S/. 2 088.00	

Figura 20: Pago por Derecho de Admisión (expresado en soles)

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

En la Figura 21 se muestra la representación de los subprocesos realizados en el Proceso de Inscripción para el cumplimiento del objetivo final. Se puede dividir al proceso en tres etapas:

1. Apertura de la inscripción: el CAP realiza los procedimientos necesarios para poder dar inicio a la inscripción de los postulantes al Concurso de Admisión. De esta etapa lo más resaltante es tener listas las herramientas de la inscripción virtual.
2. Desarrollo de la inscripción: es decir la recepción y revisión de documentos para postulantes de Otras Modalidades y la inscripción virtual de los postulantes.
3. Post inscripción virtual: principalmente comprobar que se aseguró la identidad del postulante.

c. Examen de admisión

La elaboración del Examen de Admisión es el proceso a cargo de la Comisión Permanente de Ingreso y el CAP y de acuerdo a la modalidad de ingreso se divide en: Ordinario, de Evaluación Académica Individual y Especial. Los dos primeros se aplican en la fecha publicada en el Calendario de Admisión y para los postulantes de Concurso Ordinario y Otras Modalidades: Exonerados por Primeros Puestos de colegio, Bachillerato en Convenio con la UNALM, Víctimas de Terrorismo, Personas con Discapacidad, Deportistas Destacados, Plan Integral de Reparaciones y Traslado Externo de Otras Universidades.

El Examen de Admisión Ordinario contiene 100 entre las materias: Razonamiento Verbal, Razonamiento Matemático, Álgebra, Trigonometría, Aritmética, Geometría, Biología, Física y Química. La duración del examen es de tres horas. El Examen de Evaluación Académica Individual contiene 20 preguntas de Razonamiento Verbal y 14 de Razonamiento Matemático, la duración es de 100 minutos y el postulante debe obtener mínimo 14 de nota para alcanzar una vacante de ingreso.

Para la elaboración de estos exámenes, se convocan docentes de las áreas básicas y se les solicita un mínimo de 25 preguntas estratificadas en niveles de dificultad (difícil, intermedio y fácil), estas son ingresadas al banco de preguntas y finalmente se eligen las preguntas que formaran parte de los exámenes.

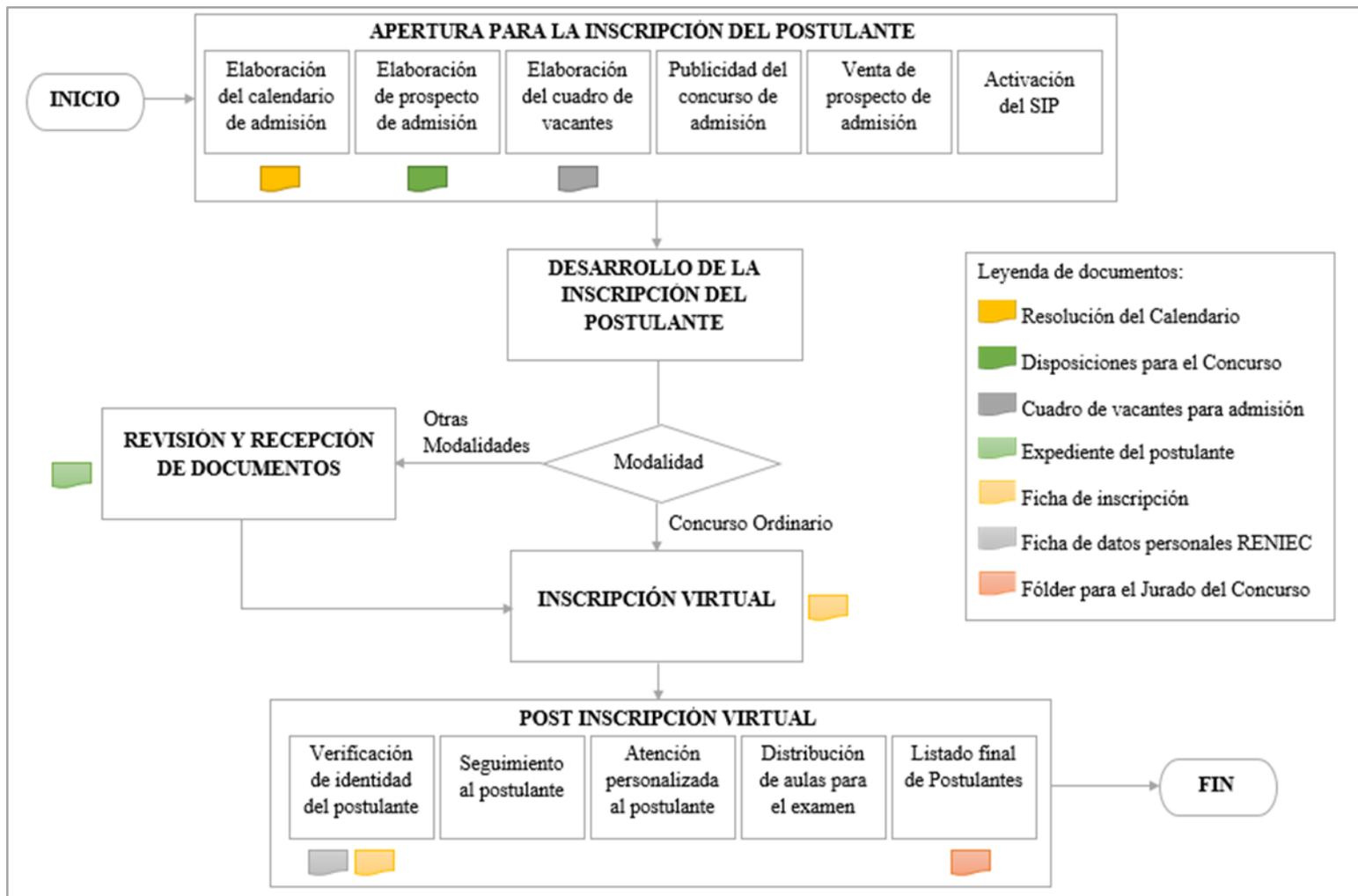


Figura 21: Diagrama de Flujo del Proceso de Inscripción de Postulante

FUENTE: Elaboración Propia

El CAP está apoya al Jurado del Concurso en lo necesario para la impresión en físico de los exámenes, la preparación de los sobres con los exámenes para la entrega a los docentes responsables el día del Examen de Admisión y de los materiales que utilizan los postulantes: lápices, borradores, tajadores y fichas ópticas.

Posterior al Examen de Admisión, se procede a la calificación electrónica de las pruebas, se establece el orden de mérito de los postulantes según sus calificaciones y se realiza los informes correspondientes al desarrollo del examen, la relación de ingresantes, resultados estadísticos del concurso, entre otros.

d. Atención de ingresantes

Del Artículo 169° del Estatuto vigente de la UNALM (2015) “todos los postulantes que alcancen plaza vacante ingresarán a la UNALM por estricto orden de mérito cumpliendo el perfil del ingresante que la UNALM establezca. Sin perjuicio de ello, las personas con discapacidad tienen derecho a una reserva del cinco por ciento (5 %) de las vacantes ofrecidas en los procedimientos de admisión”.

Establecido lo anterior, la atención de ingresantes es el proceso que tiene por objetivo verificar que la identidad de los ingresantes cumpla con la indicada en el momento de la inscripción, además asignarle el código de matrícula correspondiente y verificar los documentos y requisitos necesarios como calidad de ingresante. El resultado de este proceso es la entrada del proceso de matrícula, el cual está a cargo de la Oficina de Bienestar Universitario y la Oficina de Estudios y Registros Académicos.

En el Anexo 4 se muestra las indicaciones a los ingresantes para la atención correspondiente y que inicia cuatro días después del Examen de Admisión. Los principales actores involucrados son el Equipo del CAP, la Oficina de Bienestar Universitario y la Oficina de Estudios y Registros Académicos.

4.3. RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA MEJORA DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Para realizar encontrar las oportunidades de mejora a implementar, se realizó las siguientes actividades: reuniones y entrevistas con el Equipo del CAP, así como la evaluación del contexto organizacional en base a las herramientas de gestión indicadas en la metodología.

Además se realiza la identificación de problemas en base a las herramientas de calidad y la identificación de oportunidades de mejora mediante la priorización resultante de la Matriz de Selección de Problemas, estas actividades fueron desarrolladas para cumplir los objetivos específicos 2 y 3.

4.3.1. Resultados de la evaluación del contexto organizacional

En esta sección se analiza al CAP en base a las herramientas de gestión que permiten determinar las cuestiones externas e internas pertinentes para el propósito y la dirección estratégica, como indica el apartado 4.1. Compresión de la organización y de su contexto de la Norma ISO 9001:2015.

El CAP, como se describió anteriormente, es dependencia del Vicerrectorado Académico y es el encargado de promocionar las carreras profesionales y desarrollar el Concurso de Admisión de la UNALM; por lo tanto, sus cuestiones externas están relacionadas al desempeño de la UNALM en el sistema educativo, y las internas en cómo se desarrollan los procedimientos para el cumplimiento de los objetivos.

a. Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter

Luego de realizar el Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter (2009), se obtuvo como resultado que el riesgo de que entren más competidores es alto; la intensidad de la rivalidad entre los competidores actuales es alta; la presión proveniente de los productos sustitutos es baja; el poder de negociación de los clientes es bajo y el poder de negociación de los proveedores es bajo. En la Figura 22 se puede observar de manera resumida los principales resultados de este análisis.

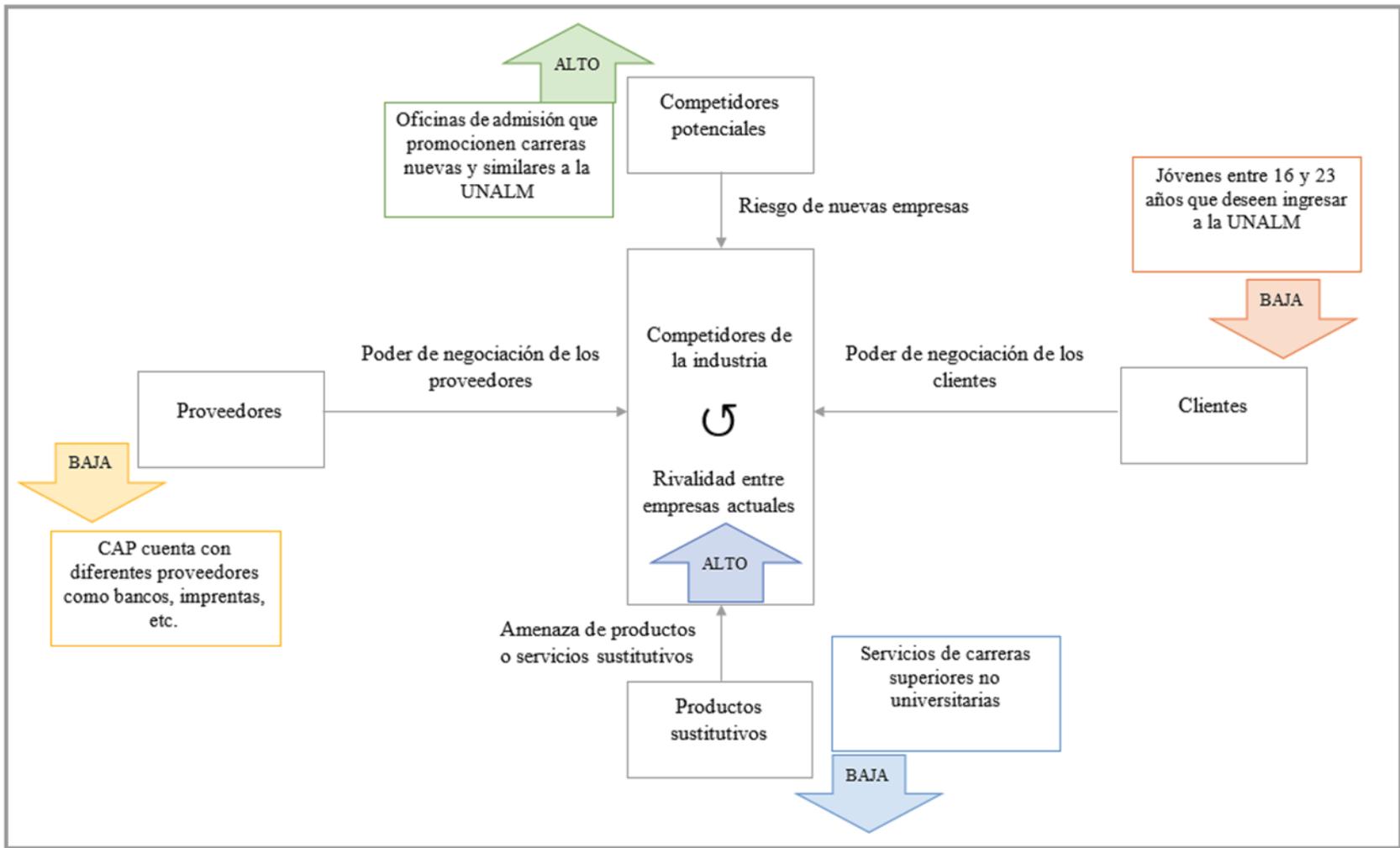


Figura 22: Cinco fuerzas competitivas de Porter de la UNALM

FUENTE: Elaboración propia

- **Competidores potenciales – Riesgo de nuevas empresas**

Conforme pasan los años, se observa que las carreras de la UNALM han obtenido mayor demanda laboral, por lo que, universidades como Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Universidad Científica del Sur, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad Alas Peruanas, entre otras; han incrementado en su cartera de carreras profesionales ofrecidas, aquellas que se han sido desarrolladas por primera vez en la UNALM, como las carreras de Ingeniería Ambiental, Industrias Alimentarias e Ingeniería en Gestión Empresarial; que de manera coincidente son tres de las cuatro carreras más demandadas por los postulantes en los exámenes de admisión 2014 – I al 2015 – II. Debido a esto, se puede decir que el riesgo de que entren más competidores es alto, pues existen otras universidades reconocidas a nivel nacional que pueden adaptar la estrategia de creación de estas carreras de alta demanda en el mercado laboral.

Además, existen otros factores como el requerimiento de capital (por su infraestructura, equipamiento, marketing, etc.); la tecnología a utilizar para la producción y entrega del servicio; así como la inversión en marketing y publicidad; todos estos al alcance de las universidades particulares en nuestro país.

Sin embargo, respecto a la probabilidad de ingreso de nuevas universidades con estas mismas carreras no es viable, ya que según el marco legal que regula la creación y funcionamiento de universidades en el Perú, establece por medio de la Ley N°29971, publicada el 22 de diciembre de 2012, la moratoria de la creación de universidades públicas y privadas por cinco años; lo cual rige para la creación de filiales también.

- **Competidores de la industria – Rivalidad entre empresas actuales**

Actualmente la intensidad de la rivalidad entre los competidores actuales es alta, y esto responde a la competencia con carreras profesionales iguales o similares en universidades privadas o nacionales. La única universidad privada que se presenta como competencia directa, al ofrecer casi el 60 % de las carreras impartidas por la UNALM, como se puede observar en la Cuadro 5, es la Universidad Científica del Sur.

Cuadro 5: Competidores de la UNALM

TIPO DE COMPETENCIA	NOMBRE DE UNIVERSIDAD	CARRERA IMPARTIDA	CARRERA EQUIVALENTE EN LA UNALM
Directa	Universidad Científica del Sur	Ingeniería y Gestión Ambiental	Ingeniería Ambiental
		Ingeniería de sistemas empresariales	Ingeniería en Gestión Empresarial
		Medicina Veterinaria y Zootecnia	Zootecnia
		Biología Marina y Eco negocios	Biología
		Arquitectura y urbanismo ambiental	Ingeniería Agrícola
		Ingeniería de negocios Agro - Forestales	Agronomía/Ingeniería Forestal
Indirecta	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	Ciencias Biológicas	Biología
		Estadística	Ingeniería Estadística e Informática
		Ciencia de los Alimentos	Industrias Alimentarias
		Economía	Economía
	Universidad Nacional de Ingeniería	Ingeniería Ambiental	Ingeniería Ambiental
		Ingeniería Económica	Economía
		Ingeniería Estadística	Ingeniería Estadística e Informática
	Universidad Nacional del Callao	Ciencias Administrativas	Ingeniería en Gestión Empresarial
		Ciencias Económicas	Economía
		Ingeniería Pesquera	Ingeniería Pesquera
		Ingeniería de Alimentos	Industrias Alimentarias
		Ingeniería Ambiental	Ingeniería Ambiental

FUENTE: Navarro (2014).

Elaboración Propia

Dentro de las universidades nacionales que ofrecen algunas de las carreras ofrecidas por la UNALM y otra gama de carreras profesionales que no se encuentran ligadas al sector de desarrollo de las carreras de la UNALM; motivo por el cual se las consideró como competencia indirecta fueron:

- La Universidad Mayor de San Marcos
- La Universidad Nacional de Ingeniería
- La Universidad Nacional del Callao

Como se puede apreciar la competencia de carreras profesionales similares a la UNALM, son ofrecidas por universidades posicionadas en el sector educativo, con amplia trayectoria y demostrada calidad profesional de sus egresados.

- **Productos sustitutivos**

La presión proveniente de los productos sustitutivos para la UNALM está determinada por los servicios de educación terciaria no universitaria, y por lo tanto es considerada baja, pues a pesar de que las instituciones superiores no universitarias están en crecimiento, ofrecen carreras no similares a las impartidas por la UNALM; además la política de la Universidad en el CAP es de no convalidar cursos por motivos de traslado de estudiantes provenientes de Institutos.

Por otro lado, se debe considerar que en nuestra sociedad los estudios técnicos, en la mayoría de los casos, no son valorados en el mercado laboral como los estudios realizados en una universidad.

- **Poder de negociación de los clientes**

En general, se puede decir que el poder de negociación de los clientes es bajo, pues los clientes han sido identificados como aquellos jóvenes entre 16 y 23 años que hayan culminado de manera satisfactoria el nivel de educación secundaria, el año previo a la inscripción del Examen de Admisión, quienes deben adecuarse a las políticas de la UNALM, sin lugar a apelaciones siempre y cuando la consulta se encuentre en el reglamento de la Universidad publicado en todos los prospectos de admisión, dispuestos a la venta en cada Concurso de Admisión.

- **Poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación de los proveedores es bajo ya que estos son variables, para el caso de compras, son convocados mediante concurso público, al ser la UNALM una entidad del Estado. El proveedor que ofrezca el menor precio para cubrir la necesidad, es el que será elegido para ese momento determinado.

Además de estos proveedores, existen las instituciones que trabajan en procesos complementarios al Concurso de Admisión, como el caso de Teledistribución S.A. (TELETICKET) para la venta de prospectos, bancos para realizar los pagos de admisión por parte de los alumnos, entre otros. De igual forma su poder de negociación es bajo, ya que se ofrecen tarifas asignadas al servicio y fijadas bajo un contrato a largo plazo con la UNALM.

- b. Análisis de la cadena de valor del CAP - UNALM**

Se realizó el Análisis de la Cadena de Valor (Porter, 2002) del CAP identificando las actividades primarias y de apoyo. En la Figura 23 se puede observar gráficamente las actividades que constituyen ésta y la definición para cada una:

- **Actividades Primarias**

Las actividades primarias para el CAP, tienen como procesos principales los que contribuyen de manera directa a la obtención del producto, entendido como ingresante (que alcanzó una vacante en el Concurso de Admisión) y que cumple con los requisitos establecidos para iniciar sus estudios de pregrado en la UNALM.

- Logística de entrada: esta actividad comprende los procesos de atracción de alumnos preuniversitarios que estén interesados en las carreras ofrecidas por la UNALM o en carreras afines y la inscripción de los postulantes que participarán en el Concurso de Admisión realizado por la UNALM.
- Operaciones: esta actividad comprende los procesos de planificación, organización y conducción del concurso de admisión, evaluación de estrategias de promoción de las carreras profesionales, realización de investigaciones conducentes a la mejora del concurso de admisión y de los instrumentos de selección de estudiantes de acuerdo al perfil requerido por la UNALM.
- Logística de salida: conformada por los procesos de emisión de resultados del

Examen de Admisión, asignación de vacantes y verificación de identidad del ingresante. Además del proceso de atención de ingresantes, es decir, una vez alcanzada una vacante, el alumno ingresante debe iniciar con los trámites de su matrícula, y lo hace en el Centro de Admisión y Promoción. El alumno ingresante y con un código de matrícula asignado, es la entrada correspondiente al proceso de matrícula, que está bajo la responsabilidad de la Oficina de Bienestar Universitario y la Oficina de Estudios y Registros Académicos.

- Mercadotecnia y ventas: esta actividad comprende el proceso de promoción de carreras profesionales con el cual se da a conocer las especialidades de la UNALM y los beneficios de las mismas al mercado. En este proceso se identifica también a los potenciales postulantes a la UNALM y se les brinda información y talleres vivenciales (prospectar a alumnos de academias preuniversitarias no especializadas en preparación para la UNALM). El resultado del proceso es obtener postulantes para el Concurso de Admisión y posicionar la imagen de la universidad en la mente del público en general. Asimismo, incluye el manejo de las redes sociales con actualización constante de la información que debe ser difundida de manera rápida.
- Servicio: esta actividad tiene como proceso la Atención Personalizada del Público, mediante el cual se le brinda información a toda persona interesada en las carreras profesionales de la UNALM, así como en su Concurso de Admisión y el procedimiento de inscripción que debe seguir para poder concursar. La atención puede ser vía telefónica, correo electrónico, redes sociales y presenciales.

- **Actividades de apoyo**

Estas actividades permiten que las actividades primarias del CAP puedan realizarse con el apoyo adecuado, de tal manera que el CAP pueda cumplir de manera exitosa las funciones que tiene bajo su responsabilidad.

- Adquisición: dentro de estas actividades se encuentran las compras realizadas para el Jurado del Concurso, el Concurso de Admisión y la preparación para su desarrollo, además de los materiales necesarios para la promoción de las carreras profesionales así como los que se necesita para el desarrollo de las actividades diarias en la oficina del CAP y para su personal.

- Desarrollo tecnológico: engloba las actividades de Sistemas, donde se ve involucrado el desarrollo y mantenimiento del sistema de inscripción del postulante, revisión de los exámenes de admisión a través de un software especializado y el lector de fichas ópticas; publicación de los resultados de admisión con el puntaje y orden de mérito obtenido por cada ingresante, además de la página web que tiene información necesaria para los postulantes.
- Administración de Recursos Humanos: esta actividad comprende la selección de los promotores quienes apoyan en los talleres de carreras profesionales como parte del proceso de Promoción de carreras, además el contacto con los docentes que también forman parte del grupo de apoyo. Como el CAP no cuenta con autonomía orgánica, el personal permanente que labora en la oficina es reclutada y seleccionada bajo concurso público y por la UNALM.
- Infraestructura organizacional: dentro de esta categoría se encuentran las actividades de Elaboración de Cuadro de Necesidades, Gestión de Proveedores, Recepción de Resoluciones Académicas, Emisión de Comprobantes de Pago (por derecho de admisión y compra de Prospecto de Admisión). Estas actividades permiten que el desempeño del CAP cumpla con procedimientos establecidos por la UNALM, pues son realizadas en conjunto con otras dependencias, como la oficina de, Oficina de Bienestar Universitario y Vicerrectorado Académico.

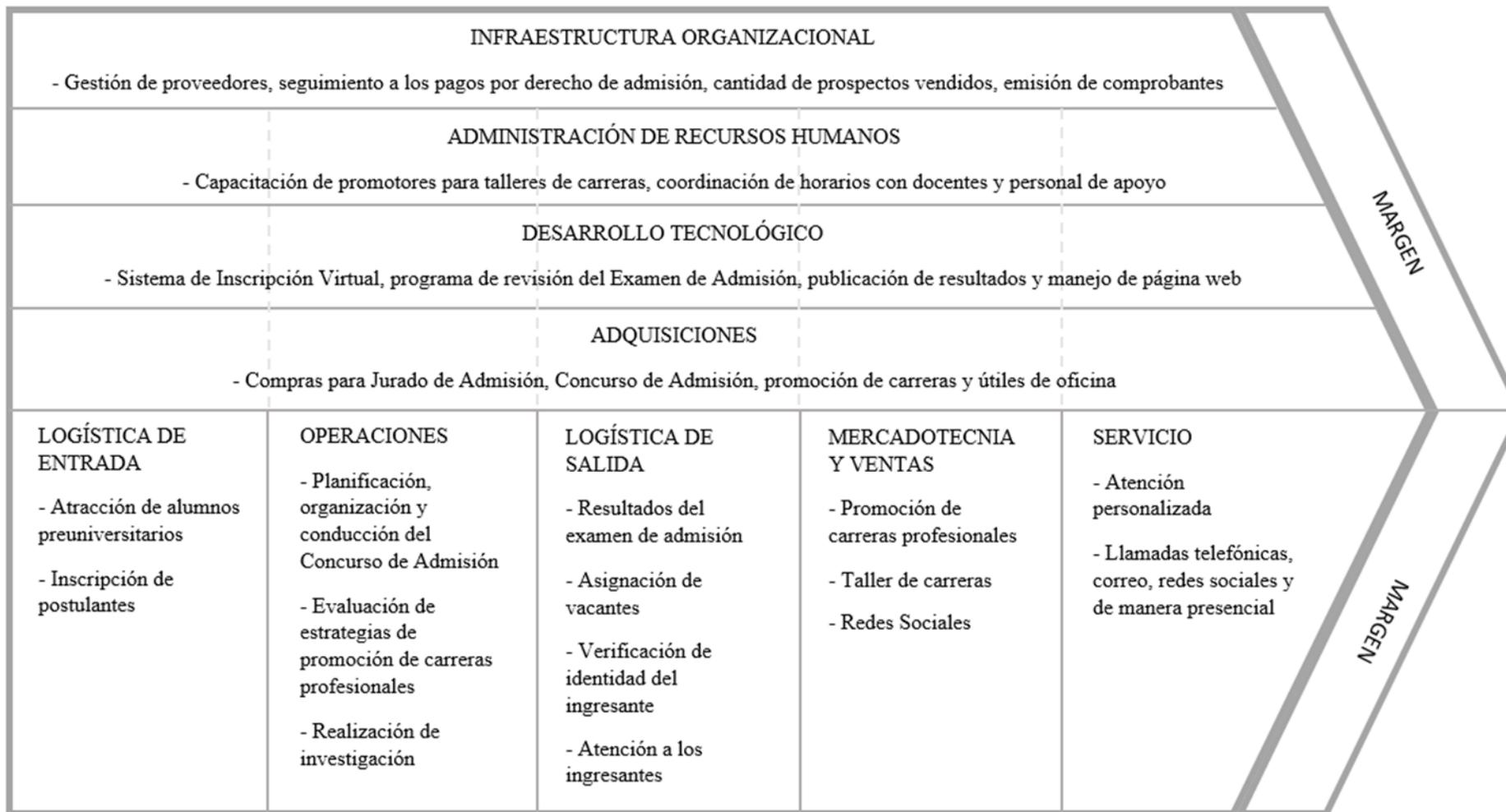


Figura 23: Cadena de Valor del CAP

FUENTE: Elaboración propia

c. Análisis de la cadena de valor del proceso de inscripción

Se realizó también el análisis de la Cadena de Valor (Porter, 2002) para el Proceso de Inscripción, que es el objeto central de estudio del presente trabajo académico.

La identificación de las actividades es más específica; sin embargo, se observa que respecto a las actividades de apoyo, algunas coinciden con la cadena de valor del CAP. En la Figura 24, se muestra la representación de la cadena de valor del Proceso de Inscripción.

• **Actividades Primarias**

- Logística de entrada: esta actividad comprende los procedimientos de elaboración y aprobación del calendario de inscripción, determinación de vacantes para el Concurso de Admisión UNALM, elaboración del Prospecto de Admisión y activación del sistema de inscripción del postulante (SIP).
- Operaciones: esta actividad comprende la inscripción virtual del postulante, recepción y revisión de documentos de los postulantes de Otras Modalidades, y verificación y validación de la identidad del postulante.
- Logística de salida: conformada por el procedimiento de emisión de lista de postulantes inscritos, quienes se encuentran aptos para rendir el Examen de Admisión, pues cumplen con los requisitos establecidos por cada modalidad. Además la distribución de aulas para el rendimiento del Examen de Admisión bajo parámetros establecidos como las modalidades de ingreso, edad de los postulantes y orden alfabético de los apellidos.
- Mercadotecnia y ventas: esta actividad comprende la publicidad del Concurso de Admisión, venta de prospectos de admisión y publicidad del Calendario de Admisión en redes sociales, medios masivos de comunicación, materiales físicos, entre otros.
- Servicio: esta actividad tiene como procedimientos la asesoría durante la inscripción virtual de los postulantes; el seguimiento a los postulantes inscritos, mediante llamadas para la verificación de datos, correos electrónicos para información sobre el día del Examen de Admisión y atención a cualquier duda que quieran realizar.

- **Actividades de apoyo**

Estas actividades permiten que las actividades primarias del Proceso de Inscripción puedan realizarse con el apoyo adecuado, de tal manera que en conjunto se cumpla con el objetivo de: asegurar la identidad de los postulantes inscritos en el Concurso de Admisión.

- Adquisición: dentro de estas actividades se encuentran la elección de proveedores para la publicidad del Proceso de Inscripción en medios masivos de comunicación, elección de proveedores para la elaboración del Prospecto de Admisión y la compra de los materiales necesarios para el proceso.
- Desarrollo tecnológico: engloba las actividades de Sistemas, donde se ve involucrado el desarrollo y mantenimiento del Sistema de Inscripción del Postulante, además de manejo de base de datos para la validación y verificación de la identidad del postulante.
- Administración de Recursos Humanos: esta actividad comprende la selección del personal de apoyo del Centro de Admisión para los meses de inscripción de postulantes y el desarrollo del Concurso de Admisión. Además de la capacitación para la atención a los postulantes.
- Infraestructura organizacional: dentro de esta categoría se encuentran las actividades de gestión de proveedores, seguimiento a los pagos de derecho de admisión, seguimiento a la cantidad de prospectos vendidos, emisión de comprobantes de pago (por derecho de admisión y compra de Prospecto de Admisión).

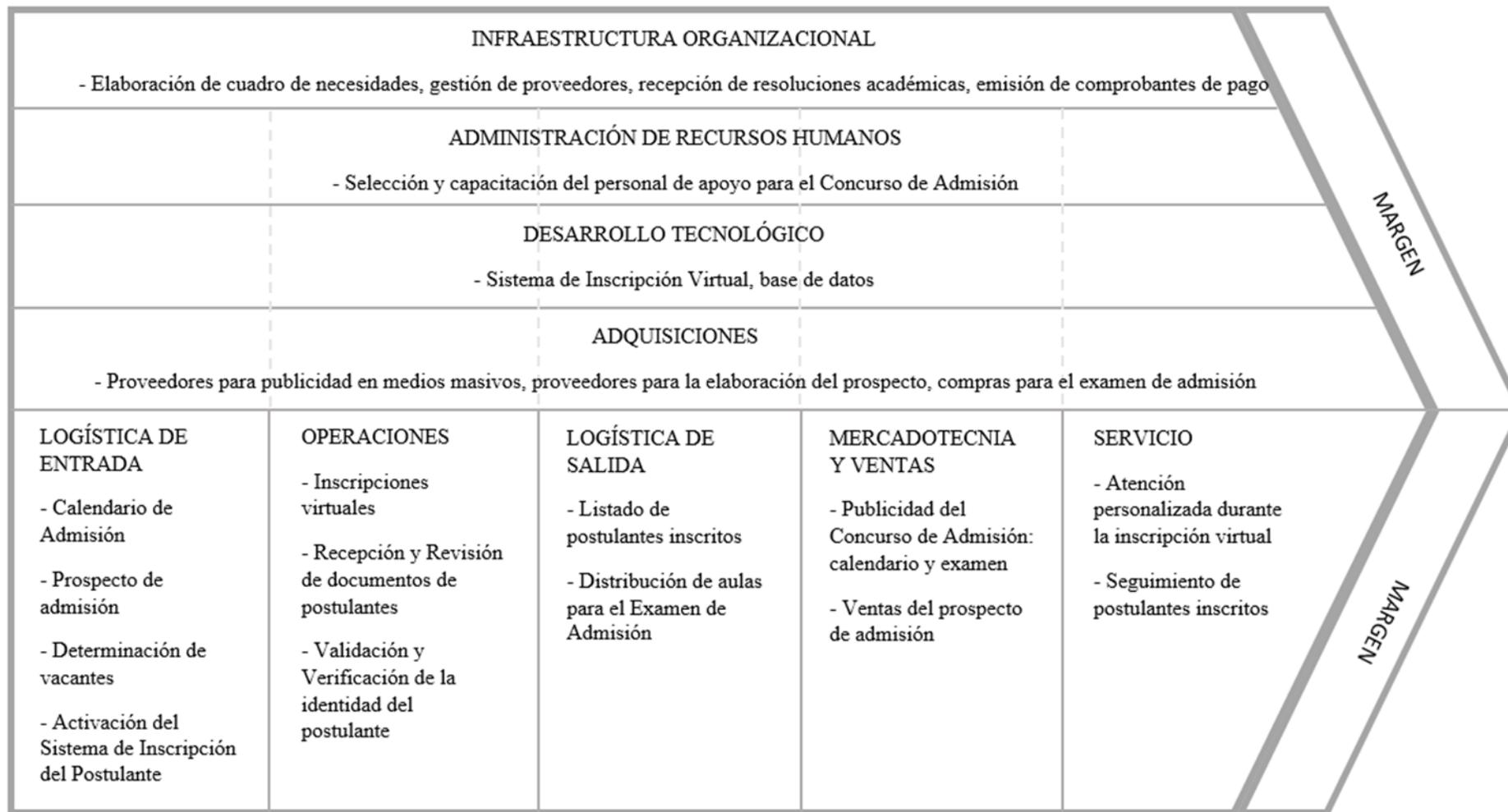


Figura 24: Cadena de valor del proceso de inscripción del CAP

FUENTE: Elaboración propia

d. Descripción de los procedimientos identificados en la cadena de valor de Porter

- **Elaboración del Calendario de Admisión**

El Calendario de Admisión se aprueba mediante resolución universitaria emitida por el Consejo Universitario y el Vicerrectorado Académico; el documento tiene por finalidad establecer el rango de fechas en el que se realizará los dos concursos de admisión por año: fechas de inscripción y exoneraciones, día de Examen de Admisión y talleres de carreras profesionales.

El calendario se establece entonces de la siguiente forma:

- Talleres de carreras profesionales: dos fechas
- Recepción de documentos e inscripciones de Otras Modalidades: tres fechas
- Inscripción de ingresantes por el CEPRE-UNALM: una fecha
- Inscripciones virtuales para Concurso Ordinario: 12 fechas (de acuerdo al apellido paterno del postulante)
- Inscripciones extemporáneas del Concurso Ordinario: tres fechas
- Recepción de documentos e inscripción extemporánea de Otras Modalidades: una fecha
- Examen de Admisión: una fecha

En la Figura 25 se muestra como ejemplo el calendario del Concurso de Admisión 2016 – I, con las fechas establecidas para el desarrollo del mismo y publicado en el Prospecto de Admisión.

Aspectos negativos

- El Calendario de Admisión es aprobado el año anterior, por tanto si existiera modificaciones posteriores, se debe solicitar a Consejo Universitario emitir una adenda a la resolución aprobada, y eso puede generar extensión de plazos en las actividades o conflicto de intereses de las dependencias involucradas.

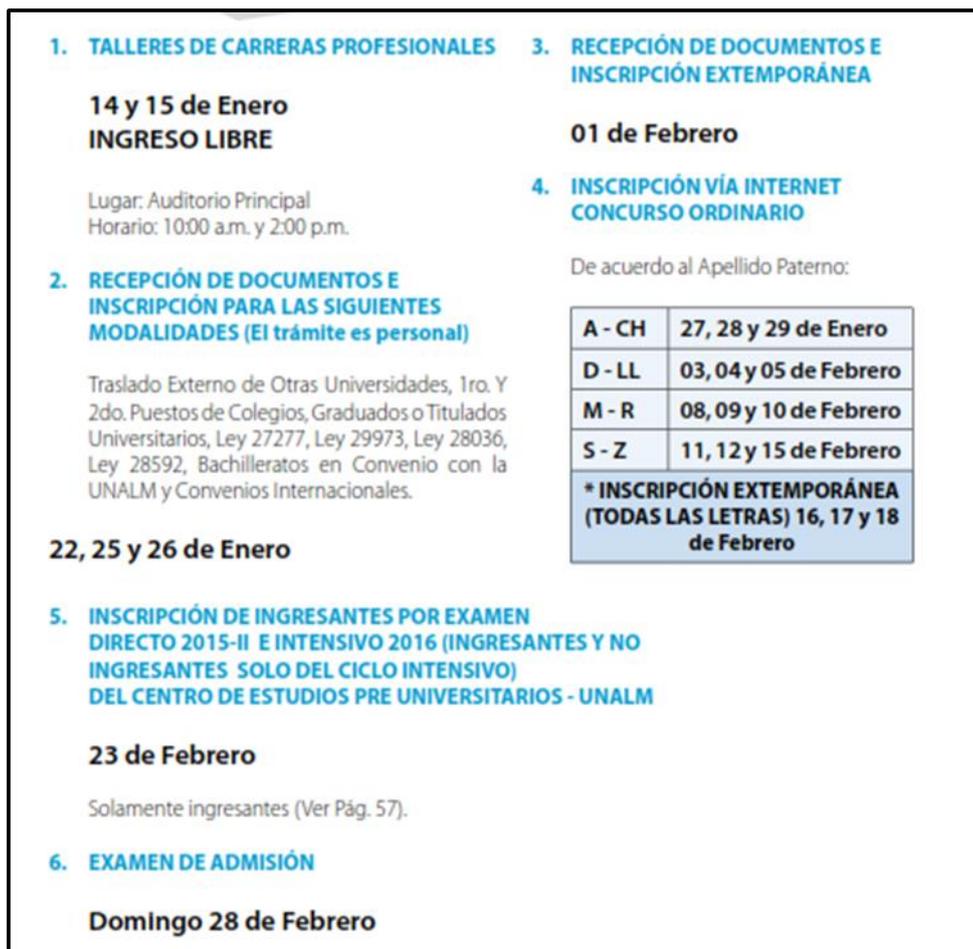


Figura 25: Calendario de Admisión 2016 – I

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

- Las fechas de inscripción están divididas para postulantes de Concurso Ordinario (en base a las letras de los apellidos paternos), postulantes de Otras Modalidades e inscripción extemporánea. Como consecuencia de esto, cada postulante dispone solo de 3 a 4 días para realizar su inscripción para el Concurso de Admisión.
- El calendario incluye solo dos talleres profesionales previos al Examen de Admisión, por lo que se puede entender que solo son esos talleres los que se realizan durante cada Concurso de Admisión.

En la Figura 26 se muestra el esquema de la elaboración del Calendario de Admisión, teniendo como principal observación que no existen indicadores que midan y aseguren el subproceso.

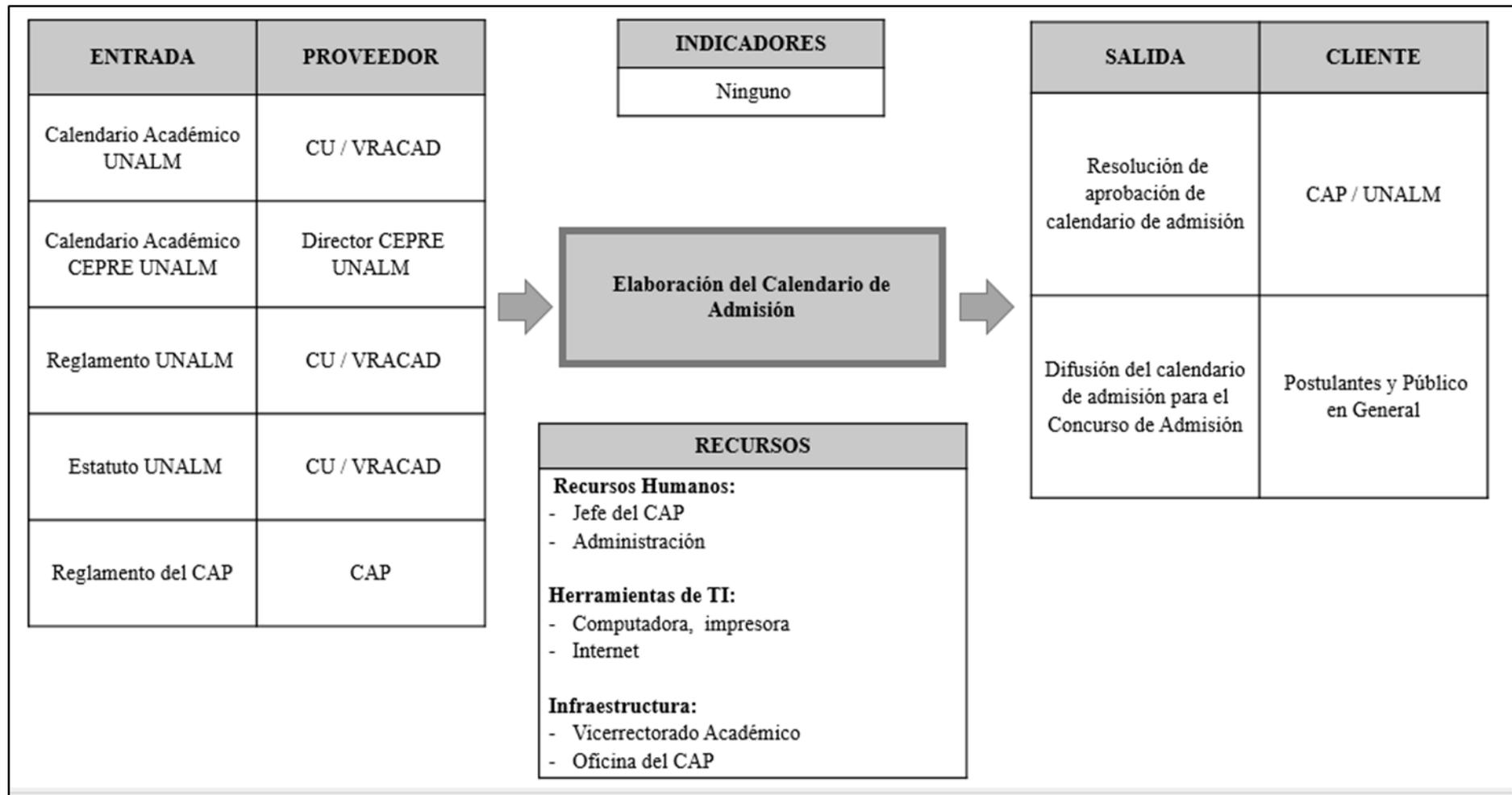


Figura 26: Esquema de la Elaboración del Calendario de Admisión

FUENTE: Elaboración propia.

- **Elaboración del Prospecto de Admisión**

El Prospecto de Admisión es la herramienta que permite al postulante obtener la información acerca del Concurso de Admisión; además de un acercamiento general a la UNALM, informándolo sobre la visión, misión y valores de la universidad, las autoridades, descripción de carreras profesionales; instrucciones de la inscripción virtual y los requisitos que requieren según la modalidad a la que postulan; y lo referente al Examen de Admisión. Tiene un costo establecido y único para los postulantes, independientemente de la modalidad de ingreso.

Cada Prospecto de Admisión contiene: N° de Prospecto, el cual sirve al postulante para realizar su pago por derecho de admisión en el BCP y acceder a su inscripción virtual; y el carné de postulante, con el que podrá identificarse el día del Examen de Admisión y que cuenta con las disposiciones a seguir.

El número de prospecto está compuesto por siete dígitos, es generado aleatoriamente por el SIP, e impreso para adjuntarlo en el Prospecto de Admisión en una cinta de hoja bond (ver Figura 27), junto con los datos para realizar el pago por derecho de admisión (banco, nombre y n° de cuenta bancaria).

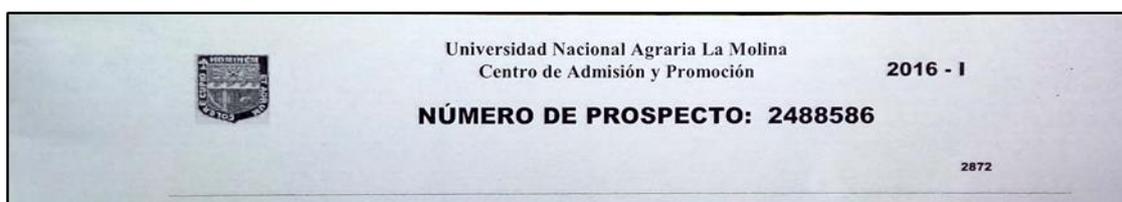


Figura 27: Cinta del N° de Prospecto de Admisión 2016-I

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

El carné de postulante deberá ser llenado por el postulante con la siguiente información: código de postulante, apellidos y nombres, color de módulo y N° de aula y la foto tamaño carnet, además de leer cuidadosamente las instrucciones a seguir para el día del Examen de Admisión. Contiene dos cuerpos, uno para el postulante y otro para entregar al responsable de aula el día del Examen de Admisión. Este sirve como una declaración jurada de que el postulante conoce y acepta las

disposiciones dadas por la UNALM para el Concurso de Admisión (ver Figura 28 y Figura 29).

Aspectos negativos

- La información del Prospecto de Admisión es la misma para cada Concurso de Admisión, teniendo solo variaciones como: colores de presentación, fotos y diseño del mismo; y fechas correspondientes al Concurso de Admisión. El área de promoción del CAP es el encargado de aprobar el diseño del prospecto, por lo que trabaja en conjunto con el proveedor de diseño en el material fotográfico y presentación que se utilizarán para la elaboración.
- Es necesario revisar para cada Concurso de Admisión la información que se publicará, pues puede haber variaciones por cada semestre. Esta revisión es manual y realizada por dos miembros del CAP, quienes leen el prospecto anterior al concurso en desarrollo, sección por sección y modifican la información, actualizan fechas y verifican la ortografía. Estas modificaciones son informadas al proveedor de diseño para incluirlas en la elaboración.
- El contenido es extenso y tedioso de leer, la información brindada no captura al postulante ni lo motiva a encontrar más razones por las cuales debe estudiar en la UNALM. El Prospecto de Admisión no funciona como herramienta de promoción, a pesar de mostrar la descripción de las carreras universitarias y fotos del campus universitario, por lo tanto no se logra darle un valor adicional en referencia al precio y la compra obligatoria del mismo para el Concurso de Admisión.

Universidad Nacional Agraria LA MOLINA Admisión 2016-I

CARNÉ DE POSTULANTE - DECLARACIÓN JURADA
(Llenar con letra de imprenta y lapicero azul ó negro)

CÓDIGO DE POSTULANTE: [] [] [] [] [] [] [] [] [] []

APELLIDOS Y NOMBRES: Según su Documento de Identidad (DNI)

Apellido Paterno: _____
Apellido Materno: _____
Nombres: _____

COLOR DE MÓDULO: [] [] [] [] N° DE AULA: [] [] [] [] [] []

RECOMENDACIONES PARA EL DÍA DEL EXAMEN

- Presentarse a las **06:45 a.m.** del **Domingo 28 de Febrero** en la Puerta Principal.
- Los postulantes **ingresarán** al campus **sólo hasta las 7:30 a.m.**
- Traer **únicamente** Carné de Postulante-Declaración Jurada (sin desglosar) y DNI, de ser el caso, Pasaporte o Carné de Extranjería.
- No traer lápiz, borrador, tajador, ni ningún otro material.
- Los postulantes **que se hagan suplantar, quienes suplanten**, quienes hagan marcas o señas en la tarjeta de repuestas, quienes porten o usen algún dispositivo electrónico durante el examen o quienes presenten documentos fraguados **serán inhabilitados definitivamente para postular a la Universidad**, independientemente de las sanciones legales a que hubiese lugar.
- Está terminantemente **PROHIBIDO** traer cualquier dispositivo de metal como: piercing, aretes, pulseras, llaveros, llaves, etc. **No traer celulares ni ningún dispositivo electrónico**, caso contrario **NO SERÁ DEVUELTO** por ningún motivo y se le anulará la prueba sin derecho a reclamo.

Figura 28: Carné de Postulante (vista frontal) del Concurso de Admisión 2016 – I
FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

Declaración Jurada

Declaro bajo juramento que:

- La información consignada al momento de inscribirme como postulante al Concurso de Admisión 2016-I, vía Internet, es verdadera y de mi entera responsabilidad.
- Conozco y acepto todas las Disposiciones del Reglamento General de la UNALM publicado en el Prospecto de Admisión, al cual me someto.
- No registro antecedentes policiales ni penales ni judiciales.
- En caso de alcanzar una vacante, me comprometo a presentar los documentos originales, solicitados por la UNALM, según la Modalidad de Ingreso y de acuerdo a lo establecido en el Prospecto de Admisión.

Para mayor constancia firmo a continuación (deberá hacerlo durante el Examen).

a) Firma del Postulante (Firmar el mismo día del examen, en el aula)

b) Sólo si el Postulante es menor de edad completar la siguiente información:

Firma del Padre o Apoderado _____
Nombre y Apellido: _____
DNI N° _____

V°B° Docente de Aula **PARA EL POSTULANTE**

Declaración Jurada

Declaro bajo juramento que:

- La información consignada al momento de inscribirme como postulante al Concurso de Admisión 2016-I, vía Internet, es verdadera y de mi entera responsabilidad.
- Conozco y acepto todas las Disposiciones del Reglamento General de la UNALM publicado en el Prospecto de Admisión, al cual me someto.
- No registro antecedentes policiales ni penales ni judiciales.
- En caso de alcanzar una vacante, me comprometo a presentar los documentos originales, solicitados por la UNALM, según la Modalidad de Ingreso y de acuerdo a lo establecido en el Prospecto de Admisión.

Para mayor constancia firmo a continuación (deberá hacerlo durante el Examen).

a) Firma del Postulante (Firmar el mismo día del examen, en el aula)

b) Sólo si el Postulante es menor de edad completar la siguiente información:

Firma del Padre o Apoderado _____
Nombre y Apellido: _____
DNI N° _____

V°B° Docente de Aula **PARA EL DOCENTE**

Figura 29: Carné de Postulante (vista dorsal) del Concurso de Admisión 2016 – I
FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

- El Prospecto de Admisión, contiene dos secciones importantes para el Examen de Admisión: el temario y el modelo de examen; sin embargo debido a que la información no varía en cada concurso, el modelo publicado es el mismo y además contiene errores en la redacción.
- El Prospecto de Admisión es de formato físico, pero además la información brindada en este se muestra también en la página web del CAP, por lo que la información digital no genera un valor adicional para el postulante.
- Se puede llegar a interpretar por parte de los postulantes que participan de un Concurso de Admisión por segunda vez o más, que el costo pagado es sólo para obtener el número de prospecto y el carné de postulante, información que requieren para su inscripción virtual y Examen de Admisión, respectivamente, pues la información entregada es la misma. Esto a lo largo de los concursos de admisión, genera una mala imagen para la UNALM y cierto descontento en los postulantes.
- Se cuenta con dos proveedores para la elaboración del prospecto: el primero para los temas de diseño (colores, fotografías, textos, etc.) y el segundo para la impresión del mismo. La imprenta a cargo está localizada en provincia. Por lo tanto, la transferencia de material y el tiempo de entrega debe ser puntual y comunicada entre proveedores del CAP, de lo contrario se generaría un retraso en las ventas del prospecto.
- El número de prospecto es generado por el SIP, en formato PDF y el modelo es una cintilla en hoja bond. Debido al temor de confundirse o generar errores para la inscripción virtual, el CAP separa en tres grupos los números aleatorios generados, e imprime los destinados a ventas en Lima y Callao y se los entrega a la imprenta para adjuntarlo al Prospecto de Admisión.

En la Figura 30 se muestra el esquema de la elaboración del Prospecto de Admisión, la salida de este procedimiento es el prospecto en físico listo para su venta. Se puede observar también que no existen indicadores de medición.

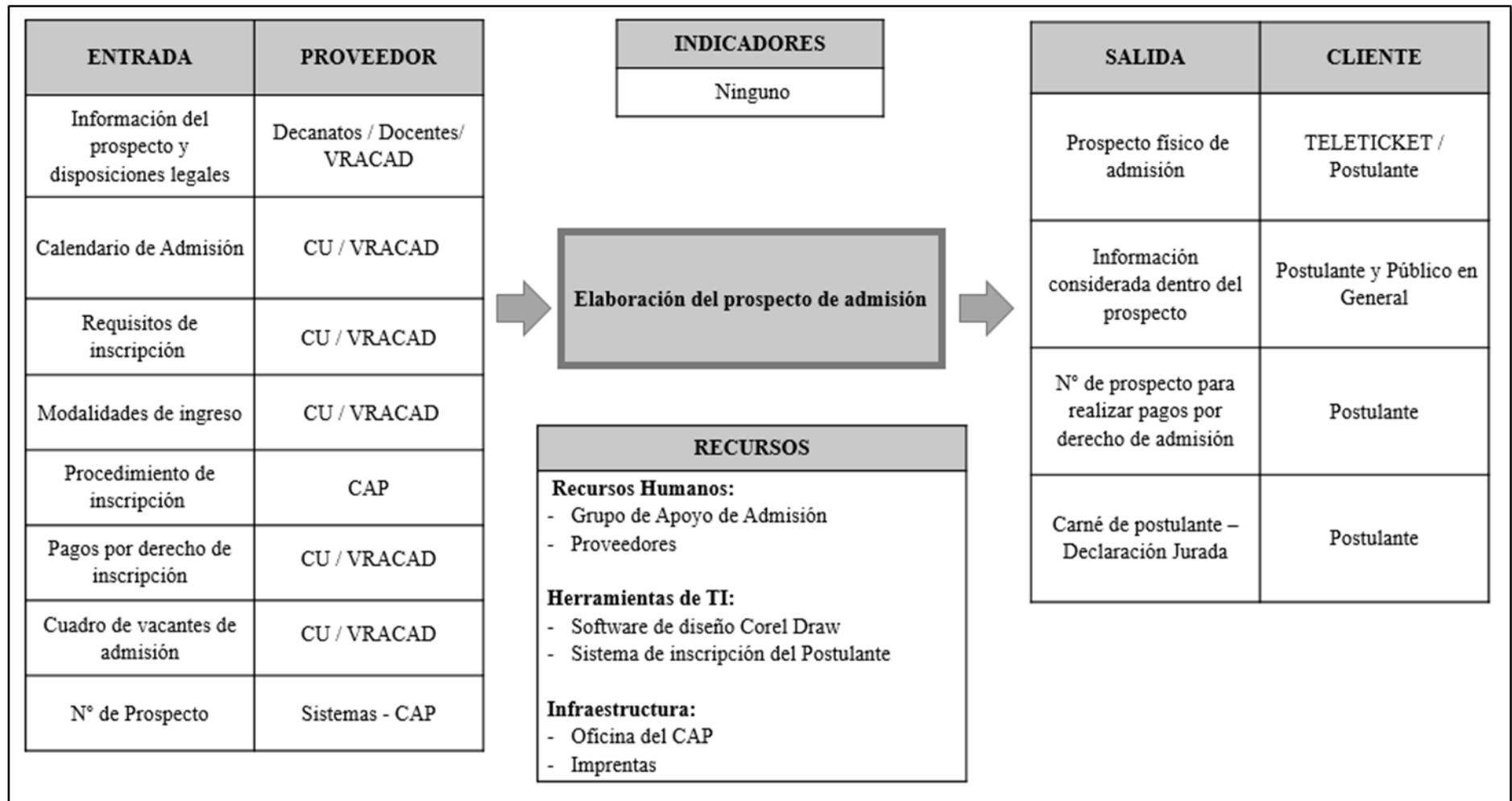


Figura 30: Esquema de la Elaboración del Prospecto de Admisión

FUENTE: Elaboración Propia

- **Determinación de vacantes**

La determinación de vacantes para la UNALM se da previa evaluación de recursos, facilidades de enseñanza y capacidad de servicios. Cada facultad propone anualmente el número de vacantes de ingreso, considerando las necesidades y el interés nacional, en coordinación con los departamentos involucrados en cada carrera. Esta información se encuentra disponible en el Reglamento de la UNALM y el Estatuto vigente.

Aspectos negativos

- El Reglamento de la UNALM y el Estatuto tienen definidos el porcentaje que debe aplicarse para determinar la cantidad de vacantes por modalidad de ingreso, sin embargo el CAP no ha realizado un análisis completo de estas disposiciones, generando errores al momento del cálculo.
- El número de vacantes se calcula en una plantilla de Excel, no tiene automatizada el cálculo correcto y no es revisada y analizada en conjunto por los miembros del CAP, además de no incluir las disposiciones que indican el Reglamento General y Estatuto de la UNALM.
- El CAP no tiene identificados los documentos necesarios para sustentar la determinación del número de vacantes por cada modalidad, incluyendo los convenios y compromisos definidos por ley.
- Debido al incorrecto cálculo del número de vacantes, se ve afectado la asignación de las vacantes correspondientes a la modalidad del Centro de Estudios Preuniversitarios de la UNALM y del Concurso Ordinario.

La Figura 31 muestra el esquema de determinación de vacantes, el principal producto es el cuadro de vacantes para el Concurso de Admisión, el cual se publica en el Prospecto de Admisión y en la página web. Si bien el procedimiento no cuenta con indicadores, el número de vacantes y posteriormente el número de ingresantes permitirán obtener la presión de selección por carrera profesional.

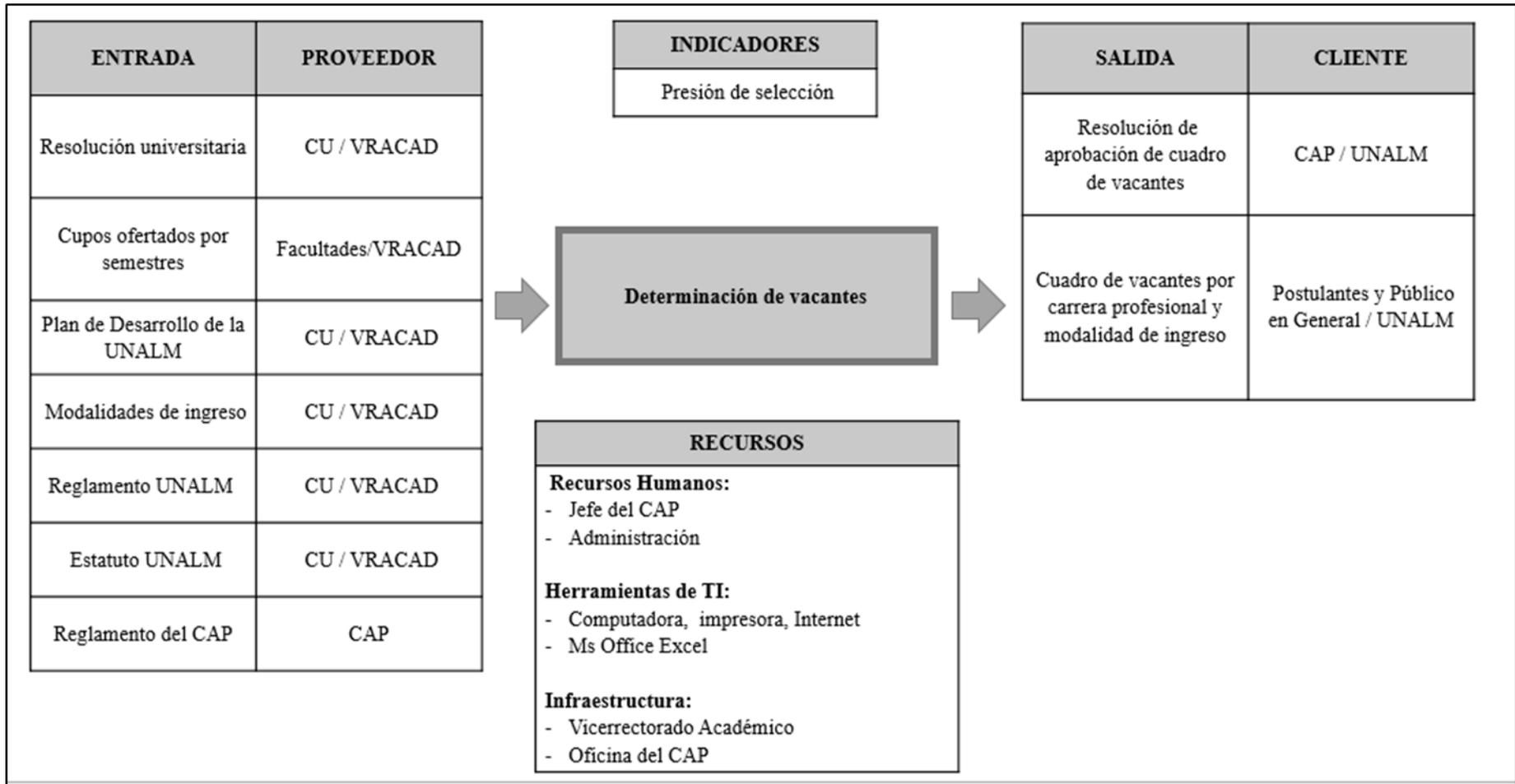


Figura 31: Esquema de la Determinación de Vacantes

FUENTE: Elaboración propia.

- **Activación del sistema de inscripción del postulante (SIP)**

El SIP es la herramienta principal del Proceso de Inscripción virtual, por lo que, para cada Concurso de Admisión, se habilita mediante la página web del CAP el link de acceso directo. El sistema está activo desde el inicio de las inscripciones según calendario, y durante todo el Proceso de Inscripción.

Es importante para la activación del SIP que se habiliten la plataforma de pagos con el BCP, N° de prospecto y además de los códigos de postulantes, que será el resultado al finalizar con la inscripción.

El código de postulante es el número que identifica al postulante una vez que haya concluido su inscripción virtual. Este código está conformado por siete dígitos, los dos primeros corresponden a la Modalidad de Ingreso y los cinco últimos son generados de manera consecutiva conforme los postulantes se inscriban. Es generado mediante el SIP, de manera irrepetible para cada Concurso de Admisión.

El Cuadro 6 muestra las codificaciones respectivas por tipo de modalidad de ingreso con las cuales se crea el código de postulante.

En la Figura 32 se muestra el esquema de Activación del SIP, la principal salida es tener activo el SIP para poder iniciar las inscripciones virtuales. Este procedimiento tampoco tiene indicadores para el seguimiento y medición del mismo.

Aspectos negativos

- El Sistema de Inscripción del Postulante solo está activo en los navegadores Internet Explorer y Mozilla Firefox, siendo así una limitante para la inscripción de los postulantes, pues con el avance de la tecnología, debería poder tener las facilidades correspondientes.
- El uso del SIP para el postulante no tiene un horario de 24/7, solo está activo durante las 8:30 am y 6:00 pm, por dos motivos: la actualización de pagos por derecho de admisión al SIP se hace de manera manual y por ende solo puede ser durante horario de oficina; y el servidor que le da soporte al sistema está a cargo de la Oficina de Servicios Informáticos, por lo que puede presentar problemas de red que no se pueden solucionar pasado las 4:00 pm.

Cuadro 6: Codificación de las Modalidades de Ingreso

N°	MODALIDAD DE INGRESO	COD
1	Concurso de Admisión Ordinario	01
2	1ro. Y 2do. Puestos de Colegio de Educación Secundaria	02
3	Centro Pre Universitario UNALM	03
4	Traslado Externo de Otras Universidades	04
5	Graduado o Titulado Universitario	05
6	Diplomático y Funcionario Internacional Extranjero	06
7	Becario Extranjero	07
8	Convenio Andrés Bello	08
9	Bachillerato Convenio con UNALM	09
10	Víctimas del Terrorismo (Ley N° 27277)	10
11	Personas con Discapacidad (Ley N° 29973)	11
12	Promoción y Desarrollo del Deporte (Ley N° 28036)	12
13	Plan Integral de Reparaciones - PIR (Ley N° 28592)	13
14	Diplomático y Funcionario Internacional Peruano	14
15	Centro Regional de Formación Meteorología	15

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

- Ya que el Calendario de Admisión está dividido según las letras de apellidos paternos de los postulantes y las modalidades de ingreso, los postulantes deben esperar a la fecha correspondiente para poder acceder al SIP.
- El SIP solicita datos diferentes de acceso para cada tipo de inscripción virtual, lo que hace que sea un sistema no estandarizado y lleva a complicaciones a los postulantes: por ejemplo, para la modalidad de Concurso Ordinario solicita el Número de Prospecto y el Número de Operación Bancaria, mientras que para los postulantes de Otras Modalidades, solicita el Número de Prospecto, el código de entrega de documentos y el Número de Operación Bancaria.

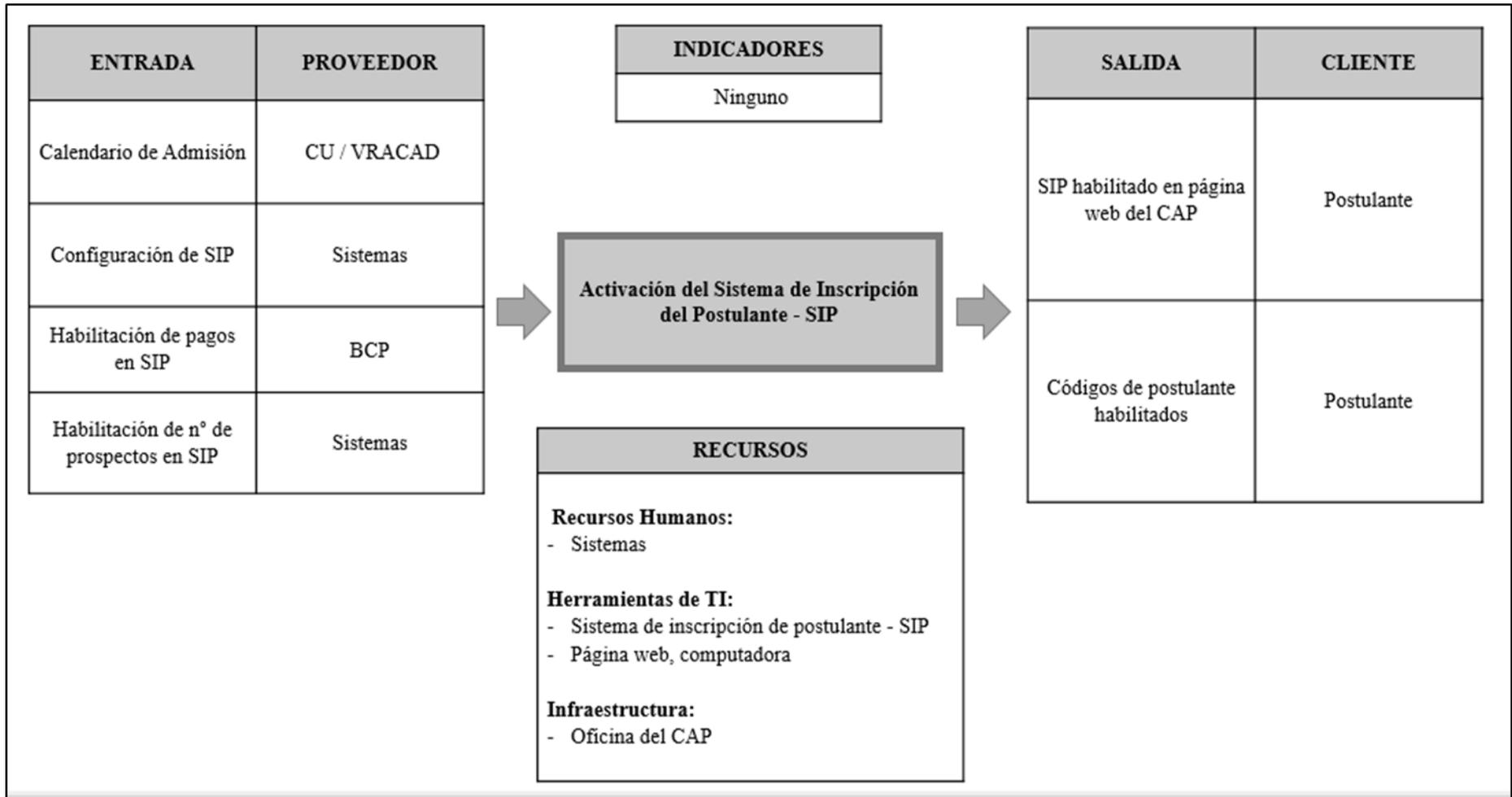


Figura 32: Esquema de Activación del Sistema de Inscripción del Postulante (SIP)

FUENTE: Elaboración Propia

- Aunque el SIP cambia automáticamente, el acceso a cada tipo de inscripción virtual, la asignación de los parámetros se realiza de forma manual, es decir se debe ingresar las fechas, modalidades y datos de acceso de forma correcta, en caso contrario ocurriría un error al momento de la inscripción virtual.

- **Inscripción virtual de postulantes**

La inscripción virtual de postulantes es el procedimiento fundamental del Proceso de Inscripción, ya que es aquí donde los postulantes registran su información personal, colegio de procedencia, modalidad de ingreso, opciones de carreras profesionales a las que postula y las respuestas a la encuesta de nueve preguntas al final de la inscripción.

La inscripción virtual se realiza en el SIP, el cual está habilitado mediante un enlace en la página web del CAP, y cada postulante debe ingresar en la fecha correspondiente a su inscripción, habiendo realizado previamente el pago correspondiente a su modalidad de ingreso y teniendo los siguientes datos: Número de Prospecto (se encuentra en el Prospecto de Admisión) y Número de Operación Bancaria (indicado en el boucher de pago del BCP).

Una vez realizado los pasos dentro de la inscripción virtual, el postulante obtiene su Código de Postulante, de siete dígitos, el cual lo identificará durante el Concurso de Admisión. El postulante queda entonces habilitado para poder rendir el Examen de Admisión. El SIP registra sus datos y tanto el postulante como el CAP pueden acceder a la Ficha de Inscripción generada.

El último dato importante que obtiene el postulante con la inscripción virtual, es el color de módulo y número de aula donde rendirá el Examen de Admisión, el cual se conoce mediante el SIP dos días antes de rendir el Examen de Admisión. En la Figura 33 se muestra el esquema de la Inscripción Virtual de Postulantes, el indicador de este subproceso es el número de postulantes inscritos diariamente, con esto se puede determinar si el Concurso de Admisión tendrá el promedio de postulantes inscritos para el Examen de Admisión.

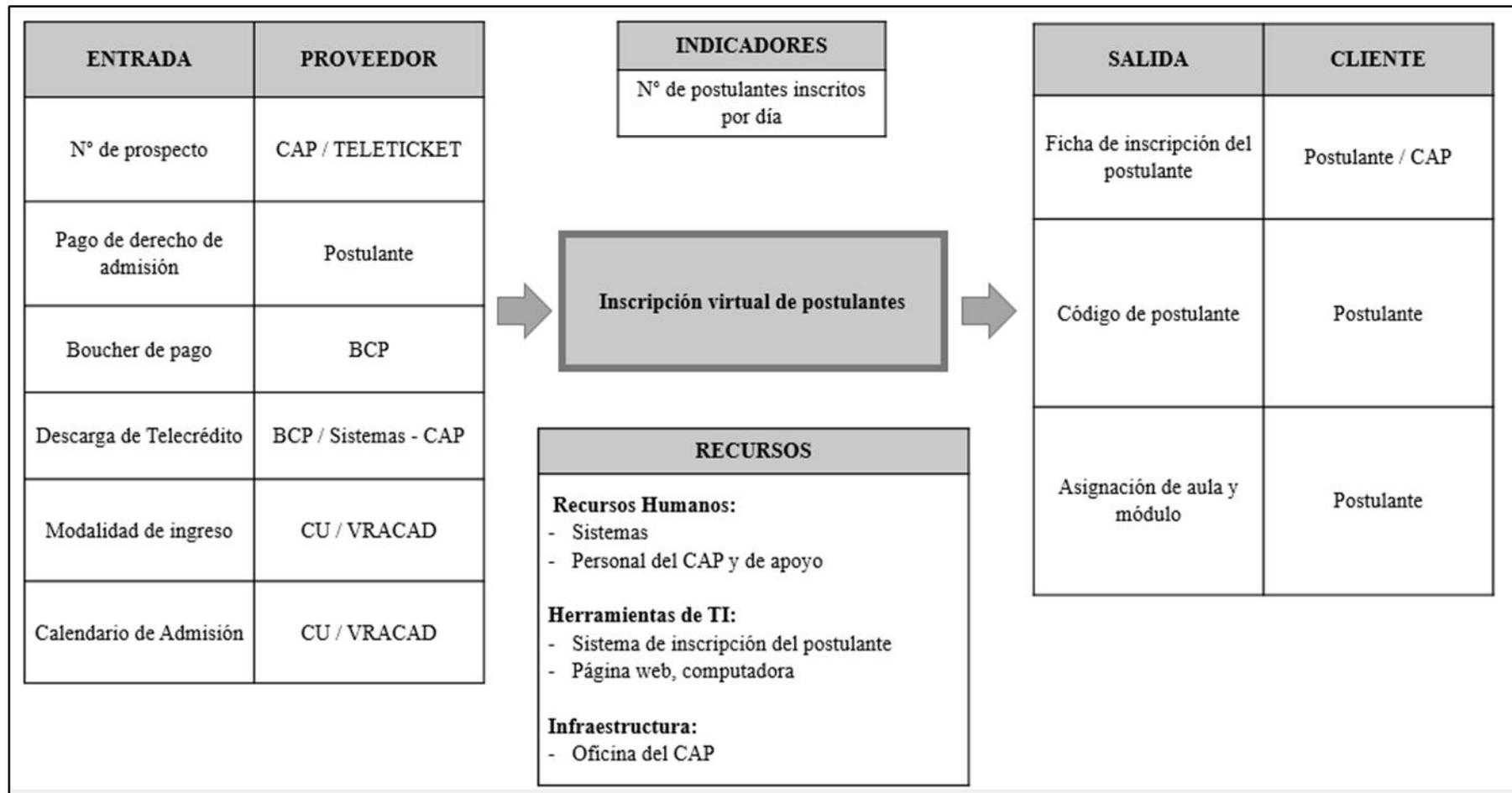


Figura 33: Esquema de la Inscripción Virtual de Postulantes

FUENTE: Elaboración Propia

Aspectos negativos

- El postulante debe realizar su pago por derecho de admisión en el BCP, con su Número de Prospecto y el monto correspondiente a la modalidad de ingreso a la que postula; sin embargo, como el banco no tiene conocimiento del N° de prospecto, el postulante puede realizar el pago con otros datos (Número de DNI, por ejemplo) y el error se identifica recién en el momento de la inscripción virtual.
- El postulante realiza su pago por derecho de admisión en el BCP y puede presentarse los siguientes inconvenientes, para los cuales el CAP no tiene una solución inmediata en caso se presenten: 1) puede pagar a una cuenta que no corresponde a INSCRIPCIÓN AGRARIA LA MOLINA teniendo que pagar nuevamente para realizar la inscripción virtual; y para solicitar su reembolso, tendrá que gestionarlo con la dependencia correspondiente de la UNALM; 2) puede pagar un monto que no corresponde a su modalidad de ingreso, y como en el primer caso, debe realizar nuevamente el pago con el monto correcto; y 3) puede pagar a las 6:00 pm y media hora después aun no estar habilitada su inscripción virtual, ya que desde el CAP aún no se ha realizado la descarga manual de su pago por derecho de admisión.
- Para que el Número de Prospecto y el Número de Operación Bancaria estén relacionados en el SIP, el área de Sistemas del CAP, debe realizar la descarga manual de la relación de pagos realizados en el BCP, mediante el sistema de Telecrédito. Esta relación de pagos se puede visualizar en la sesión de usuario que tiene la UNALM como cliente, y es administrada por el CAP para los concursos de admisión. La descarga se realiza en un archivo en formato TXT. y se convierte en uno de formato Excel mediante el convertidor del BCP. Este archivo se revisa manualmente, donde se verifica que se hayan realizado los pagos con el Número de Prospecto, que no existan dobles pagos y que el monto corresponda a los de derecho de pago de admisión y no otras cantidades.
- La descarga manual verificada permite incorporar al SIP la relación entre el Número de Prospecto y el Número de Operación Bancaria, de tal manera que cuando el postulante ingrese a realizar su inscripción, pueda acceder con normalidad. Se debe realizar en un intervalo máximo de media hora, pues en días de inscripción los postulantes están constantemente realizando sus pagos.
- Sin embargo, esta operación no se realiza con la frecuencia indicada,

ocasionando que el postulante no pueda realizar su inscripción. En el Prospecto de Admisión, en las indicaciones de pagos por derecho de admisión, está expreso que el postulante podrá ingresar al SIP luego de media hora de haber realizado su pago en el BCP. De aquí la complicación de que se congestionen las llamadas telefónicas en el CAP consultando este tema.

- El inicio de la inscripción virtual en el SIP viene determinado por la modalidad elegida por el postulante, lo que implica que haya tres tipos de inscripción virtual: inscripción virtual para Concurso Ordinario, inscripción para Otras Modalidades e inscripción para los alumnos del CEPRE UNALM. Cada tipo solicita datos diferentes, siendo entonces no estandarizado el inicio de la inscripción virtual y desencadenando errores para el postulante. En la Figura 34 se indican los datos requeridos, teniendo como excepción el Número de Operación Bancaria del extemporáneo para el tipo ordinario y Otras Modalidades. Este dato es solicitado solo si el postulante se inscribiera en las fechas asignadas como extemporáneas y realizando el pago correspondiente a 1.32 % de UIT, según lo establecido en el TUPA UNALM.

Concurso Ordinario	Otras Modalidades	CEPRE - UNALM
<ul style="list-style-type: none"> • N° de prospecto • N° de operación bancaria • N° de operación bancaria del extemporáneo* 	<ul style="list-style-type: none"> • N° de prospecto • Código de entrega de documentos • N° de operación bancaria • N° de operación bancaria del extemporáneo* 	<ul style="list-style-type: none"> • N° de prospecto • N° de operación bancaria • Código de estudiante del CEPRE UNALM • Ciclo de estudio

Figura 34: Datos del acceso según tipo de inscripción virtual

FUENTE: Elaboración Propia.

- De los datos solicitados por el SIP, los que se utilizan para la verificación de datos del postulante son los apellidos, nombres y Número de documento de identidad y, para cumplir el requisito de postulación, el año de egreso del colegio. Sin embargo, en cuanto al año de egreso del centro de estudios

secundarios, el sistema no valida si el alumno es o no egresado de secundaria, pudiendo ingresar una información falsa, la cual será verificada y sancionada solo si el postulante alcanza una vacante en el Concurso de Admisión.

- Existe dificultad con el dato “colegio de procedencia” en la inscripción virtual. El SIP utiliza como base de datos el sistema ESCALE del MINEDU, lo que implica que en algunas oportunidades, el nombre que registra el postulante no coincida con esta base y entonces no se pueda proseguir con la inscripción virtual. El postulante realiza entonces su consulta al CAP para poder solucionar el inconveniente.
- La carga de la foto se solicita antes de llenar la encuesta y requiere un tiempo prudente para poder realizarla, además debe contar con las siguientes características: actual, tamaño carnet, color de fondo blanco, tomada de frente y sin lentes ni prendas o accesorios en la cabeza y de 2 Mb de tamaño; sin embargo, el postulante tiende a subir cualquier foto personal en caso no tenga la solicitada. Esto genera mayor complicación en el procedimiento de verificación de la identidad del postulante. Otro problema que ocurre durante la carga de la foto es que si excede el tamaño de archivo, la sesión caduca, ocurre un fallo en el SIP y el postulante debe iniciar desde el paso 1 su inscripción.
- La encuesta de nueve preguntas es un paso previo antes de la verificación de los datos personales, el postulante debe contestar estas preguntas obligatoriamente, pero debido a fallas del SIP y el navegador, muchas veces no se registran las respuestas, quedando en blanco y generando pérdida de información para el área de promoción del CAP.
- La ficha de inscripción generada al finalizar la inscripción virtual es enviada al postulante mediante su correo electrónico (ver Anexo 5). Existe en el Prospecto de Admisión, en la sección de Instrucciones para Inscripción de Postulantes en Lima y Callao, el punto 4 donde se expresa que al finalizar la inscripción, el postulante debe imprimir su ficha de inscripción, generando esto una equivocación en los postulantes, ya que asisten el día del Examen de Admisión con esta ficha impresa. Sin embargo, en las indicaciones para el día del Examen de Admisión, se precisa que solo se debe asistir con el carné de postulante y su documento de identidad. Esta doble indicación no es entendida y lleva a confusión al postulante, e incluso muchas veces realizan llamadas telefónicas preguntando si deben asistir con la ficha de inscripción impresa.

- La ficha de inscripción del postulante es impresa por el CAP para poder realizar la verificación de la identidad del postulante. Concluida la inscripción virtual por postulante, el personal de apoyo y el área de Sistemas del CAP deben imprimir las fichas de inscripción, lo que demanda tiempo y esfuerzo, y considerando el número de postulantes por cada Concurso de Admisión, es necesario el apoyo de más personal. Son quince personas las que realizan esta labor diariamente en el CAP.
- Para los casos de Otras Modalidades: el postulante no puede realizar su inscripción virtual sin haber recibido su código de entrega de documentos, el cual es generado solo después de haber entregado su documentación al CAP. Debido al corto plazo de inscripciones para estos tipos de modalidades, en algunos casos, los alumnos que tienen documentos con observaciones, no tienen el suficiente tiempo para poder corregirlas, teniendo que postular por la modalidad de Concurso Ordinario o no poder postular.
- Para los casos de extemporáneos: a pesar de tener fechas asignadas para la inscripción extemporánea de Concurso Ordinario y Otras Modalidades, el sistema pide por separado los Número de operación bancaria (uno por derecho de admisión y otro del monto extemporáneo), es decir el postulante debe realizar dos depósitos bancarios a la cuenta de INSCRIPCIÓN AGRARIA LA MOLINA, indicación que muchas veces es omitida, realizando un solo depósito, esto dificulta que pueda realizar su inscripción virtual. Las fechas asignadas como inscripción extemporánea es un día para postulantes de Otras Modalidades y tres para postulantes de Concurso Ordinario.

- **Recepción y revisión de documentos**

Este procedimiento es realizado para los postulantes de Otras Modalidades, quienes deben cumplir con una serie de requisitos y documentos para poder rendir el Examen de Admisión. En el Anexo 6 se presenta la lista de los mismos por cada una de las modalidades pertenecientes a este grupo, siendo las más comunes las modalidades de 1ro y 2do puestos de colegio de educación secundaria, traslado externo de otras universidades y graduados y titulados universitarios.

Según el Calendario de Admisión, los postulantes tienen tres fechas para realizar el

trámite de entrega de documentos e inscripción virtual, además de una fecha extemporánea. Para esto, la secretaría del CAP y el equipo de trabajo, acondicionan el ambiente de la oficina para recibir a los postulantes en las fechas indicadas.

La revisión de los documentos de los postulantes implica que cada uno cumpla con las características correspondientes a un documento correcto, teniendo legible los datos y los campos requeridos completos, de tal manera que cumpla con lo dispuesto para la modalidad a la que postula.

Al finalizar la revisión, se le entrega al postulante un código de entrega de documentos con el cual podrá acceder al SIP, además del Número de Prospecto y el Número de Operación Bancaria, para realizar su inscripción virtual.

El equipo del CAP, con los documentos entregados por el postulante, arma el expediente del postulante, indicando la modalidad a la que postula y sus datos completos, anexando la ficha de inscripción generada por el SIP y la ficha de datos personales generada por la consulta al sistema de RENIEC (ver Anexo 7).

En la Figura 35 se muestra el esquema de Recepción y Revisión de Documentos, teniendo como salida el expediente de los postulantes de Otras Modalidades. Estos expedientes son entregados a las dependencias correspondientes en caso el postulante haya alcanzado una vacante de ingreso, o devuelto al postulante si no ingreso. El procedimiento no cuenta con indicadores, además de no tener documentadas las razones por las que se realizan cada uno de los pasos.

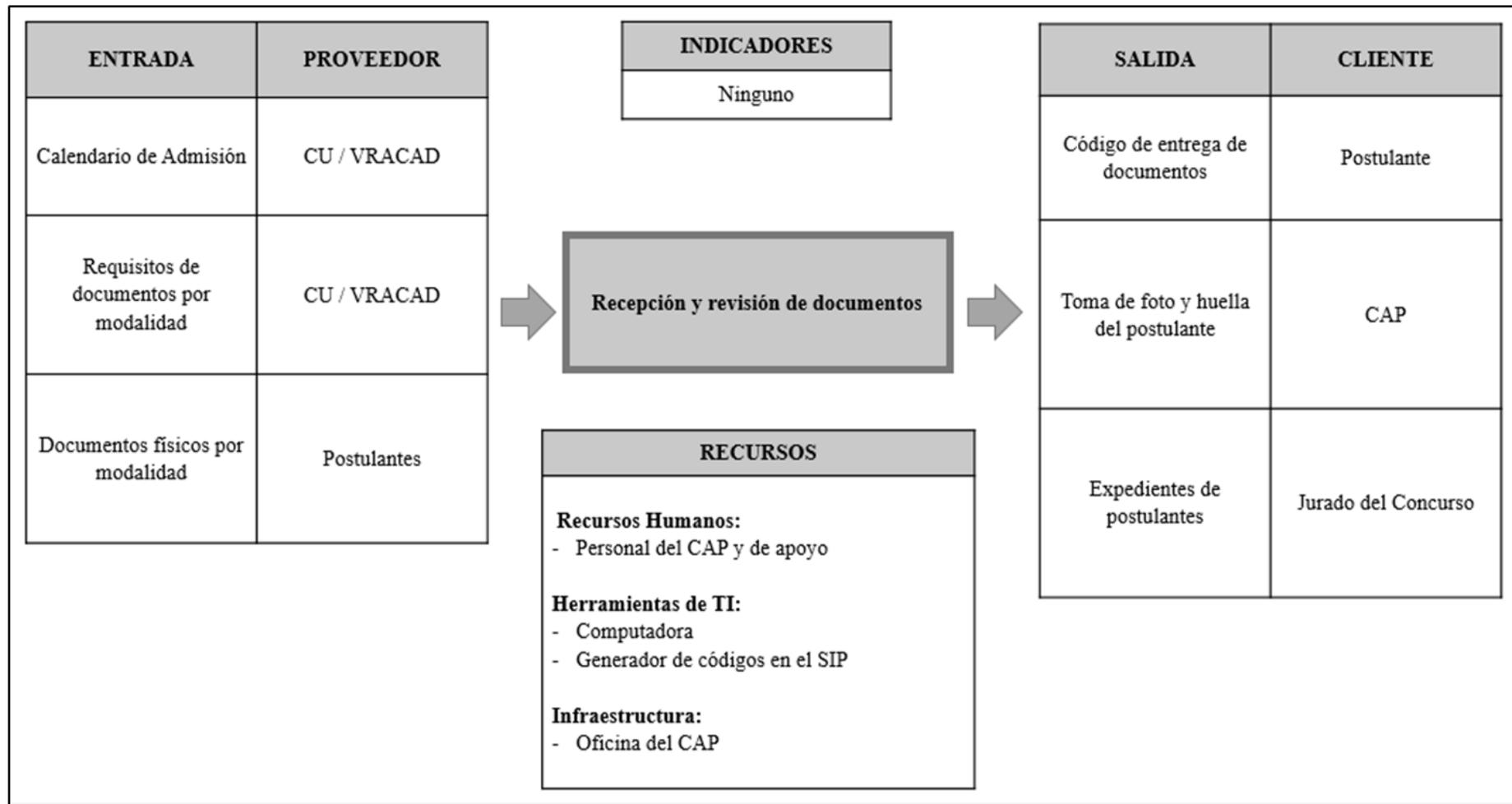


Figura 35: Esquema de recepción y revisión de documentos

FUENTE: Elaboración Propia

Aspectos negativos

- El Calendario de Admisión solo tiene tres fechas para la recepción de documentos para Otras Modalidades y una fecha extemporánea. La atención de los postulantes es en la oficina del CAP y aunque cada miembro tiene bajo su responsabilidad una operación durante esos cuatro días, todos están constantemente ayudando a resolver cualquier inconveniente que se presente. Por lo tanto, son fechas en donde se concentra la fuerza laboral en un solo procedimiento.
- La oficina se acondiciona para la atención a los postulantes, estableciendo un circuito de atención, donde se incluyen los siguientes pasos: 1) primera revisión de documentos, 2) segunda revisión de documentos, 3) toma de fotografía, 4) toma de huella digital e 5) inscripción virtual (opcional). Las personas a cargo son aproximadamente seis y el promedio de atención a cada postulante es tres horas.
- La primera revisión de documentos está a cargo de dos personas del Equipo de Apoyo, quienes conocen las características mínimas suficientes que requieren los documentos para ser aceptados. Esta revisión toma un promedio de 15 a 20 minutos y luego, el postulante debe esperar un promedio de 15 minutos, ya que se realiza una segunda revisión a la documentación, “por seguridad”, antes de generar el código de entrega de documentos en el SIP (a cargo del área de Sistemas).
- La segunda revisión está a cargo de la secretaria y la encargada del área de promoción, el motivo por el que se realiza esta operación es el temor al error, debido a que los documentos son entregados al Jurado del Concurso. Aunque el equipo conoce las características mínimas de los documentos, son estas dos personas quienes tienen mayor experiencia, por lo tanto se considera que son el filtro definitivo. El detalle y cuidado con el que se revisa los documentos es bastante, tomándose un promedio veinte minutos adicionales por postulante.
- En la revisión de documentos se presentan dos casuísticas al momento de finalizar: 1) que los documentos cumplan con las características requeridas y proceder con la inscripción virtual, o 2) por el contrario, no cumpla con alguna de ellas y tenga que regresar con las observaciones corregidas.
- El postulante tiene el listado de los requisitos y documentos necesarios para postular por Otras Modalidades, sin embargo no conoce exactamente las

características que requiere cada uno. El CAP no muestra en el Prospecto de Admisión ni en la página web esta información. Esto no ayuda a prevenir o disminuir las observaciones en los días de recepción y revisión de documentos.

- Para generar el código de entrega de documentos, se ingresa al SIP, donde se encuentra la opción de Entrega de documentos, se ingresa los datos del postulante, la modalidad a la que postula y si los documentos entregados están conformes. Esta operación dura 20 min aproximadamente. Una vez entregado su código de entrega de documentos, el postulante ya está apto para realizar su inscripción virtual.
- Como el postulante tiene solo tres fechas y una de extemporáneo, lo recomendable es que realice su inscripción virtual el mismo día y en la oficina del CAP, lo que implica que una vez que se le indique al postulante que sus documentos están aptos, este se acerque al BCP a realizar el pago correspondiente por derecho de admisión y vuelva a la oficina del CAP a inscribirse.
- El área de promoción, como parte del circuito del subproceso realiza la toma de foto tamaño carnet, la cual se utiliza cuando el postulante realiza su inscripción virtual en la oficina del CAP, si no es así, se guarda por seguridad y posteriormente será utilizada si el postulante alcanza una vacante de ingreso. Esta operación toma un promedio de 20 minutos.
- La toma de huella se toma por “medidas de seguridad” y se archiva en el sistema, pero posteriormente no se utiliza para la verificación del postulante ni alguna otra actividad, en sí no tiene una finalidad realizar esta operación. En este mismo paso del circuito, el postulante recibe su constancia de entrega de documentos impresa, lo que implica uso de material de oficina y tiempo de atención.
- Si el postulante decide realizar la inscripción virtual en la oficina del CAP, se le asesora correctamente y se espera a que la finalice con éxito, tomando un tiempo aproximado de 20 minutos. Al finalizar, se imprime la ficha de inscripción, y como anteriormente se mencionó, esta no cumple ninguna función para el postulante, lo que quiere decir que no solo se realiza la operación en vano, sino que se utiliza material de oficina como hojas bond, tinta de impresora y mano de obra, elevando los costos del Concurso de Admisión.
- El postulante de Otras Modalidades, en promedio, está en la oficina del CAP durante tres horas, lo que causa aglomeración, retraso en las actividades que se

realizan e incomodidad en la atención. Además de un esfuerzo sobre exigido a los miembros del CAP.

- Los expedientes de los postulantes contiene los documentos requeridos, los cuales se colocan en un fólder, se etiqueta con el nombre completo y el código de postulante que se le ha sido asignado en la inscripción virtual. El armado se realiza después de haber hecho una revisión adicional (después de la segunda revisión) y las que sean necesarias para que esté en correctas condiciones antes de entregárselos al Jurado del Concurso. Son dos personas a cargo de esta operación, no se utiliza el registro en el SIP, sino que de manera manual, se escribe uno por uno los datos de los postulantes y los documentos que se están entregando. Este registro servirá como cargo para el CAP. Esta operación toma aproximadamente diez días, involucra personal adicional y material del CAP.
- La entrega de los expedientes al Jurado del Concurso tiene como finalidad la revisión última de estos para “asegurar” que el CAP ha realizado una correcta recepción de documentos. Si el Jurado tuviese observaciones adicionales, se contacta al postulante para el levantamiento de las mismas.

- **Verificación de la identidad del postulante**

La verificación de la identidad consiste en asegurar que los datos que el postulante ha registrado sean correctos y verdaderos, de tal forma que éste no pueda ser suplantado el día del Examen de Admisión.

Para la verificación de la identidad, el CAP utiliza el sistema de consulta adquirido en convenio con el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), donde se puede consultar los datos personales y fotografía de los postulantes utilizando como dato el número de DNI. Este sistema tiene un costo mensual y es considerado en el cuadro de necesidades.

El sistema permite realizar la consulta de los siguientes datos personales: nombres, apellidos, estado civil, sexo, domicilio actual y lugar de nacimiento, los cuales son solicitados en la inscripción virtual. La consulta se realiza en línea y con el N° de DNI del postulante.

La verificación se inicia una vez que el postulante ha finalizado su inscripción virtual. El CAP, haciendo una comparación manual de la ficha de inscripción y la ficha de datos personales de RENIEC, comprueba que el postulante ha ingresado correctamente sus datos personales, principalmente la correcta escritura de sus nombres, apellidos y número de DNI. Además, que la foto de ambas fichas muestre las características físicas del postulante. Si esta información coincide en ambas, queda verificada la identidad del postulante.

Esta verificación de datos y rasgos físicos es el primer filtro que pasa el postulante, el día del Examen de Admisión se procede a una segunda verificación de la identidad, minutos antes de rendir el examen. Que se asegure la identidad del postulante es un procedimiento fundamental en la etapa final de la inscripción, pues de no ser así, ambas partes se ven afectadas: el postulante, al no poder rendir el Examen de Admisión por no haber cumplido las disposiciones, y el CAP, por no realizar con efectividad su Proceso de Inscripción.

En la Figura 36 se muestra el esquema de verificación de la identidad del postulante, no existe indicadores y una de las principales consecuencias de no asegurar este procedimiento es que se presenten suplantaciones en el Examen de Admisión.

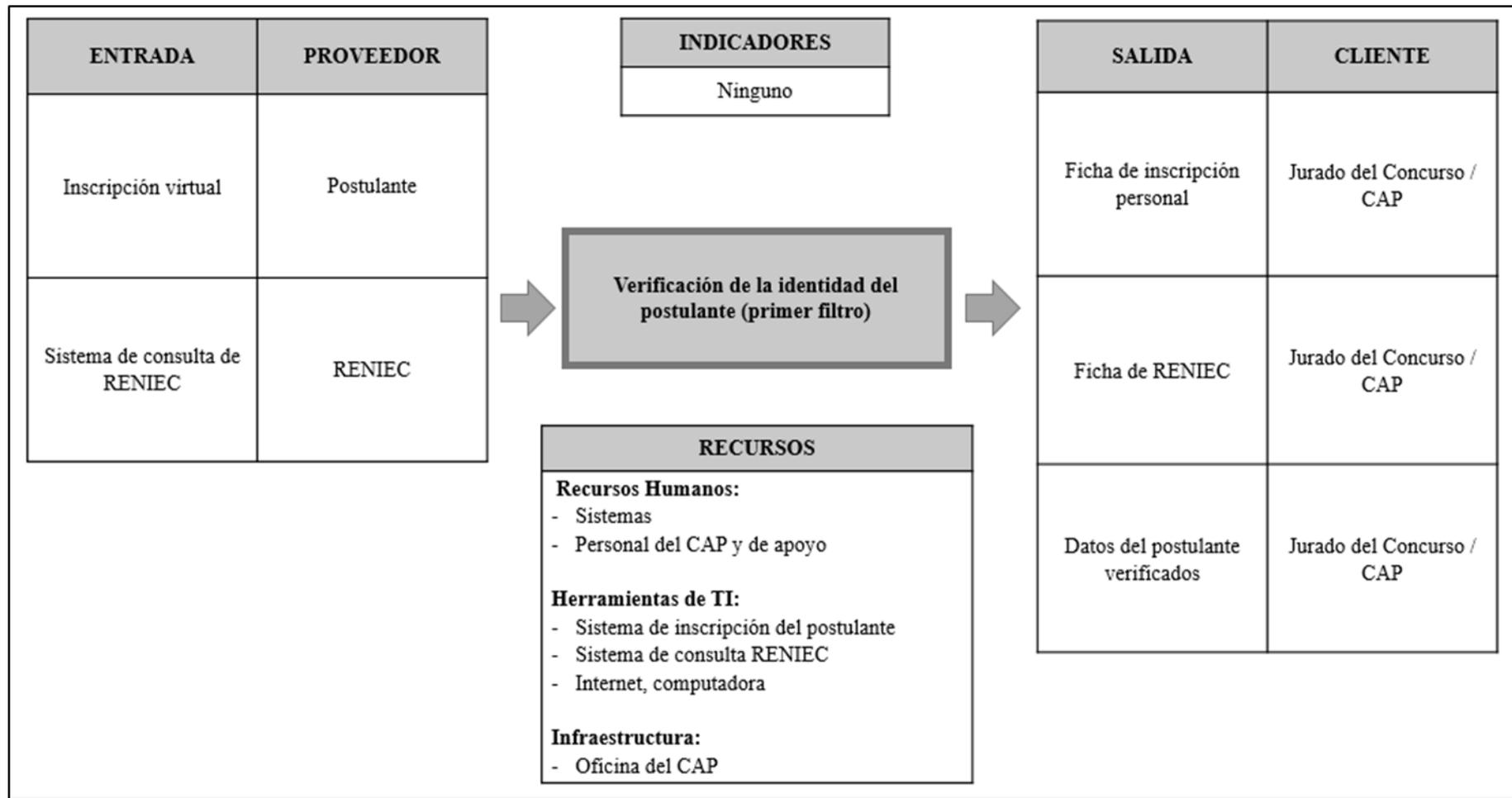


Figura 36: Esquema de Verificación de la Identidad del Postulante

FUENTE: Elaboración Propia

Aspectos negativos

- La verificación a través de la comparación de los datos registrados por el postulante y los del sistema de RENIEC, se realiza manualmente conforme los postulantes terminan su inscripción virtual ya que no existe en el SIP un cruce automático de información. Se debe imprimir la ficha de inscripción del SIP y la ficha de datos personales de RENIEC, lo que implica excesivo uso de material (hojas bond, tinta) y más apoyo al grupo del CAP, involucrándose al menos 15 personas en este procedimiento.
- La comparación manual de ambas fichas se realiza en parejas, después de que el equipo de apoyo del CAP imprima en masivo las fichas de inscripción del día. Uno dicta el número de DNI del postulante y la otra persona ingresa al sistema de RENIEC, se revisa la foto y los datos personales. Si se presenta una observación, la ficha de RENIEC no es impresa, se escribe la información en la ficha de inscripción y se deja separada para contactar al postulante y levantar la observación.
- Si la foto cargada en la inscripción virtual no tiene las características requeridas, la comparación de la ficha de inscripción con la ficha de RENIEC se dificulta. Si no se puede verificar la igualdad (o al menos semejanza) del postulante en la fotografía, es observado y luego se contacta al postulante para la corrección correspondiente.
- El sistema de RENIEC no permite realizar la consulta de datos personales de menores de edad, aunque de igual manera se intenta ingresar con su número de DNI al sistema, son muy pocos los casos que si presentan ficha. Por lo tanto, la identidad de un postulante menor de edad no es verificada por medio de la comparación de fichas, tampoco se tiene la certeza de que se hayan ingresado correctamente los datos. Solo se verifica que la foto cargada en el SIP cumpla las características, y en caso no, se observa.
- El uso de la ficha de RENIEC debe ser tratado con consentimiento de esta Entidad, además respetando los derechos fundamentales del titular (en este caso, el postulante), lo que conlleva a un uso discreto de la misma, sin potestad de poder comercializarla ni utilizarla para fines diversos. Sin embargo, el CAP en su función de verificación de datos hace impresión de las mismas, lo cual está prohibido y al ser fiscalizado puede generar una multa para la UNALM.
- La verificación de la identidad del postulante por este medio, es decir

comparando los datos registrados y los existentes en el sistema de RENIEC, no asegura que el día del Examen de Admisión, no exista casos de suplantación de postulantes. Ambas fichas son entregadas a los responsables de aula para que en el momento previo al Examen de Admisión se realice la segunda verificación (segundo filtro) de identidad del postulante, sin embargo ninguna de las dos fichas sirven para este último fin, por lo que se utilizó recursos de la oficina (impresiones, fólderes, mano de obra y tiempo) en vano.

- Los procedimientos que se ven afectados si no se verifica la identidad del postulante, es la emisión del listado final de postulantes inscritos en el Concurso de Admisión, además de la asignación de color de módulo y número de aula para el Examen de Admisión.

- **Listado de postulantes inscritos**

El listado de postulantes inscritos se da una vez finalizada la inscripción virtual y la verificación de la identidad de los mismos. A medida que los postulantes han sido verificados y luego distribuidos en las aulas en que se rendirá el Examen de Admisión, se realizan las listas para el Jurado del Concurso: por color de módulo y número de aula para el responsable de aula y para pegarlas en las puertas de las mismas, además del listado por modalidad de ingreso.

En la Figura 37 se muestra el esquema de listado de postulantes inscritos, teniendo como indicador la cantidad final de postulantes para el Concurso de Admisión, con el que se puede determinar si el Concurso de Admisión ha logrado el objetivo promedio de postulantes o lo ha superado. Estas estadísticas se obtienen en cada concurso y se archivan como datos históricos.

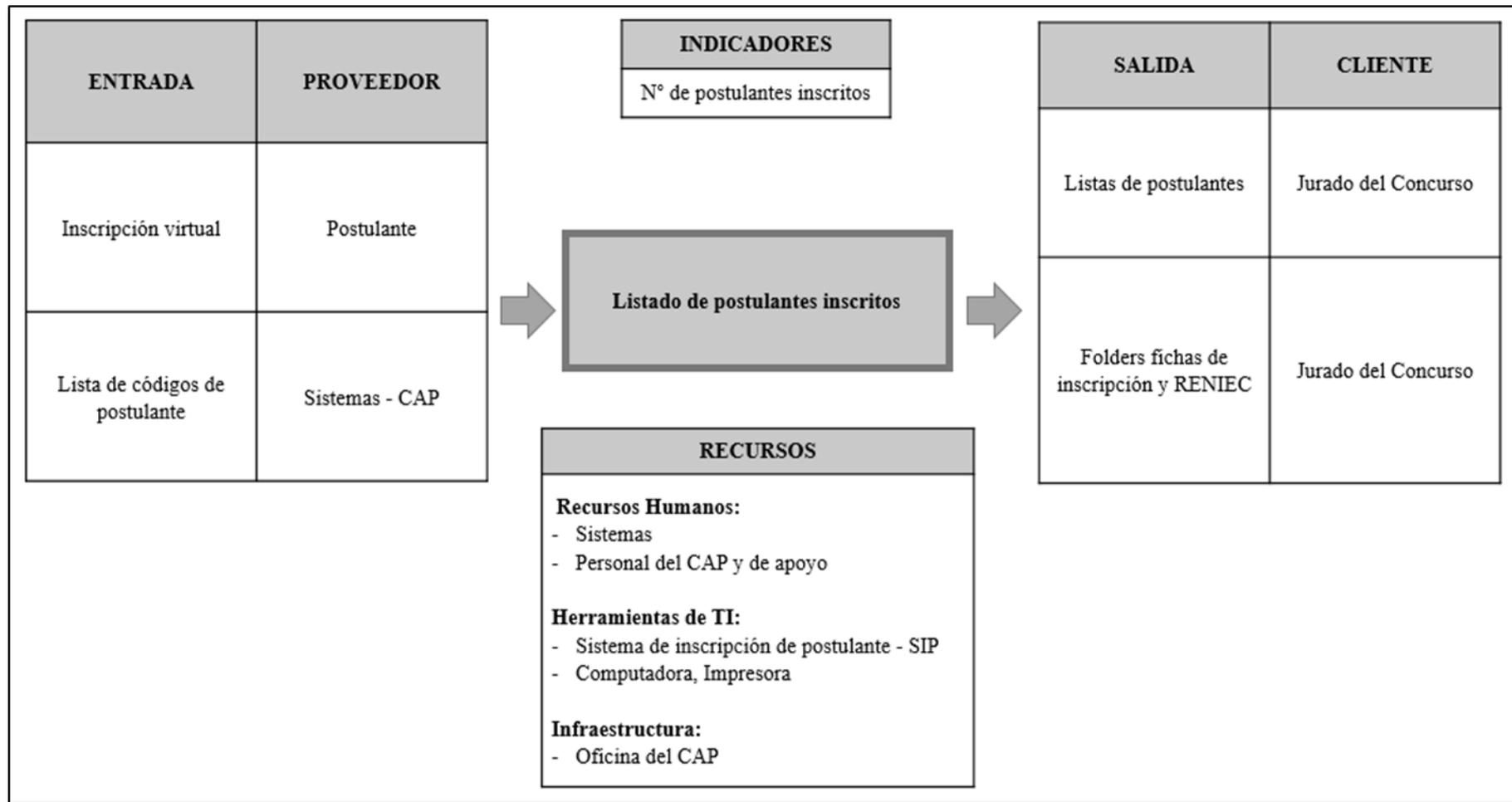


Figura 37: Esquema de Emisión del Listado de Postulantes

FUENTE: Elaboración Propia

Aspectos negativos

- El listado final de los postulantes se arma en un folder por color de módulo y número de aula, junto con las fichas de inscripción y fichas de RENIEC. Como se indicó en el procedimiento anterior, este documento no asegura la identidad del postulante, puesto que la comparación de ambas fichas con el DNI físico del postulante se realiza de manera rápida. Además, los responsables de la segunda verificación de identidad en el Examen de Admisión, son los docentes de la UNALM, quienes no son expertos en identificación de personas.
 - La impresión de los listados generales por aula, los cuales contienen las fichas de inscripción, fichas de RENIEC y listado de los postulantes en orden alfabético, genera gasto de material como hojas bond y folders, que concluido el Examen de Admisión no tiene validez alguna, sin embargo es archivado en el depósito de la oficina del CAP, ocasionando pérdida de espacio.
- **Distribución de aulas para el Examen de Admisión**

La distribución de los postulantes en los módulos y aulas disponibles para el Examen de Admisión, se realiza una vez terminada la inscripción virtual y cuando han sido verificados los datos registrados por los postulantes. Esta distribución se realiza mediante “sorteo”, en el SIP, bajo dos parámetros principales: 1) carrera profesional: ubicación de los postulantes según su primera opción de carrera y empezando con la de mayor demanda y 2) número de postulantes por aula: la capacidad era de 30 a 40 postulantes por aula. Los postulantes de Otras Modalidades están ubicados en salones separados al Concurso Ordinario. Dentro de cada aula, los postulantes son ubicados por orden alfabético según apellido paterno.

El color y número de aula se publica en la página web del CAP dos días antes del Examen de Admisión, donde los alumnos, con su código de postulante ingresan al link a realizar la consulta, para luego llenar la información en su carné de postulante. Esta información permite al postulante ubicarse en la fila correspondiente el día del Examen de Admisión e ingresar al campus de manera ordenada.

En la Figura 38, se muestra el esquema de distribución de aulas para el Examen de Admisión, no existen indicadores, pero se caracteriza por ser un procedimiento corto.

Aspectos Negativos

- La fecha de consulta del color y número de aula no es informada en el Calendario de Admisión, por lo que el postulante suele llamar al CAP a consultar sobre donde rendirá el Examen de Admisión u olvidar que debe verificarlo en la página web, dos días antes del Examen de Admisión.
- Ya que la distribución se realiza a través del SIP, todos los postulantes deben estar registrados correctamente y los patrones establecidos, ya que una vez que el sistema genera la distribución, no podrá ser cambiada o agregar a algún postulante. En todo caso se tendría que rehacer la distribución e impresión del listado general.

- **Publicidad del Concurso de Admisión**

La publicidad del Concurso de Admisión es actividad del área de Promoción del CAP y es fundamental durante el desarrollo del concurso, desde el inicio de las fechas de inscripción, realización de los talleres de carreras profesionales y la fecha del Examen de Admisión. Esta se realiza a través de diferentes medios de comunicación, los cuales son ofrecidos por proveedores elegidos mediante concurso y sobretodo quien ofrezca el menor precio de servicio.

El fin principal de este procedimiento es acercar al público en general y postulantes la información necesaria sobre el Concurso de Admisión, resaltando la fecha del Examen de Admisión. Esta publicidad puede ser mediante radio, periódicos, carteles en las paredes exteriores de la UNALM, banners dentro del campus universitario, página web del CAP y redes sociales: “Facebook”.

La retroalimentación que recibe el CAP referente a los medios que utiliza para la publicidad del concurso se da a través de la encuesta en la inscripción virtual, donde el postulante responde por cual medio se enteró del Concurso de Admisión y cuáles son las razones de postular a la UNALM. El CAP recopila la información y determina si es efectiva la estrategia de publicidad utilizada.

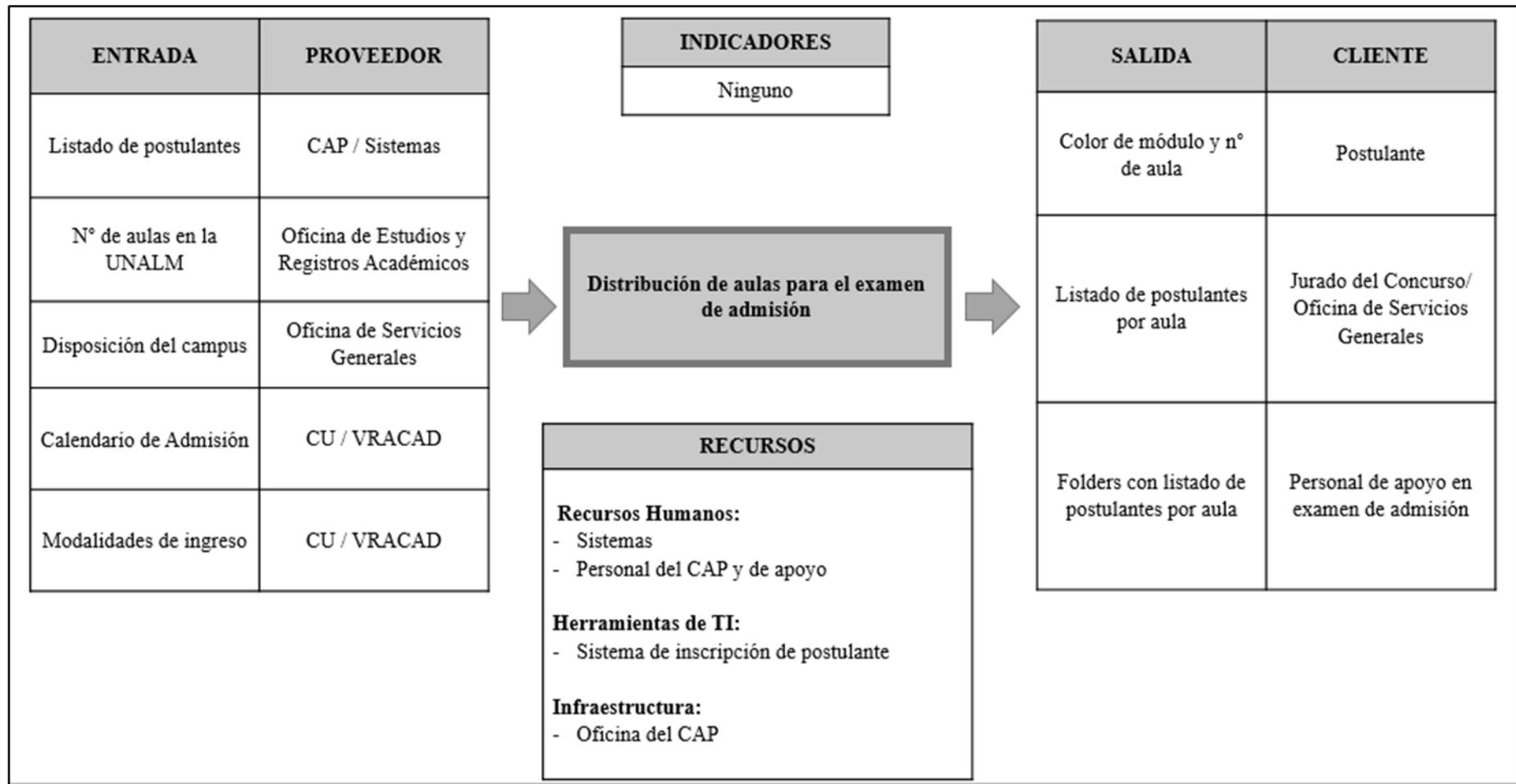


Figura 38: Esquema de Distribución de Aulas para el Examen de Admisión

FUENTE: Elaboración Propia

En la Figura 39, se muestra el esquema de publicidad del Concurso de Admisión, se mide el impacto que tiene esta y si está cumpliendo el objetivo de informar y atraer al público objetivo.

Aspectos negativos

- El CAP no ha realizado un correcto uso de la información recaudada de las encuestas, pues a pesar de conocer que su público objetivo son jóvenes de aproximadamente 16 a 23 años, no utilizan los medios de comunicación adecuados para hacerles llegar la publicidad del concurso.
- Una forma de publicidad del Concurso de Admisión es a través de los diarios “El Comercio”, en donde se publica el Calendario de Admisión, con un tamaño de 9 mod x 3 col (20.57 x 12.16 cm aprox.) y a colores, durante seis domingos consecutivos una vez iniciado las fechas de inscripción, y en “El Trome”, diario de la misma editora, con un tamaño de 6 mod x 3 col (13.58 x 12.16 cm aprox.) y a blanco y negro, y con un total de siete publicaciones de lunes a viernes, durante un mes; la publicidad presentada contiene mucha información y no logra la atracción necesaria del público objetivo.
- Se utiliza también la radio como medio de comunicación para difundir la fecha del Examen de Admisión, con un spot de 24 s y con un speech realizado por el área de Promoción del CAP. A pesar de ser un medio poco efectivo, tiene mejores efectos que los diarios, sin embargo tampoco logra el impacto deseado y tiende a ser repetitivo.
- El medio más utilizado por los jóvenes de 16 a 23 años son las redes sociales, en un mundo donde la tecnología es tema de cada día; sin embargo, lo que menos maneja el CAP para la publicidad del Concurso de Admisión es “Facebook”, y aunque se tiene una cuenta como Admisión Agraria La Molina, en temporada de inscripciones se difunde muy poco la información que necesita el postulante, así como la interacción con ellos.

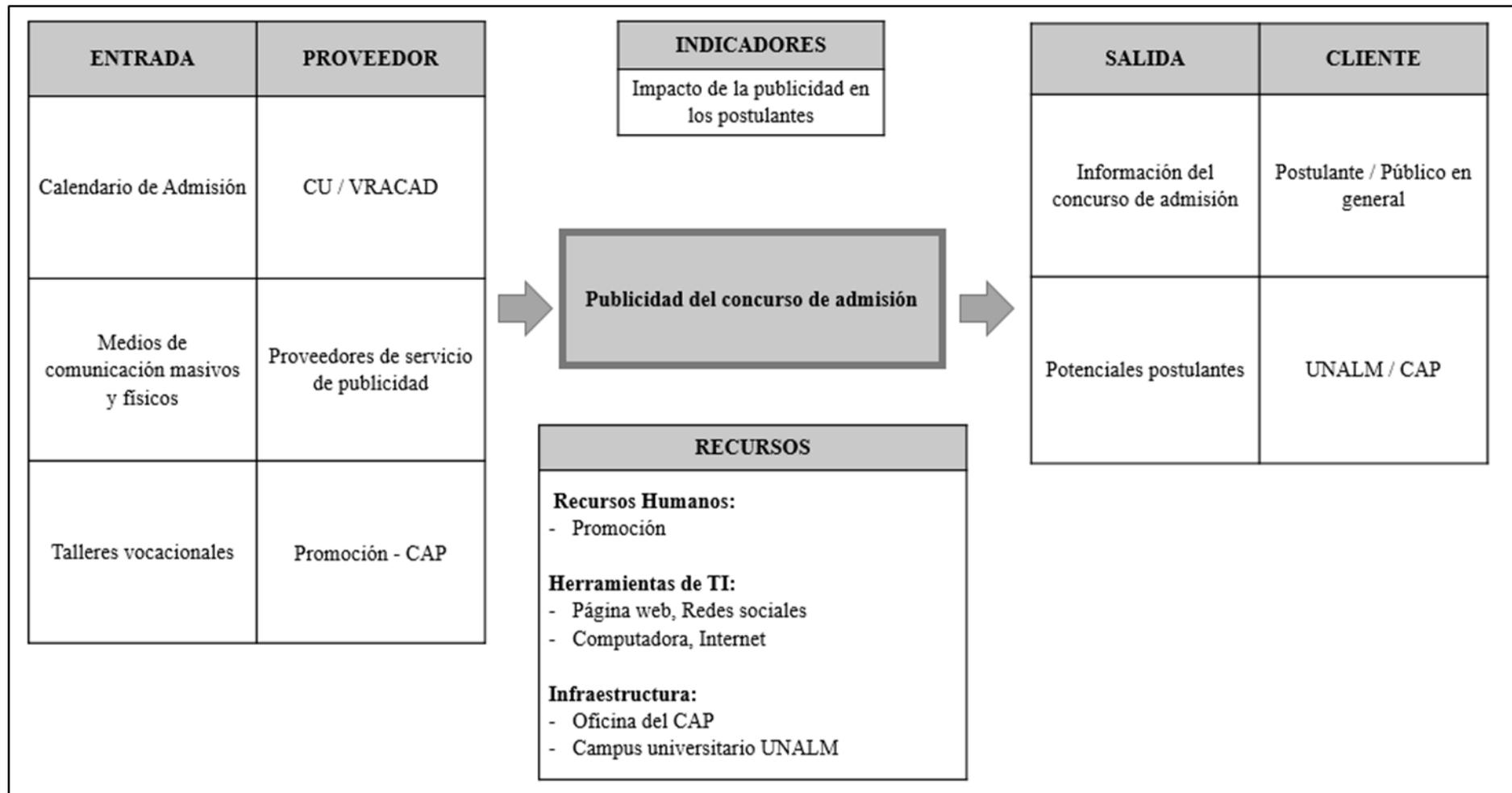


Figura 39: Esquema de la Publicidad del Concurso de Admisión

FUENTE: Elaboración propia

- Se utiliza también, las carteleras gratuitas en los exteriores de la UNALM, donde se visualiza el Calendario de Admisión, demasiada información y no genera impacto en los postulantes, además de no ser visibles para cualquier peatón.
- La página web del CAP debe ser actualizada por el área de Sistemas, por descuido se retrasan las actualizaciones como cambiar el Calendario de Admisión del concurso actual y la fecha del examen. Además la sección de preguntas frecuentes, que en supuesto debe absolver consultas que tienen los postulantes sobre el examen pero están desactualizadas, con faltas ortográficas e información poco relevante.

- **Venta del Prospecto de Admisión**

La venta del Prospecto de Admisión se realiza días antes del inicio de la inscripción virtual del Concurso de Admisión, por medio del proveedor Teledistribución S.A. - “TELETICKET”. Para poder llevar los prospectos a los puntos de venta de TELETICKET, el CAP ya debe haber realizado la elaboración del mismo, con la información útil para el Concurso de Admisión, y haber elegido la imprenta encargada de la impresión de los prospectos físicos.

TELETICKET envía cada dos días un reporte de ventas y este ayuda al seguimiento del incremento de postulantes al iniciarse la inscripción virtual. La recaudación monetaria de las ventas es transferida a la cuenta bancaria de la Fundación para el Desarrollo Agrario (FDA), pues es con esta dependencia que se ha realizado el contrato de servicio. En la se muestra el esquema de venta del Prospecto de Admisión, teniendo como indicador el número de prospectos vendidos diariamente, lo que le da un acercamiento al CAP de la cantidad de postulantes al Concurso de Admisión.

Aspectos Negativos

- La venta de prospectos en los puntos de venta de TELETICKET es solo a nivel de Lima y Callao; para los postulantes que viven en provincias, el procedimiento es diferente: depositar el importe de S/ 83.00 soles a la cuenta del FDA y luego enviar un correo electrónico al CAP, con una foto del boucher de pago.

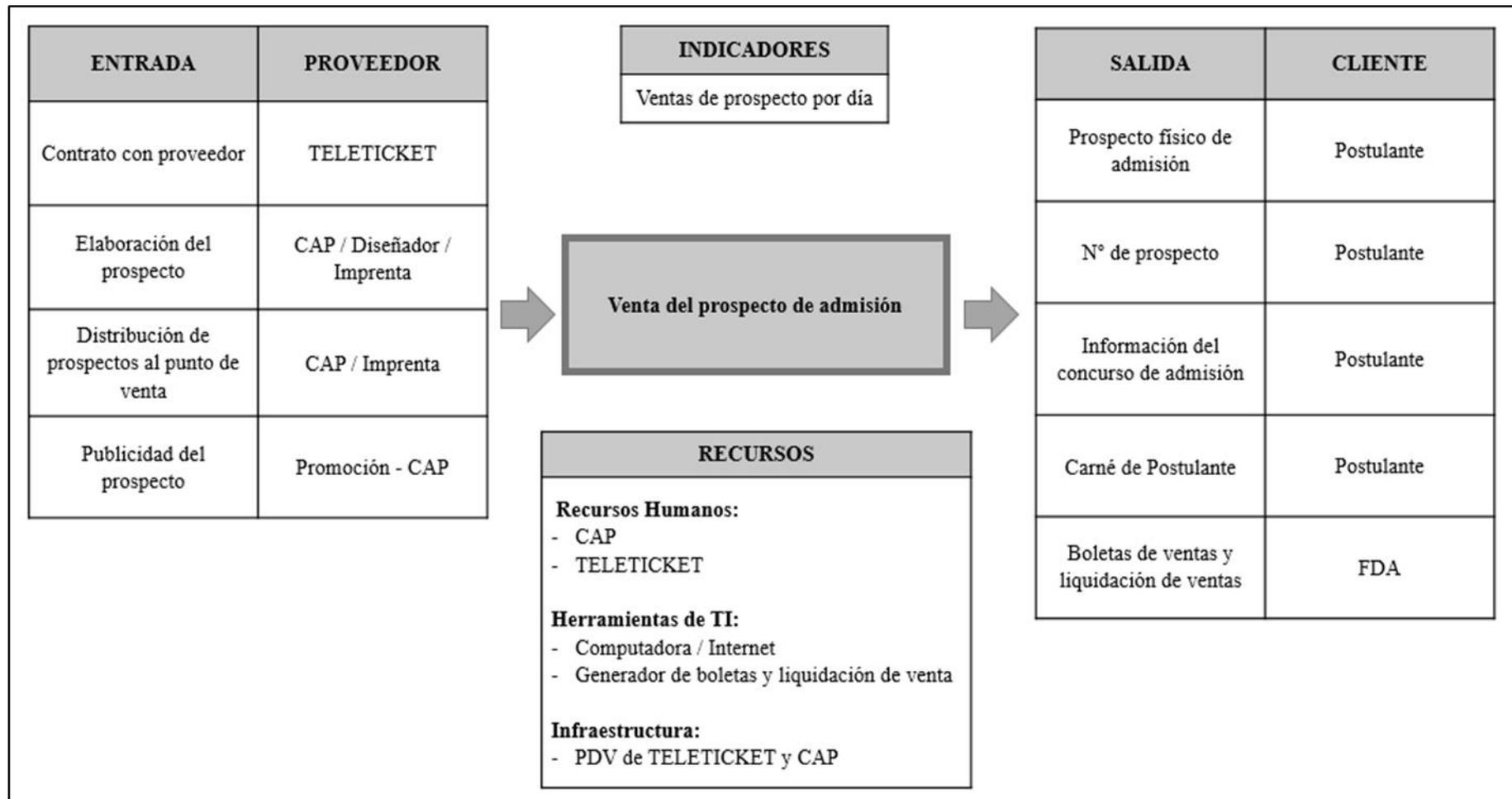


Figura 40: Esquema de Venta del Prospecto de Admisión

FUENTE: Elaboración Propia

Cuando el CAP recibe el correo, se le envía el Prospecto de Admisión en formato digital y el número de prospecto y así, el postulante podrá realizar el pago por derecho de admisión en el BCP. El postulante debe acercarse al CAP en las fechas establecidas en el prospecto con dos fotos tamaño carnet para el llenado de su Carné de Postulante, y poder rendir el Examen de Admisión.

- El reporte de ventas que se recibe por parte del proveedor ayuda solo en seguimiento de cantidad de los prospectos vendidos y la recaudación total en soles, pero no permite aplicar estrategias de ventas, pues no se conoce cuáles son los puntos en donde se vende más prospectos, pudiendo ser esta información un indicador de cuáles distritos proceden la mayor cantidad de postulantes.
- Ya que el contrato es TELETICKET – FDA, el CAP debe realizar la liquidación final de ventas para los prospectos de admisión vendidos en el CAP, lo cual implica manejo de caja chica durante la inscripción para el Concurso de Admisión, y con esto problemas como pérdida de dinero o descuadres de efectivo. Estos casos son más frecuentes durante la recepción y revisión de documentos de Otras Modalidades, ya que los postulantes optan en su mayoría realizar la inscripción virtual en la oficina, pero mayormente asisten al CAP sin haber adquirido el Prospecto de Admisión.
- Como el CAP no revisa los prospectos físicos realizados por la imprenta, se presentan casos de quejas de los postulantes que encuentran el prospecto mal impreso, o sin la cinta que contiene el número de prospecto.

- **Atención personalizada al postulante**

La atención personalizada se presenta en dos casos: que el postulante tenga consultas adicionales sobre el Concurso de Admisión o que presente problemas durante la inscripción virtual. En ambos la atención al postulante se realiza por medio de llamada telefónica, correo electrónico o personalmente, es importante encontrar siempre solución al problema que plantea el postulante.

En la Figura 41 se muestra el esquema de atención personalizada al postulante, no cuenta con indicadores y se desarrolla desde un mes previo a la inscripción virtual.

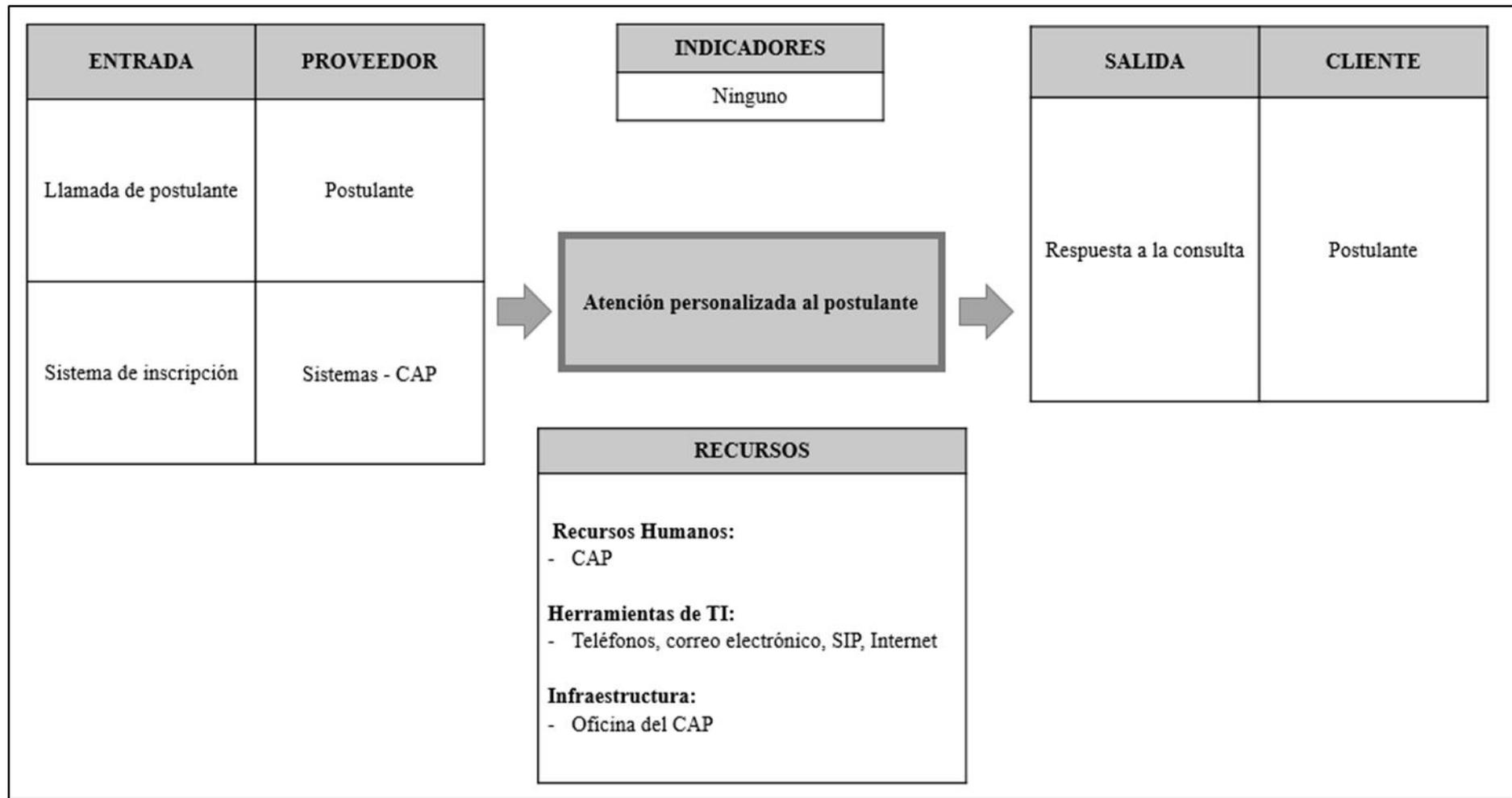


Figura 41: Esquema de Atención Personalizada al Postulante

FUENTE: Elaboración Propia

Aspectos negativos

- No se tienen indicadores de cuáles son los problemas por los que más realizan llamadas los postulantes, por tanto como se resuelve en el instante, no se lleva un control ni seguimiento, ni se toma nota para corregir o mejorar ese punto crítico y no vuelva a llamar otro postulante con el mismo inconveniente.
- No se tiene un protocolo de atención en ninguna de sus formas, ni por teléfono, correo o personalmente, lo que ocasiona que el tiempo de atención por postulante sea prolongado o éste quede insatisfecho con la información.

- **Seguimiento de postulantes inscritos**

El seguimiento de los postulantes inscritos se realiza por dos casos: primero, al finalizar la inscripción virtual, se debe llamar al postulante en caso los datos registrados no coincidan con los datos obtenidos en el sistema de consulta de RENIEC; y segundo, si se verifica que la foto cargada en el SIP no cumple con las características requeridas. El seguimiento se realiza vía telefónica, se llama al postulante y se le pide la confirmación de sus datos o se le da la indicación de cambiar a foto.

En la Figura 42 se muestra el esquema del seguimiento de postulantes inscritos, no existen indicadores para este subproceso, y es el paso siguiente a la verificación de la identidad del postulante.

Aspectos negativos

- Las indicaciones no están claras para el postulante, por lo que se comete errores por parte de este. El realizar una llamada a cada postulante implica emplear tiempo adicional por parte del Equipo del CAP, y un seguimiento diario de tres o cuatro días hasta que el postulante levante la observaciones indicadas. El procedimiento inicia con la verificación del postulante y culmina hasta un día antes de entregar el listado al Jurado del Concurso.

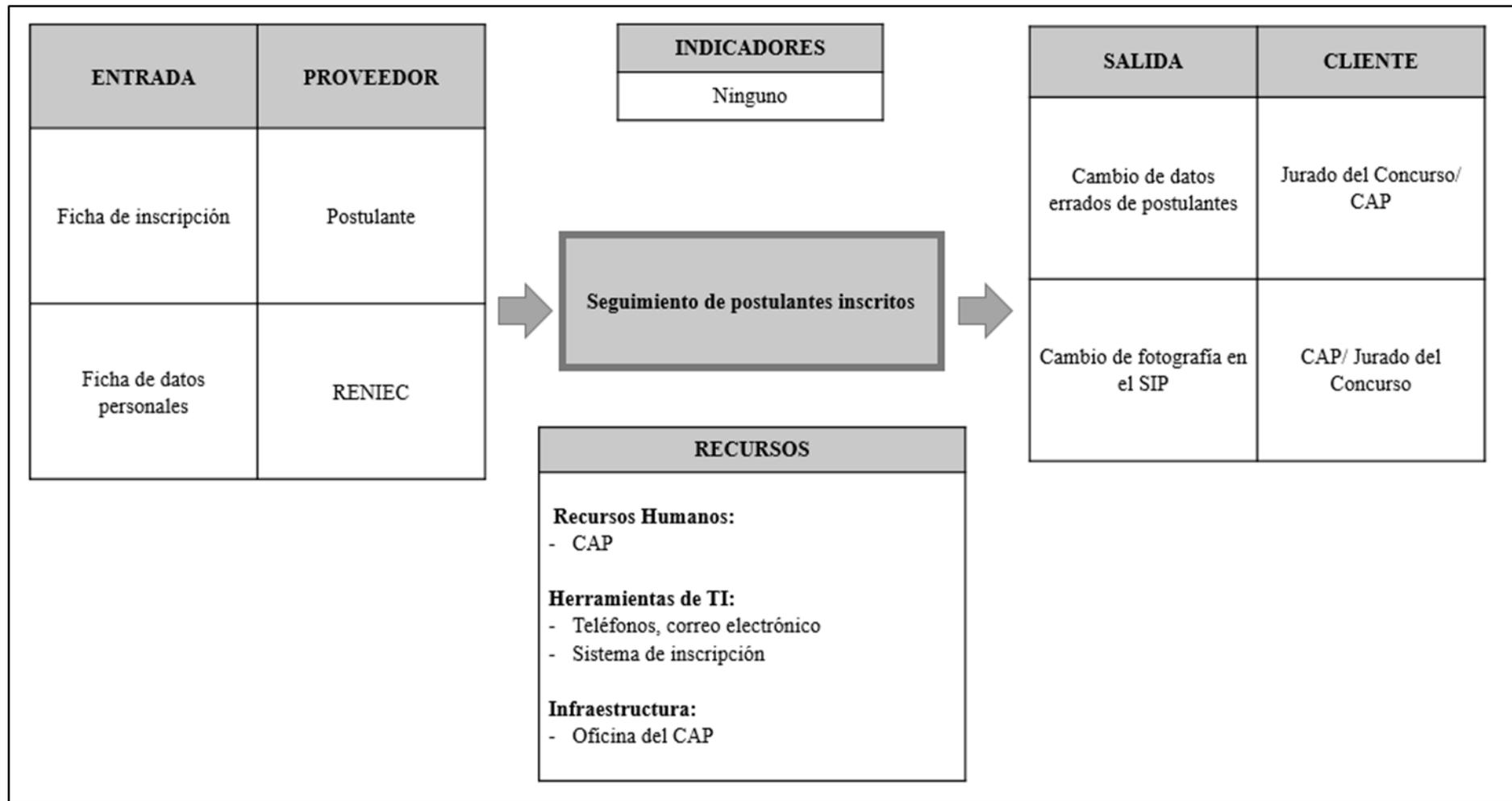


Figura 42: Esquema de Seguimiento de Postulantes Inscritos

FUENTE: Elaboración Propia

- El cambio de datos personales y de la fotografía del postulante es realizada por el área de Sistemas del CAP, el postulante envía la información correcta y en la oficina se debe hacer el cambio de las observaciones, luego imprimir nuevamente la ficha de inscripción y colocarlo en el fólder correspondiente, es decir del color de módulo y número de aula que se le fue asignado.
- Los postulantes con datos personales sin verificar no son anotados en una lista o archivo de observaciones, por lo que después del Examen de Admisión no se tiene conocimiento de que postulante estuvo inscrito incorrectamente. Si alcanzó una vacante de ingreso, se detectará el error, en caso contrario, queda errado los datos personales del postulante en la base de datos del SIP.

e. Análisis DAFO

Al realizar la evaluación del ámbito externo e interno del CAP, según lo mencionado en la metodología y detallado en el Anexo 8; se identificaron 30 factores: ocho fortalezas, ocho debilidades, ocho oportunidades y seis amenazas, siendo los factores relacionados con el Proceso de Inscripción del CAP, los siguientes:

- Fortaleza: El Concurso de Admisión de la UNALM cumple con los lineamientos de la Ley Universitaria, siendo dos veces al año, estando estos a cargo del CAP.
- Debilidad: Las herramientas de inscripción no son modernas ni acorde con el público objetivo, muchas veces implica complicaciones para el usuario.
- Oportunidad: La población peruana que decide seguir una carrera universitaria va en aumento, siendo así mayor la cantidad de postulantes a universidades cada año.
- Amenaza: Los Concursos de Admisión en otras universidades cumplen con estándares de calidad y han sido certificados bajo la Norma ISO 9001.

En el Cuadro 7, se muestra las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazadas identificadas.

Cuadro 7: Análisis DAFO del CAP

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. El prestigio de la universidad ganado a través de más de 110 años de fundación. 2. Las carreras ofrecidas por la UNALM y promocionadas por el CAP, poseen fuerte demanda en el mercado laboral, y cumplen con la alineación a las políticas establecidas por el Estado en temas educativos y ambientales. 3. Convenios sostenidos por la UNALM con sus homólogas alrededor del mundo, hace la oferta académica más atractiva para los postulantes. 4. La infraestructura de la universidad permite ofrecer carreras vivenciales. 5. El personal que promociona las carreras universitarias son los alumnos y docentes de la UNALM, quienes viven la carrera a diario. 6. El Concurso de Admisión de la UNALM cumple con los lineamientos de la Ley Universitaria, siendo dos veces al año, estando estos a cargo del CAP. 7. El CAP depende del Vicerrectorado Académico, ayudando a pasar por menos procesos burocráticos en la toma de decisiones y acciones de mejora. 8. El nivel de selección de los postulantes es alto y reconocido a nivel nacional, teniendo un examen de aptitud académica y nivel de conocimiento bien estructurado y realizado con el apoyo del CAP. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los procesos realizados por el CAP no son totalmente eficientes, dejando fuera varios requisitos para satisfacer a los postulantes. 2. La influencia de publicidad de las carreras profesionales de la UNALM, mediante diferentes medios de comunicación, es muy baja. 3. Carencia de un plan de marketing que se adecue al presupuesto del CAP. 4. La ubicación de la oficina del CAP no permite la visibilidad del mismo dentro del campus universitario, restando importancia a las funciones realizadas por ésta. 5. El proceso de determinación de vacantes no cuenta con investigaciones realizadas por el CAP que sustente el número de plazas establecidas para cada carrera profesional. 6. Las herramientas de inscripción no son modernas ni acorde con el público objetivo, muchas veces implica complicaciones para el usuario. 7. Los procesos del CAP compartidos con otras dependencias de la UNALM no son coordinados y no existen objetivos en común. 8. El CAP no aplica herramientas de estudio de mercado que permita aplicar estrategias contra la competencia ni conocimiento del público objetivo.

...continuación

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nulo ingreso de nuevas universidades que ofrezcan carreras similares a la UNALM, debido a la Ley N°28044. 2. El incremento de jóvenes de 17 a 23 años, que son el público objetivo, y cumplen con la estadística de edad promedio de ingreso a la universidad según el INEI. 3. Algunas de las carreras ofrecidas por la UNALM pertenecen a la proyección de carreras con mayor demanda en los siguientes años, y estas deben ser promocionadas por el CAP. 4. Problemas ambientales demandan cada vez más profesionales de las carreras impartidas por la UNALM y promocionadas por el CAP. 5. Desarrollo de la agroindustria demanda profesionales de calidad, formados en tecnologías para desarrollar productos con valor agregado. 6. La inversión en el sector educación alcanzará cifras significativas lo que permitirá mayor presupuesto para las instituciones educativas públicas. 7. La población peruana que decide seguir una carrera universitaria va en aumento, siendo así mayor la cantidad de postulantes a universidades cada año. 8. Las carreras universitarias son más valoradas que las carreras técnicas en nuestro país, por tanto se puede atraer mayor número de público objetivo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Universidades privadas o públicas, posicionadas en el país han aumentado en su portafolio de carreras las mismas o similares ofrecidas a la UNALM. 2. Las universidades privadas cuentan con mayor capital para mejorar sus carreras ofrecidas y similares a la UNALM, así como su plan de publicidad e influencia en el público objetivo. 3. El enfoque tecnológico del país se ve limitado por un sistema educativo de baja calidad, pues no se promueve la preparación del profesional en uso de tecnologías. 4. Las carreras ofrecidas por la UNALM no están totalmente alineadas con la dimensión ambiental del Estado, teniendo una baja participación en movimientos interuniversitarios enfocados a perspectivas ambientales. 5. La selección del público objetivo en otras universidades con carreras similares a la UNALM es más precisa y logra captar la atención del postulante. 6. Los Concursos de Admisión en otras universidades cumplen con estándares de calidad y han sido certificados bajo la Norma ISO 9001.

FUENTE: Elaboración propia

4.3.2. Resultados de la identificación de los puntos críticos y análisis de la situación inicial del CAP

Los problemas del Proceso de Inscripción del CAP fueron identificados y analizados a través de las herramientas: árbol de puntos críticos, diagrama de flujo de los principales procedimientos del proceso y lista de verificación ISO 9001:2015, además teniendo en cuenta los aspectos negativos obtenidos del análisis de los procedimientos de la Cadena de Valor y la evaluación del contexto organizacional. Posteriormente, los problemas fueron seleccionados y definidos usando las herramientas: matriz de selección de problemas y diagrama de causa-efecto.

La determinación y selección de los problemas en el Proceso de Inscripción permitió identificar las principales oportunidades de mejora, implementarlas y lograr así la mejora para el proceso.

a. Determinación de los puntos críticos

Basados en la información obtenida en las entrevistas con el personal del CAP y el análisis de los diagramas de flujo del Proceso de Inscripción, se determinaron los puntos críticos de control (PCC) haciendo uso del árbol de decisiones que se detalla en el Anexo 10.

En el Cuadro 8, se puede observar la Matriz de Decisiones basado en los Puntos Críticos de Control donde se identificaron 13 puntos críticos. Este análisis evidencia cuales son las actividades que generan retrasos en el Proceso de Inscripción y en las cuales no se aplica control o seguimiento por parte del CAP.

b. Diagrama de flujo

Los diagramas de flujo analizados fueron realizados por el equipo del CAP, los cuales dividen en tres subprocesos al Proceso de Inscripción, siendo estos: 1) Elaboración del Calendario de Admisión, 2) Inscripciones de Postulantes de Otras Modalidades e 3) Inscripción de Postulantes de Concurso Ordinario. Estos a su vez contienen los procedimientos definidos en la Cadena de Valor, sin embargo el CAP no había realizado la identificación de las entradas y salidas de estos.

Cuadro 8: Matriz de decisiones sobre los Puntos Críticos de Control (PCC)

ACTIVIDAD	POSIBLE ERROR	P1	P2	P3	P4	P5	¿ES UN PCC?
Elaboración del calendario de admisión	Coordinación con las áreas de enseñanza para el calendario	NO	NO				NO
	Elaboración del Calendario de Admisión - Propuestas y Evaluación de fechas	NO	SI				SI
	El procedimiento de aprobar el calendario, emitir la resolución y comunicarlo es burocrático	NO	NO				NO
	La actualización, publicidad del calendario y del concurso de admisión no es inmediata y confusa	NO	SI				SI
Inscripción de postulantes de otras modalidades	Activación del SIP no es automática	SI		SI			SI
	Las actividades a realizar entre el banco y el CAP no son automáticas	NO	SI				SI
	Existen dos revisiones de documentación de los postulantes	SI		SI			SI
	La atención a cada postulante de otras modalidades toma mucho tiempo	NO	SI				SI
	Se generan documentos y datos que no crean valor al proceso	NO	SI				SI
	La verificación de la información recopilada no es eficiente y genera retrabajo	SI		SI			SI
	La comunicación a los postulantes sobre el levantamiento de observaciones ocasiona un retrabajo	SI		NO	SI	SI	NO
Inscripción de postulantes Concurso Ordinario	Activación del SIP no es automática	SI		SI			SI
	Las actividades a realizar entre el banco y el CAP no son automáticas	NO	SI				SI
	Se generan documentos y datos que no crean valor al proceso	NO	SI				SI
	La verificación de la información recopilada no es eficiente y genera retrabajo	SI		SI			SI
	La distribución de aulas para el Examen de Admisión no cuenta con parámetros confiables	SI		NO	SI	SI	NO
	La atención y seguimiento a los postulantes inscritos no tiene un procedimiento definido	NO	SI				SI
	Emisión de boletas y reportes a la Oficina de Economía genera mayor carga de trabajo	NO	NO				NO

FUENTE: Elaboración Propia

En las Figura 43, Figura 44 y Figura 45, se muestran los diagramas de flujo mencionados, evidenciando las actividades críticas relacionadas con los puntos críticos de control identificados con el árbol de PCC (resaltadas en color rojo) y los procedimientos identificados en la Cadena de Valor (resaltados en color verde).

Adicionalmente, en la Figura 45, se muestra las actividades realizadas por la Caja CAP, encargada de emitir las boletas por pago de derecho de admisión de los postulantes. Estas actividades no contribuyen al logro del resultado del proceso, sin embargo se debe realizar por procedimiento obligatorio de la UNALM. Estas boletas son entregadas a la Oficina de Economía de la Universidad, para los registros pertinentes. El principal aspecto negativo identificado, es que se utiliza mano de obra del CAP en un procedimiento que no es función de la oficina. Como la información no es transferida, y solo el CAP la maneja, debe asumir la responsabilidad.

Se resume entonces, en el Cuadro 9, la asociación de los puntos críticos de control en los diagramas de flujo y los aspectos negativos identificados en la Cadena de Valor del Proceso de Inscripción; con este análisis se pudo nombrar los seis primeros problemas del Proceso de Inscripción:

1. Limitación de días establecidos en el Calendario de Admisión para la inscripción de postulantes.
2. El SIP no es un sistema moderno ni flexible.
3. Los medios de comunicación utilizados no tienen el impacto esperado.
4. Cuello de botella en la revisión de documentos.
5. No están definidas las actividades en un Manual de Procedimientos.
6. Aseguramiento deficiente de la Identidad del Postulante.

En la siguiente etapa estos problemas fueron redactados de forma diferente, ya que al usar la herramienta Lluvia de Ideas se encontró junto con el Equipo del CAP, ideas que contenían estos problemas enunciados; por lo tanto, se llegó a una redacción de entendimiento común.

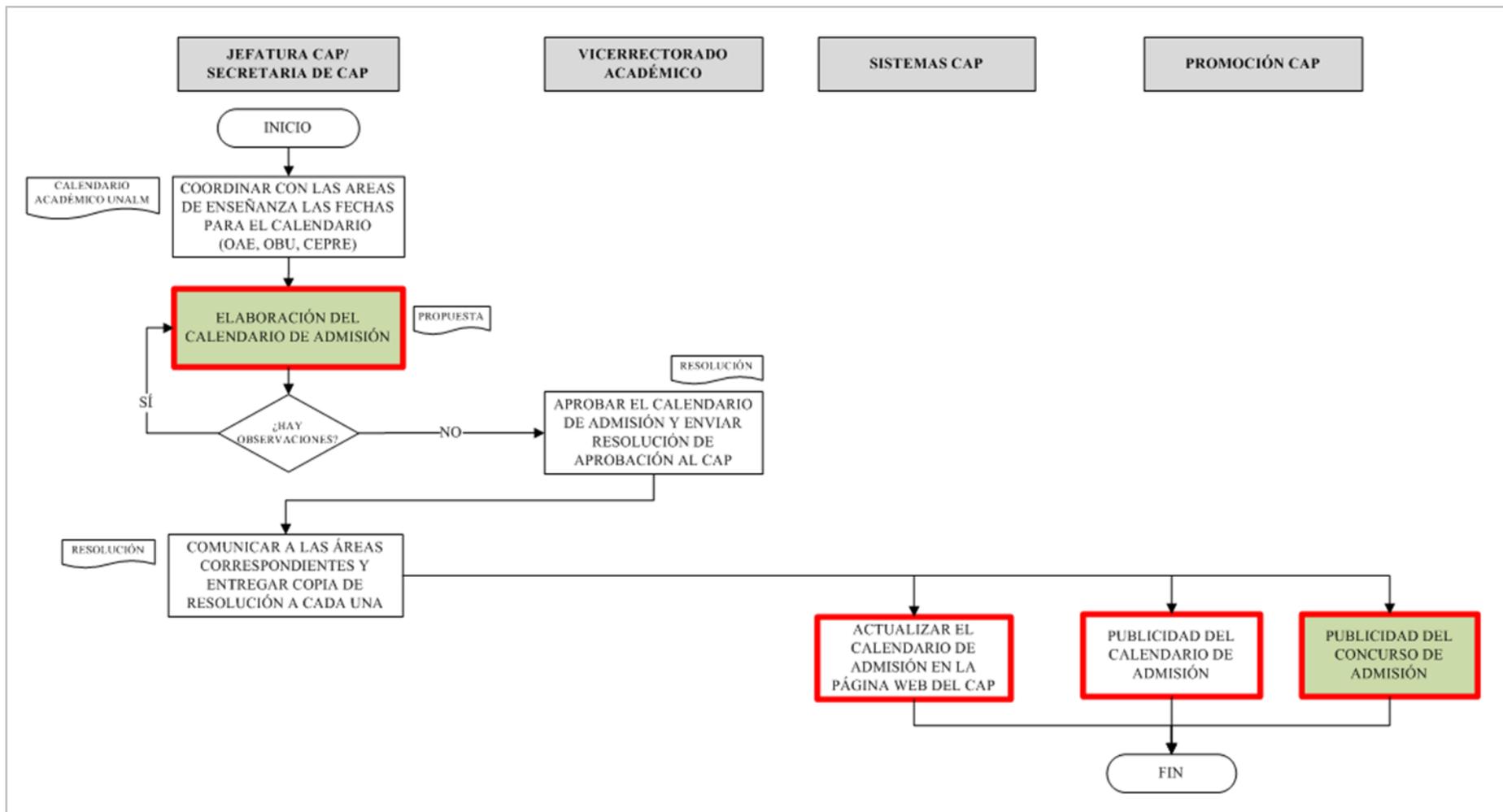
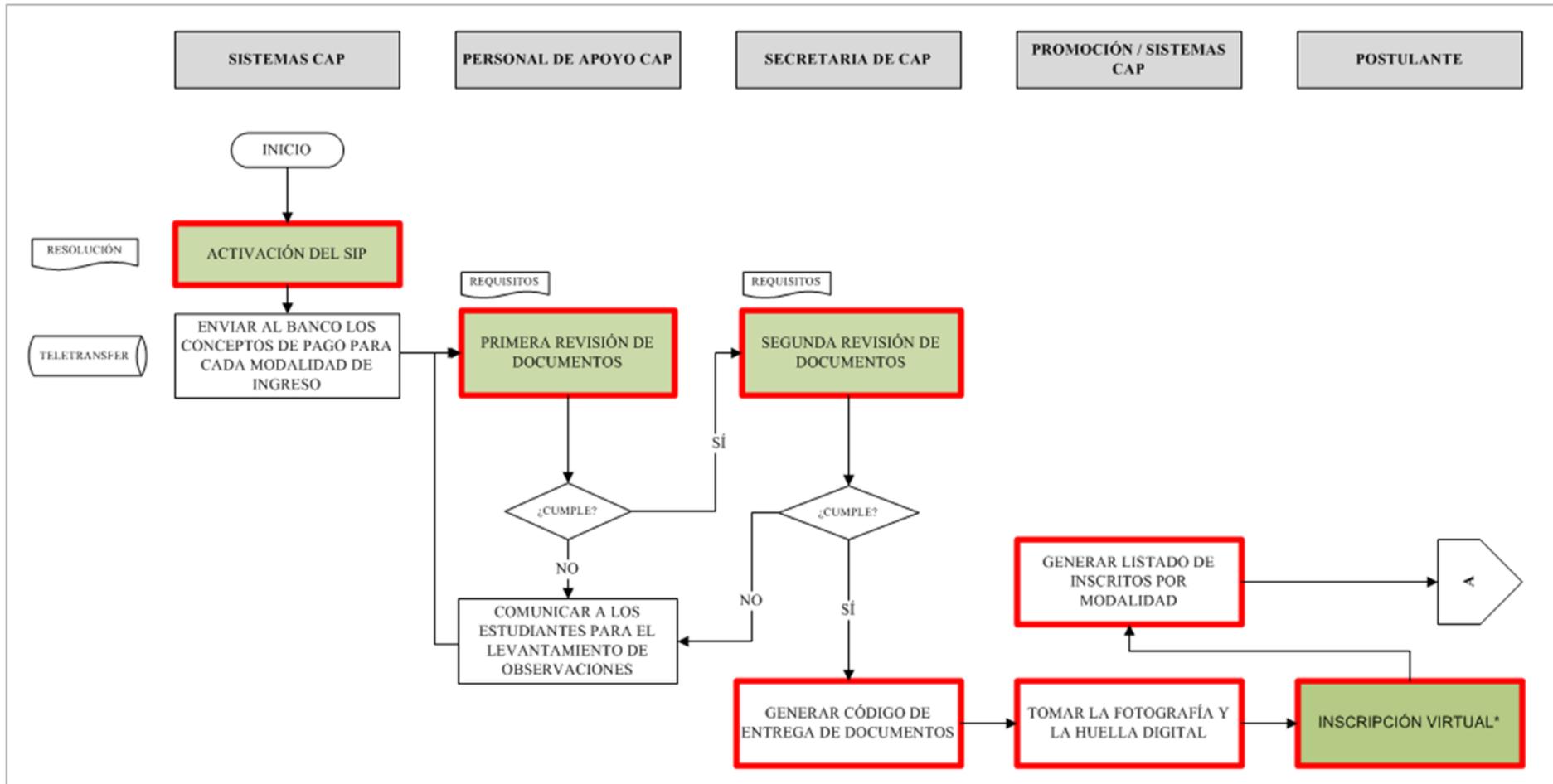


Figura 43: Diagrama de flujo de la Elaboración del Calendario de Admisión

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia



...continuación

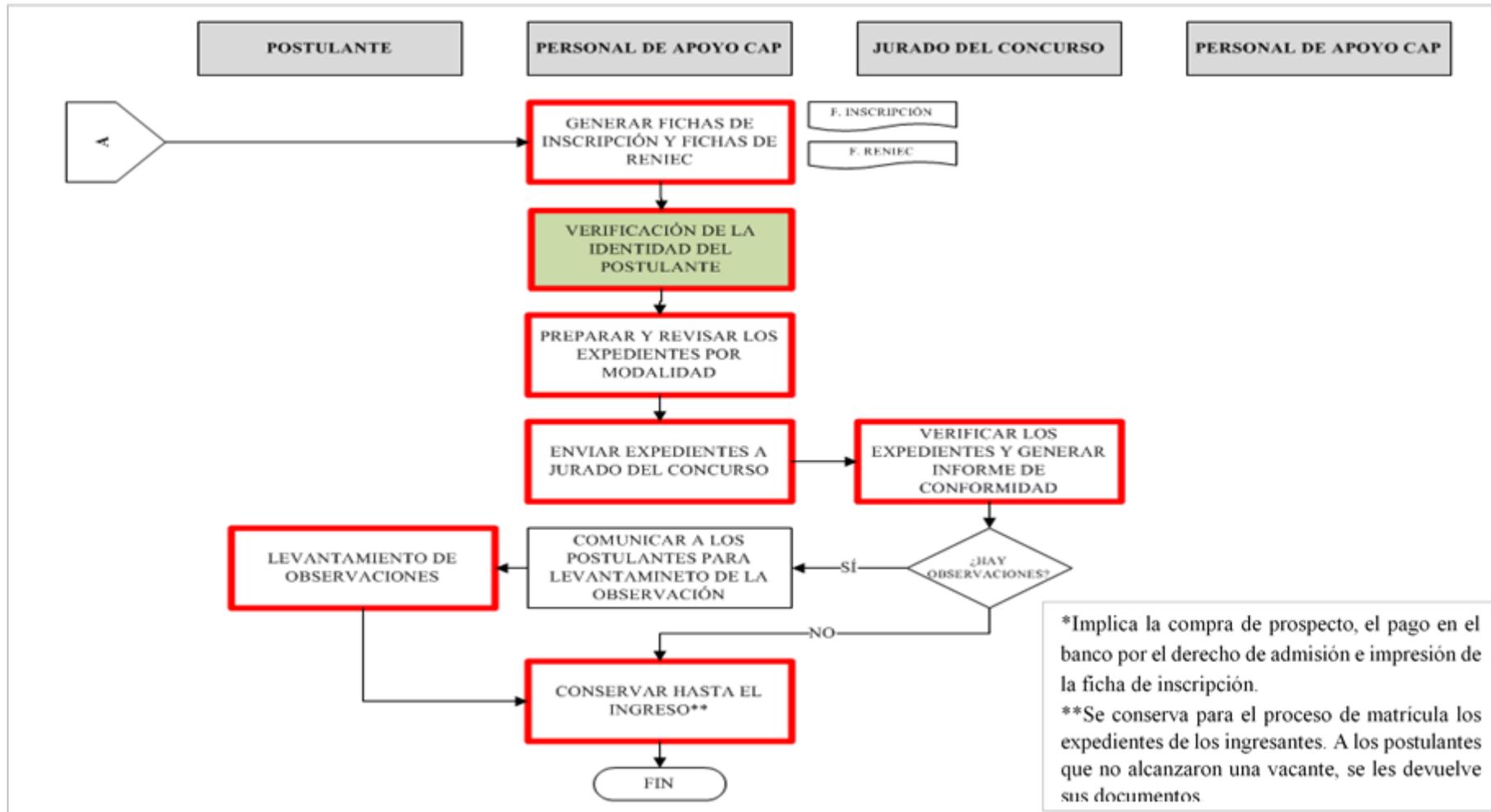


Figura 44: Diagrama de Flujo de la Inscripción de Postulantes de Otras Modalidades

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016). Elaboración Propia

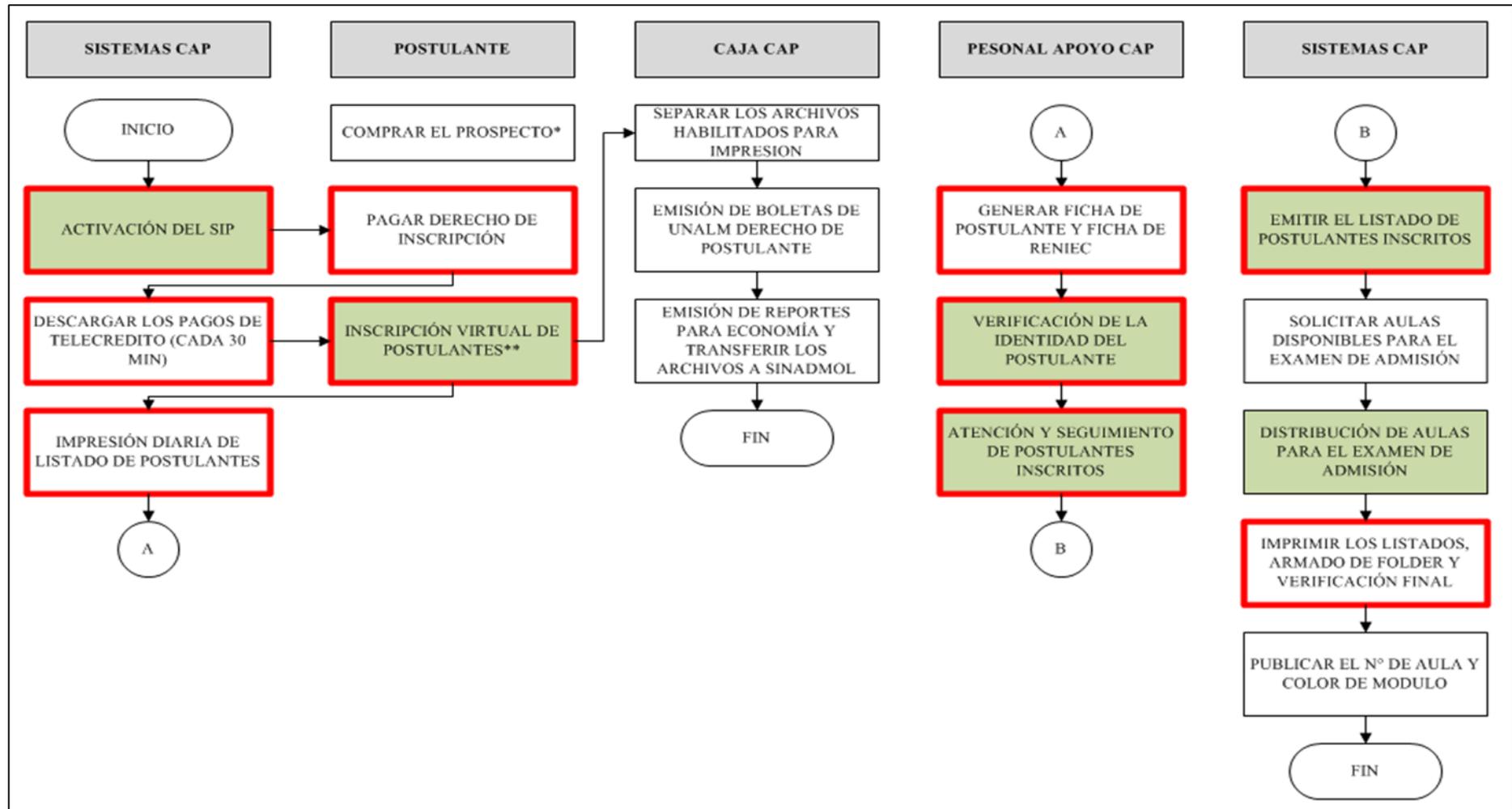


Figura 45: Diagrama de Flujo de Inscripción de Postulantes Concurso Ordinario

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016). Elaboración Propia

Cuadro 9: Problemas identificados en los diagramas de flujo del Proceso de Inscripción

ACTIVIDAD	ASPECTOS NEGATIVOS	ENUNCIADO DEL PROBLEMA
Figura 43: Diagrama de Flujo de la Elaboración del Calendario de Admisión		
Elaboración del Calendario de Admisión	Cada postulante dispone solo de 3 a 4 días para realizar su inscripción para el Concurso de Admisión.	Limitación de días establecidos en el Calendario de Admisión para la inscripción de postulantes
Actualizar el Calendario de Admisión en la página web del CAP	La página web del CAP debe ser actualizada por el área de Sistemas y de forma manual, por descuido se retrasan las actualizaciones y se genera un desfase de información y los postulantes realizan llamadas constantes al CAP para absolver las dudas correspondientes al Calendario de Admisión.	El SIP no es un sistema moderno ni flexible
Publicidad del Calendario de Admisión	Se utiliza la radio como medio de comunicación para difundir la fecha del Examen de Admisión, con un spot de 24 s y con un <i>speech</i> realizado por el área de Promoción del CAP. No genera el impacto deseado, tiende a ser repetitivo y hasta aburrido para los jóvenes postulantes.	Los medios de comunicación utilizados no tienen el impacto esperado
Publicidad del Concurso de Admisión	Se da a través de los diarios “El Comercio” y “El Trome”, estos medios de publicidad son muy densos para su comprensión, además de no dirigirse al público objetivo de manera efectiva. Las redes sociales no son aprovechadas y en temporada de inscripciones se difunde muy poco la información que necesita el postulante, así como la interacción con ellos.	Los medios de comunicación utilizados no tienen el impacto esperado

...continuación

Figura 44: Diagrama de Flujo de la Inscripción de Postulantes de Otras Modalidades		
Activación del SIP	El SIP solo está activo en los navegadores Internet Explorer y Mozilla Firefox y no está disponible en horario de 24/7, solo está activo durante las 8:30 am y 6:00 pm.	El SIP no es un sistema moderno ni flexible
Primera Revisión de documentos	Está a cargo de dos personas del Equipo de Apoyo, quienes conocen las características mínimas suficientes que requieren los documentos para ser aceptados. Esta revisión toma un promedio de 15 a 20 minutos y luego, el postulante debe esperar un promedio de 15 minutos adicionales, para la segunda revisión a la documentación.	Cuello de botella en la revisión de documentos
Segunda Revisión de documentos	Está a cargo de la secretaria y la encargada del área de promoción, el motivo por el que se realiza esta operación es el temor al error, debido a que los documentos son entregados al Jurado del Concurso.	Cuello de botella en la revisión de documentos
Generar código de entrega de documentos	Para generar el código de entrega de documentos, se ingresa al SIP, donde se encuentra la opción de entrega de documentos, se ingresa los datos del postulante, la modalidad a la que postula y si los documentos entregados están conformes. Esta operación dura 20 min aproximadamente. Una vez generado el código de entrega de documentos, el postulante ya está apto para realizar su inscripción virtual.	Cuello de botella en la revisión de documentos
Tomar la fotografía y la huella digital	El área de promoción realiza la toma de foto tamaño carnet, la cual se utiliza cuando el postulante realiza su inscripción virtual en la oficina del CAP, si no es así, se guarda por seguridad y posteriormente será utilizada si el postulante alcanza una vacante de ingreso. Esta operación toma un	No están definidas las actividades en un manual de procedimientos

...continuación

	<p>promedio de 20 minutos.</p> <p>La toma de huella se realiza por “medidas de seguridad” y se archiva en el sistema, pero posteriormente no se utilizan para la verificación del postulante ni alguna otra actividad, en sí no tiene una finalidad realizar esta operación.</p>	
Inscripción Virtual	<p>El SIP solicita datos diferentes de acceso para cada tipo de inscripción virtual, lo que hace que sea un sistema no estandarizado y lleva a complicaciones a los postulantes.</p>	<p>El SIP no es un sistema moderno ni flexible</p>
Generar listado de inscritos por modalidad	<p>El listado de postulantes inscritos de Otras Modalidades es generado por el área de sistemas, impreso y armado en expedientes por el Equipo del CAP, utilizando excesivo material de oficina como hojas bond, folders, tinta, etc.</p>	<p>No están definidas las actividades en un manual de procedimientos</p>
Generar Fichas de Inscripción y Fichas de RENIEC	<p>Se debe imprimir la ficha de inscripción del SIP y la ficha de datos personales de RENIEC, lo que implica excesivo uso de material (hojas bond, tinta) y más apoyo al grupo del CAP, involucrándose al menos 15 personas en esta actividad.</p>	<p>No están definidas las actividades en un manual de procedimientos</p>
Verificación de la identidad del postulante	<p>La verificación a través de la comparación de los datos registrados por el postulante y los del sistema de RENIEC, se realiza manualmente conforme los postulantes terminan su inscripción virtual ya que no existe en el SIP un cruce automático de información.</p>	<p>Aseguramiento deficiente de la identidad del postulante</p>
Preparar y revisar los expedientes por modalidad	<p>Los expedientes de los postulantes contienen los documentos requeridos, los cuales se colocan en un fólder, se etiqueta con el nombre completo y el código de postulante. El armado se realiza después de haber hecho una revisión adicional (después de la segunda revisión) y las que sean necesarias para que esté en correctas condiciones</p>	<p>Cuello de botella en la revisión de documentos</p>

...continuación

	antes de entregárselos al Jurado del Concurso. Esta operación toma aproximadamente diez días, involucra personal adicional y material del CAP.	
Enviar expedientes al Jurado del Concurso	La entrega de los expedientes al Jurado del Concurso tiene como finalidad la revisión última de estos para “asegurar” que el CAP ha realizado una correcta recepción de documentos. Si el Jurado tuviese observaciones adicionales, se contacta al postulante para el levantamiento de las mismas.	Cuello de botella en la revisión de documentos
Verificar los expedientes y generar informe de conformidad		
Levantamiento de Observaciones	En la revisión de documentos se presentan dos casuísticas: 1) que los documentos cumplan con las características requeridas y proceder con la inscripción virtual, o 2) por el contrario, no cumpla con alguna de ellas y tenga que regresar con las observaciones corregidas.	Cuello de botella en la revisión de documentos
Conservar hasta el ingreso	Implica conservar los expedientes de documentación de los postulantes que han obtenido una vacante de admisión, en caso contrario, en las fechas indicadas en el Prospecto de Admisión, los postulantes no ingresantes deberán recoger sus documentos. Sin embargo, aunque se indica la destrucción de la documentación no recogida, en realidad estos son almacenados en la oficina del CAP, ocasionando pérdida de espacio y desorden en el ambiente laboral.	No están definidas las actividades en un manual de procedimientos

...continuación

Figura 45: Diagrama de Flujo de la Inscripción de Postulantes Concurso Ordinario		
Pagar derecho de inscripción	Cuando el postulante realiza el pago con otros datos (N° de DNI, por ejemplo), el error se identifica recién en el momento de la inscripción virtual.	El SIP no es un sistema moderno ni flexible
Descargar los pagos de Telecrédito (cada 30 min)	Para que el N° de prospecto y el N° de operación bancaria estén relacionados en el SIP, el área de Sistemas del CAP debe realizar la descarga manual de la relación de pagos realizados en el BCP, mediante el sistema de Telecrédito. Se debe hacer descargas en intervalos máximos de media hora, sin embargo, esta operación no se realiza con la frecuencia indicada, ocasionando que el postulante no pueda realizar su inscripción.	El SIP no es un sistema moderno ni flexible
Atención y seguimiento de postulantes inscritos	El realizar una llamada a cada postulante implica tiempo adicional por parte del Equipo del CAP y un seguimiento diario de tres o cuatro días hasta que el postulante levante la observaciones indicadas.	No están definidas las actividades en un manual de procedimientos
Imprimir los listados, armado de folders y verificación final	La impresión de los listados generales por aula, los cuales contienen las fichas de inscripción, fichas de RENIEC y listado de los postulantes en orden alfabético, genera gasto de material como hojas bond y folders, que concluido el Examen de Admisión no tiene validez alguna, sin embargo es archivado en el depósito de la oficina del CAP, ocasionando pérdida de espacio.	No están definidas las actividades en un manual de procedimientos

FUENTE: Elaboración Propia

c. Lista de verificación en base a la NORMA ISO 9001:2015

Después de utilizar la lista de verificación en base a la Norma ISO 9001:2015 (ver Anexo 11) para evaluar el Proceso de Inscripción, donde cada pregunta fue puntuada de acuerdo al Anexo 12, se obtuvo que el CAP tiene un grado de cumplimiento de

22. 4 por ciento, lo que significa que los requisitos son desarrollados parcialmente, es decir realizados por las buenas prácticas del personal responsable, y no por existir un desarrollo sistemático ni estandarizado.

Se presenta en el Cuadro 10, los resultados de la Lista de Verificación por requisito. En la Figura 46, se muestra que el requisito con mayor porcentaje de cumplimiento es 8.1. Planificación y Control Operacional y 8.2. Requisitos para los productos y servicios; para el primer requisito, el CAP planifica los procesos referentes a la provisión del servicio, es decir, la inscripción de los postulantes al Examen de Admisión, además al finalizar cada Concurso de Admisión, el CAP revisa los cambios planificados y no planificados para poder ejecutarlos en el siguiente concurso, pero no es documentado. Por otro lado, referente al requisito para los productos y servicios, el CAP tiene comunicación con el postulante, por lo que se puede recoger información de cómo ofrecer facilidades en el momento de la inscripción y, en efecto, poder cumplir con los requisitos exigidos por el postulante.

Cuadro 10: Porcentaje de cumplimiento del Proceso de Inscripción en base a los requisitos de la Norma ISO 9001:2015

REQUISITOS	PUNTAJE	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO (%)
4.1. Comprensión de la organización y de su contexto	50	25.00%
4.2. Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	50	25.00%
4.3. Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad	0	0.00%
4.4. Sistema de gestión de la calidad y sus procesos	45	15.00%
5.1. Liderazgo y compromiso	25	12.50%
5.2. Política	0	0.00%
5.3. Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	55	27.50%
6.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades	50	25.00%
6.2. Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos	30	7.50%
6.3. Planificación de los cambios	0	0.00%
7.1. Recursos	490	37.69%
7.2. Competencia	25	25.00%
7.3. Toma de conciencia	10	10.00%
7.4. Comunicación	10	10.00%
7.5. Información documentada	100	25.00%
8.1. Planificación y control operacional	175	58.33%
8.2. Requisitos para los productos y servicios	370	52.86%
8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios	215	23.89%
8.4. Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente	140	17.50%
8.5. Producción y provisión del servicio	145	13.18%
8.6. Liberación de los productos y servicios	30	15.00%
8.7. Control de las salidas no conformes	90	18.00%
9.1. Seguimiento, medición, análisis y evaluación	95	19.00%
9.2. Auditoría interna	0	0.00%
9.3. Revisión por la dirección	85	21.25%
10.1. Generalidades	25	25.00%
10.2. No conformidad y acción correctiva	35	17.50%
10.3. Mejora continua	30	15.00%
Total		22.41%

FUENTE: Elaboración Propia

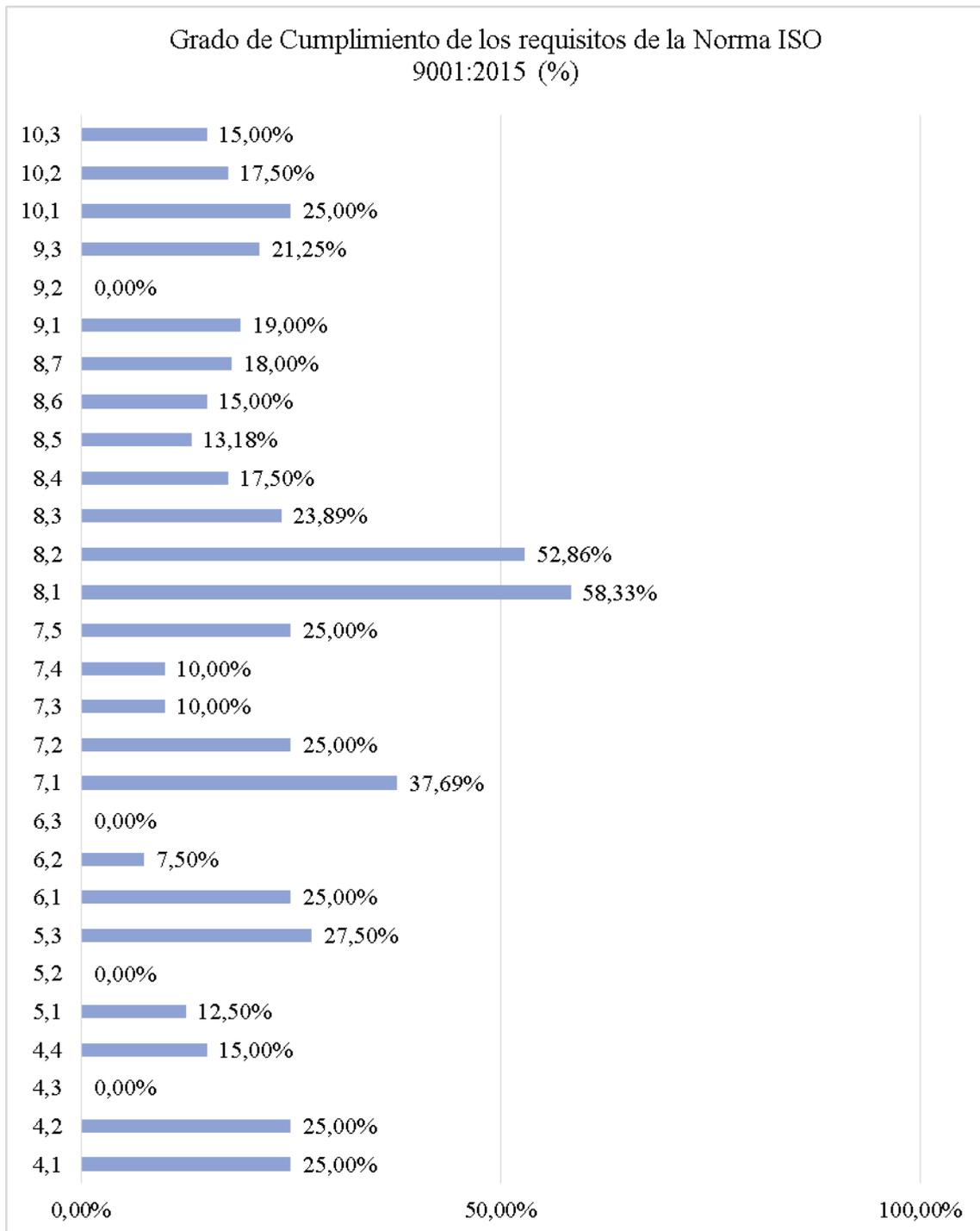


Figura 46: Porcentaje de cumplimiento de la Norma ISO 9001:2015

FUENTE: Elaboración Propia

Asimismo, se realizó el consolidado del grado de cumplimiento de la norma por cada capítulo, el cual se muestra a continuación, en el Cuadro 11.

Cuadro 11: Grado de cumplimiento por capítulo de la norma ISO 9001:2015

Capítulos de la Norma ISO 9001:2015	Puntaje	Nº de preguntas	Porcentaje de cumplimiento (%)
Capítulo 4. Contexto de la organización	145	11	13.18%
Capítulo 5. Liderazgo	80	6	13.33%
Capítulo 6. Planificación	80	8	10.00%
Capítulo 7. Apoyo	635	20	31.75%
Capítulo 8. Operación	1165	45	25.89%
Capítulo 9. Evaluación del desempeño	180	11	16.36%
Capítulo 10. Mejora	90	5	18.00%

FUENTE: Elaboración Propia

Del cuadro anterior se desprende la siguiente gráfica (véase Figura 47), en la que se observa que el Proceso de Inscripción del CAP no llega a cumplir con más del 50 % en ningún capítulo de la Norma ISO 9001:2015; lo que significa que hay una evidente falta de estandarización de los procedimientos que intervienen.

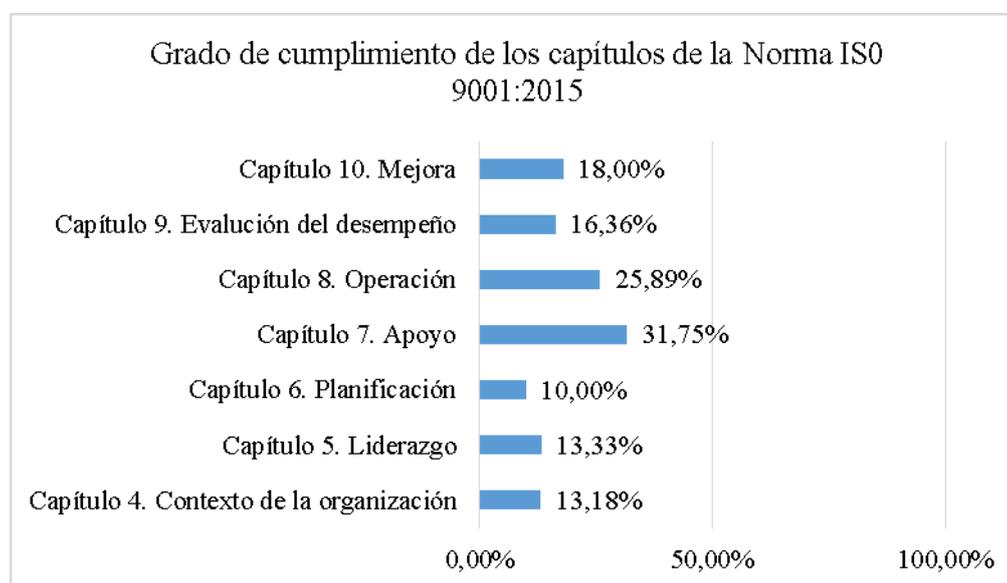


Figura 47: Cumplimiento de la Norma ISO 9001: 2015, por capítulos

FUENTE: Elaboración Propia

Se detallan los hallazgos de cada capítulo según la Norma ISO 9001:2015, que son resultados de aplicar la Lista de Verificación.

i. Capítulo Cuatro de la Norma. Contexto de la organización

- Sobre 4.1. Comprensión de la organización y de su contexto

El CAP tiene conocimiento de su competencia directa e indirecta, además del público objetivo y los proveedores que requieren para desarrollar el Proceso de Inscripción al Examen de Admisión; sin embargo, el seguimiento y revisión de la información sobre estas cuestiones no están documentadas ni se realiza una actualización constante que promueva una tendencia de evaluaciones en el tiempo y ayude al CAP a mejorar continuamente.

- Sobre 4.2. Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas
Si bien el CAP ha determinado las partes interesadas del Proceso de Inscripción y tiene enfocado los procedimientos de tal manera que se cumplen en un grado medio sus requisitos, no se realiza de manera continua el seguimiento y revisión de esta información obtenida como retroalimentación después de cada Concurso de Admisión.

Las necesidades de los postulantes que se presentan en cada Concurso de Admisión no quedan documentadas y por lo tanto pueden surgir problemas por requisitos no satisfechos anteriormente o se visualiza unos nuevos, pero no quedan en el historial para poder implementar mejoras sobre ello.

- Sobre 4.3. Determinación del alcance del sistema de gestión de calidad

El CAP no tiene implementado un Sistema de Gestión de Calidad, sus procesos no se encuentran documentados ni reglamentados para cumplir de manera eficaz con la satisfacción del cliente y aunque se tiene la información recopilada sobre los dos apartados anteriores, no es posible definir límites y aplicabilidad de un alcance en la realización del Proceso de Inscripción.

Los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 no son aplicados por el CAP, no se cuenta con un Manual de Procedimientos, además no se proporciona justificación

para los requisitos de la Norma.

- Sobre 4.4. Sistema de gestión de calidad y sus procesos

El CAP no tiene implementado un Sistema de Gestión de Calidad, por lo tanto los procesos y sus interacciones no están establecidos de acuerdo a la Norma ISO 9001.

Aunque el CAP ha identificado sus procesos y determinado las entradas y salidas, recursos necesarios y las responsabilidades, aún está pendiente determinar la secuencia e interacción de los procesos, asegurar la operación eficaz y el control de los mismos, abordar los riesgos y oportunidades que se presenten en cada Concurso de Admisión, y evaluar y mejorar los procesos. Por último, la información no se encuentra documentada y esto no permite seguir un plan de acción en la realización de los procesos.

ii. Capítulo Cinco de la Norma. Liderazgo

- Sobre 5.1. Liderazgo y compromiso

Ya que el CAP no cuenta con un Sistema de Gestión de la Calidad, el liderazgo y compromiso del equipo no se demuestra en los aspectos relacionados a una Política de la Calidad y Objetivos de la Calidad; no existe comunicación de una gestión de la calidad eficaz. Sin embargo, la jefatura apoya el trabajo del equipo del CAP, y mide de manera superficial los resultados del proceso, basándose en la cantidad de postulantes en cada Concurso de Admisión.

- Sobre 5.2. Política

El CAP no tiene implementada la Política de Calidad, por lo tanto no existe un marco de referencia establecido ni sustentado que lo lleve a un Objetivo de la Calidad; la comunicación, roles y responsabilidad sobre la calidad no es conforme con la Norma.

iii. Capítulo Seis de la Norma. Planificación

- Sobre 6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades

No existe en el CAP una planificación del Sistema de Gestión de la Calidad en base a los riesgos y oportunidades del Proceso de Inscripción, es decir, no tiene un plan de acción establecido contra los efectos no deseados, la solución a los problemas es inmediata y no duradera en el tiempo. No se identifica la raíz del peligro en el proceso, lo que ocasiona que en un siguiente Concurso de Admisión, se presente el mismo problema y no se tenga documentado el procedimiento para poder resolverlo.

Asimismo, las oportunidades que se presentan son aprovechadas durante el Proceso de Inscripción, pero para el siguiente Concurso de Admisión éstas no se han incluido como mejoras, perdiendo así información sobre las acciones tomadas para abordar oportunidades.

- Sobre 6.2 Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos

Aunque el CAP tiene objetivos definidos para el Proceso de Inscripción, estos no se establecen en base al Sistema de Gestión de la Calidad. Según la definición de objetivo en la Norma ISO 9001, los objetivos del CAP solo son medibles, no se encuentran documentados ni se planifican según lo indica la Norma.

- Sobre 6.3 Planificación de los cambios

El CAP lleva años desarrollando el Proceso de Inscripción de la misma manera, desde que se implementó el SIP, y aunque ha habido variaciones, no han sido de gran impacto sobre el proceso; no han sido planificadas ni se ha considerado el propósito de los cambios, tampoco se tiene la disponibilidad de recursos o personal responsable.

iv. Capítulo Siete de la Norma. Apoyo

- Sobre 7.1 Recursos

El CAP determina los recursos necesarios para la realización del Proceso de

Inscripción, sin embargo no se tienen identificadas las capacidades y limitaciones que poseen, ocasionando siempre un gasto innecesario de estos (tiempo, mano de obra y materiales). En cuanto a los proveedores externos, se conoce cuáles son los servicios que realizarán, pero tampoco se analiza más opciones, siempre son los mismos.

No se ha determinado el número de personas necesarias para la operación y control del Proceso de Inscripción. Se puede convocar aproximadamente a 15 alumnos de la UNALM para apoyar en las actividades durante el Proceso de Inscripción, sin embargo no siempre es el mismo número, ni las mismas personas, lo que ocasiona que el resultado y el tiempo empleado siempre varíen.

La infraestructura del CAP no permite el normal desarrollo de las actividades para el Proceso de Inscripción; el espacio en la oficina, los recursos de transporte y las tecnologías de la información y comunicación son utilizados desde hace años, y no se actualizan los nuevos requerimientos de los postulantes, siendo obsoletos y de difícil entendimiento. Los principales ejemplos de que no se cuenta con una infraestructura necesaria en la parte de tecnología y comunicación son el SIP, por el nivel de complejidad con el que se muestra al postulante, y el Prospecto de Admisión, por comunicar de forma engorrosa la información necesaria para poder llevar a cabo el Proceso de Inscripción.

No se tiene un programa de capacitación para el recurso humano del CAP, por lo tanto no se renuevan conocimientos, los procesos se siguen realizando de la misma manera desde hace años, y no se abordan las tendencias cambiantes, que permitiría actualizar el Proceso de Inscripción.

– Sobre 7.2 Competencia

La única evaluación de competencias que se realiza al personal, es la que realiza la UNALM a los trabajadores de forma anual; lo que quiere decir que se evalúa las competencias en base al perfil establecido por la Universidad, pero no en base a las competencias para cumplir con los objetivos del Proceso de Inscripción.

– Sobre 7.3 Toma de conciencia

Existe en el CAP una toma de conciencia respecto al objetivo que se debe lograr por parte del personal; sin embargo, no es duradera ni documentada y en cada Concurso de Admisión se debe retomar las pautas de concientización.

– Sobre 7.4 Comunicación

La comunicación en el CAP no es fluida, no existen métodos de comunicación efectiva entre el personal y la Jefatura, no se realiza toma de opiniones ni retroalimentación sobre el desarrollo del Proceso de Inscripción.

– Sobre 7.5 Información documentada

No se tiene información documentada completa del Proceso de Inscripción. La poca información que existe no está a disposición de todo el personal, no se controla ni se realiza un seguimiento. Existe por temas de formalidad, pero no son aplicados.

v. Capítulo Ocho de la Norma. Operación

– Sobre 8.1 Planificación y control operacional

La planificación y el control operacional del Proceso de Inscripción se realizan de forma muy básica y no se cumple en su mayoría con los requisitos de la Norma ISO 9001. Además los procedimientos contenidos en este apartado no tienen responsable definido por el CAP.

– Sobre 8.2 Requisitos para los productos y servicios

Mediante la comunicación con el postulante, por diferentes medios como el correo electrónico, redes sociales y llamadas telefónicas, es como el CAP recopila información y la utiliza para cada Concurso de Admisión, de tal manera que asegura que el Proceso de Inscripción cumpla con los requerimientos del postulante. Sin embargo, esto se realiza en cada Concurso de Admisión, pues no se tiene documentado ni establecido en un plan de acción a mediano o largo plazo.

- Sobre 8.3 Diseño y desarrollo de los productos y servicios
De la misma manera que con los requerimientos, el diseño y desarrollo del Proceso de Inscripción, es planificado pero a corto plazo, y por acciones repetitivas en cada Concurso de Admisión es que se ha establecido un patrón de cómo realizarlo, pero no se tiene documentadas las entradas, los controles, las salidas y los cambios que deben incorporarse en cada Concurso de Admisión, para poder obtener un historial de la mejora en el Proceso de Inscripción.

- Sobre 8.4 Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente
El CAP cuenta con proveedores externos que complementan el Proceso de Inscripción; el producto entregado por el proveedor no es evaluado bajo ningún criterio, ni los inconvenientes ocurridos durante el proceso, registrados.

- Sobre 8.5 Producción y provisión del servicio
El CAP realiza el Proceso de Inscripción en cada Concurso de Admisión, sin embargo no se tiene documentada ni determinada toda la información para poder controlar y asegurar la conformidad del proceso, las actividades posteriores a la entrega del servicio y los cambios realizados durante el Concurso de Admisión.

- Sobre 8.6 Liberación de los productos y servicios
Para dar inicio a la inscripción virtual, el área de sistemas realiza pruebas con el SIP, realizando un flujo completo de inscripción, desde el pago por derecho de admisión en el banco, realizar la inscripción virtual y obtener el código de postulante, para comprobar que no existan errores. El CAP no tiene esta información documentada, por lo tanto no queda como evidencia que errores son frecuentes y se solucionan antes de iniciar el proceso de inscripción, para poder tener un referente en el siguiente Concurso de Admisión.

- Sobre 8.7 Control de las salidas no conformes
Para el Proceso de Inscripción, una salida no conforme es un postulante inscrito incorrectamente, ya sea por registro de datos personales incorrectos, la foto

personal no cumple con las características requeridas, modalidad de ingreso incorrecta, entre otros casos; el CAP no tiene documentadas las acciones a realizar para dar solución a estos problemas.

vi. Capítulo Nueve de la Norma. Evaluación del desempeño

– Sobre 9.1 Seguimiento, medición, análisis y evaluación

El CAP no realiza el seguimiento y la medición adecuada de sus procedimientos, por lo tanto al realizar una evaluación del desempeño del Proceso de Inscripción, al final de cada Concurso de Admisión, se puede observar que se siguen cometiendo fallas ya identificadas pero no resueltas.

La información que permite medir, analizar y evaluar el Proceso de Inscripción es el Informe Final que entrega el Jurado del Concurso, donde se redacta el antes, durante y el después del Concurso de Admisión. Sin embargo, esta información es almacenada y no se aplica en su mayoría las mejoras propuestas.

Por otro lado, para el caso de la satisfacción al cliente, la percepción del postulante sobre el Proceso de Inscripción no se conoce exactamente, ya que no se realiza una encuesta de entrada al ingresante para saber cuál fue su experiencia durante su inscripción y el Examen de Admisión, pero si se conoce cómo se informó sobre los pasos a seguir, y que medio le brindó más información. Sin embargo, esta información, aunque es recopilada no es utilizada de forma correcta para cumplir con las expectativas del postulante, y más que eso tener una buena impresión de la UNALM antes de ser alumnos.

– Sobre 9.2 Auditoría interna

El CAP no cuenta con auditorías internas que puedan asegurar que los procedimientos cumplen con requisitos que pueden acercarlo a un Sistema de Gestión de la Calidad.

- Sobre 9.3 Revisión por la dirección
Al terminar cada Proceso de Inscripción, el Jefe de Admisión y el Equipo de Trabajo definen las lecciones y acciones que se realizaron y así tenerlo presente para el siguiente Concurso de Admisión. De la misma forma, antes de iniciar con el proceso, se conversa sobre las estrategias a seguir y si se está considerando o no las exigencias de las partes interesadas del proceso, a fin de tener resultados eficaces.

vii. Capítulo Diez de la Norma. Mejora

- Sobre 10.1 Generalidades
El CAP al finalizar un Proceso de Inscripción, plantea oportunidades de mejora para poder seguir cumpliendo con la satisfacción del postulante, sin embargo la implementación de éstas para lograr un Proceso de Inscripción más sencillo de utilizar y acorde a las nuevas tendencias en temas como tecnología y uso por el postulante, no se realiza. Por lo tanto, aunque se evidencien oportunidades de mejora, se sigue realizando el tradicional modelo de Proceso de Inscripción.
- Sobre 10.2 No conformidad y acción correctiva
Cuando ocurre una no conformidad en el Proceso de Inscripción, el CAP reaccione ante ella, tomando las medidas necesarias para controlarla y corregirla. Sin embargo, no se evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de estas no conformidades, y así evitar que vuelvan a ocurrir. Por último, no se documentan las no conformidades ni las medidas que se tomen para su corrección.
- Sobre 10.3 Mejora continua
El CAP aplica en cada Proceso de Inscripción, acciones que lleven a cumplir con las expectativas de los postulantes, sin embargo, la mayoría son producto de la intuición o pro actividad del equipo, más que de un análisis de la situación actual del Proceso de Inscripción.

4.3.3. Selección de problemas

Los resultados de la evaluación del contexto organizacional y la aplicación de las herramientas como la matriz de decisiones de los puntos críticos de control, el análisis de los diagramas de flujo y la lista de verificación, así como las entrevistas con los miembros del CAP, se obtuvo el funcionamiento, estado actual y las deficiencias que tiene el Proceso de Inscripción del Concurso de Admisión.

Una vez detectados los problemas, se hizo uso de las herramientas Lluvia de Ideas, Matriz de selección de problemas y diagrama de causa efecto, para determinar el problema principal y sus causas. A continuación se presentan los resultados obtenidos.

a. Enunciado de los problemas

Se utilizó la herramienta Lluvia de Ideas, en un taller participativo con el Jefe de Admisión y el Equipo de Trabajo (ver Anexo 13). Se incluyeron los problemas encontrados con las herramientas anteriores y las ideas resultantes del taller. Finalmente, el resultado fue 19 problemas, los cuales se enuncian en el Cuadro 12, y se asociaron al capítulo de la Norma ISO 9001:2015 al que afectan.

Cuadro 12: Enunciado de los problemas del Proceso de Inscripción utilizando la herramienta Lluvia de Ideas

NORMA ISO 9001:2015	
Contexto de la organización	<ol style="list-style-type: none">1. El Proceso de Inscripción no está estandarizado ni documentado.2. No se aplican estrategias en base al contexto del CAP, ni a las necesidades y expectativas de los postulantes.
Liderazgo	<ol style="list-style-type: none">3. No se han definido objetivos de la calidad para el Proceso de Inscripción.4. El liderazgo y compromiso de la alta dirección es poco efectivo en el Proceso de Inscripción.
Planificación	<ol style="list-style-type: none">5. Inadecuada planificación para abordar los problemas cotidianos, así como las oportunidades de mejora en el Proceso de Inscripción.

...continuación

<p>Apoyo</p> <ol style="list-style-type: none">1. Manejo ineficiente de los recursos para el Proceso de Inscripción, tanto en personal como en materiales.2. Las instalaciones de la oficina del CAP no permiten una cómoda atención al postulante.3. Procedimientos de comunicación poco efectivos en el equipo del CAP durante el Proceso de Inscripción.
<p>Operación</p> <ol style="list-style-type: none">1. Inadecuada planificación del Proceso de Inscripción.2. El Calendario de Admisión no satisface la demanda de los postulantes.3. La información que se le brinda al postulante por los diferentes medios, principalmente en el Prospecto de Admisión, es repetitiva, extensa y tediosa de comprender.4. El Sistema de Inscripción del Postulante – SIP no tiene la tecnología necesaria para realizar una inscripción virtual sencilla para el postulante.5. La revisión de documentos de postulantes de Otras Modalidades es un procedimiento con pasos innecesarios y toma mucho tiempo de atención por cada postulante.6. La verificación de la identidad del postulante es un procedimiento manual y no asegura la eficiencia del mismo.7. No se evalúan los productos entregados por los proveedores que complementan el Proceso de Inscripción.8. No se cuentan con procedimientos de acciones correctivas que estén documentados en el Proceso de Inscripción.
<p>Evaluación del desempeño</p> <ol style="list-style-type: none">9. No se garantiza el cumplimiento de las expectativas del postulante durante el Proceso de Inscripción.10. Existen errores recurrentes en el Proceso de Inscripción.
<p>Mejora</p> <ol style="list-style-type: none">11. No se realizan cambios radicales en el Proceso de Inscripción.

FUENTE: Elaboración propia

Con la finalidad de obtener un orden de ejecución en la solución de problemas, se utilizó la herramienta Matriz de Selección de Problemas; para elaborarla se definieron criterios de evaluación, además se asignó un factor de ponderación de acuerdo a la importancia del criterio en una escala del uno al tres; como se muestra

en el Cuadro 13.

Cuadro 13: Valoración de los criterios a evaluar

VALORACIÓN	CATEGORÍA
1	Sin importancia
2	Regularmente importante
3	Muy importante

Posteriormente, a cada criterio de evaluación se asignó una categoría del factor de ponderación, considerando la importancia que representa cada criterio para la toma de decisiones en el CAP, como se muestra en el Cuadro 14.

Cuadro 14: Factor de ponderación y niveles para cada criterio de evaluación

FACTOR DE PONDERACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	NIVELES
3	Inversión estimada	A: alto, M: medio, B:bajo
3	Tiempo estimado	L: largo, M: medio, C: corto
1	Recursos Externos al área	A: alto, M: medio, B:bajo
2	Reacción de las personas ante el cambio que se generaría	P: positiva, 0: neutro, N=negativa
3	Incidencia sobre el cliente	A: alto, M: medio, B:bajo

FUENTE: Carpio (2015).

Elaboración Propia

Para definir el nivel del criterio “Inversión Estimada”, se ha considerado que la inversión alta es mayor a S/ 60,000.00, la inversión media entre S/ 6,000.00 y S/ 30,000.00 y la inversión baja menor a S/ 6,000.00.

Para la variable tiempo se ha considerado que el tiempo largo es dos un año, el tiempo medio es seis meses y el tiempo bajo, tres meses; ya que el Concurso de Admisión

se desarrolla dos veces al año, por lo tanto es importante visualizar cambios en cada semestre.

Una vez definidos los criterios de evaluación y el factor de ponderación, se obtuvo la matriz de selección, donde se evaluaron los 19 problemas definidos en la lluvia de ideas en función de los criterios establecidos, y la cual se muestra en el Cuadro 15.

El resultado de la Matriz de Selección fue que seis problemas tenían solución más rápida en base a los criterios de evaluación (se consideró los problemas con puntuación mayor a 30). El problema más sencillo de solucionar fue el Problema 10: “El Calendario de Admisión no satisface la demanda de los postulantes”. Los 13 problemas siguientes (con puntuación menor a 30) fueron los que llevaron más tiempo e inversión económica para darles solución.

b. Causas raíces identificadas

La problemática planteada en el presente trabajo académico fue como lograr que el CAP garantice la satisfacción de las partes involucradas en el Proceso de Inscripción, siendo estos principalmente los postulantes, por tanto de los problemas identificados, el Problema 17: “No se garantiza el cumplimiento de las expectativas del postulante durante el Proceso de Inscripción”, se consideró el problema principal.

La evaluación del problema principal se basó en el conocimiento del desarrollo del Proceso de Inscripción, en la discusión de los miembros del CAP en el taller participativo y en la calificación de los criterios considerados en la Matriz de Selección.

Para determinar las causas raíces del problema principal, se utilizó la herramienta Diagrama de Causa-Efecto, en función a los factores: materia prima, maquinaria y equipo, mano de obra, método y medio ambiente (véase Figura 46), obteniéndose como resultado que las 12 causas principales y las 6 causas secundarias son los problemas enunciados en el punto 4.3.3.a) Problemas Identificados.

Respecto al factor MÉTODO, es dónde se detectó la mayor cantidad de causas que ocasionan el problema principal, que son a su vez los problemas identificados con relación al capítulo de Operación de la Norma ISO 9001:2015, enunciados en el Cuadro 12.

Por tanto, con la determinación del problema principal y sus causas se pudo identificar las oportunidades de mejora a implementar para el Proceso de Inscripción del Concurso de Admisión 2016-II.

...continuación

FACTOR DE PONDERACIÓN	CRITERIO	NIVEL	PROBLEMAS																	
			11	12	13	14	15	16	17	18	19									
3	Inversión Estimada	A=1											1							
		M=2	1	6	1	6		9	1	6		9		9		3		9		9
		B=3					1				1		1				1		1	
3	Tiempo Estimado	L=1																	1	
		M=2		9		9		9		9		9	1	6		9	1	6		3
		C=3	1		1		1		1		1				1					
1	Recursos Externos al Área	A=1	1		1			1						1						
		M=2		1		1		3		1		3		3		1		3	1	2
		B=3					1				1		1				1			
2	Reacción de las personas ante el cambio que se generaría	P=3	1		1			1						1						
		O=2		6		6		2		6	1	4	1	4		6	1	4		2
		N=1					1												1	
3	Incidencia sobre el cliente	A=3	1		1		1		1					1						
		M=2		9		9		9		9		3		3		9	1	6	1	6
		B=1									1		1							
PUNTAJE TOTAL			31	31	32	31	28	25	28	28	28	22								

FUENTE: Elaboración propia.

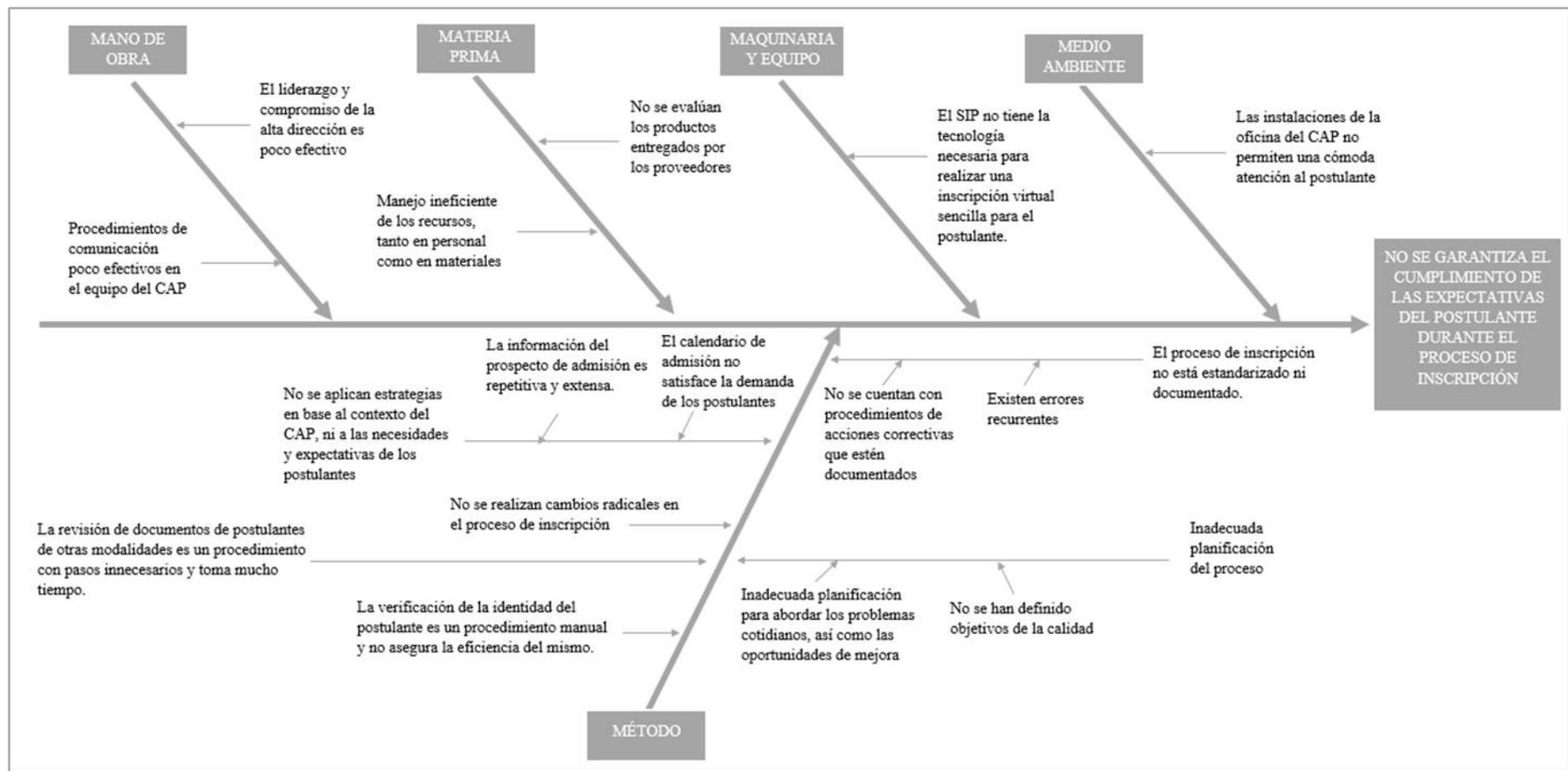


Figura 48: Diagrama Causa-Efecto para el Proceso de Inscripción del CAP

FUENTE: Elaboración Propia

c. Costos de calidad y no calidad

Los tipos de costos identificados fueron: los costos de calidad que engloba los costes asociados con la obtención, identificación, reparación y prevención de fallos o defectos; y los costos de no calidad que son la suma de los gastos que se refieren en especial a la calidad interna de la oficina del CAP y los costes externos, relacionados con la calidad externa.

• Costos de calidad

Son los ocasionados para la obtención del producto del Proceso de Inscripción, adecuados a las necesidades del postulante, reflejando los resultados del CAP. Se identificó lo siguiente:

- i. Costos de prevención: no existen costos de prevención en el Proceso de Inscripción, pues no se realizan actividades relacionadas a la planificación, control de calidad, inspección, control estadístico y formación del personal.
- ii. Costos de evaluación: el costo asociado es las pruebas que se realizan en el SIP antes de empezar el Proceso de Inscripción. El CAP realiza una simulación de inscripción del postulante, realizando el pago correspondiente al banco y continúa con los pasos de la inscripción virtual para garantizar que el sistema funciona correctamente.
- iii. Costos de fallos internos: si el CAP realiza la prueba en el SIP para comprobar que funciona, y se encuentra un fallo, entonces se incurre en costo de tiempo, mano de obra y económico, pues se tiene que realizar una nueva prueba para verificar que el error ha sido corregido.

Otro costo asociado a los fallos internos, es que por la cantidad de procedimientos que se realiza para el Proceso de Inscripción, hay un exceso de mano de obra, ya sea por horas extras de trabajo o reuniones que ocupan horario de productividad del equipo del CAP.

Por último, el exceso de stock en materiales que se utilizan para el Proceso de Inscripción, ocasiona un costo alto ya que no se planifica realmente lo que se utilizará.

- iv. Costos de fallos externos: estos son los costos percibidos por el postulante a causa de entregar un mal servicio en el Proceso de Inscripción. Un ejemplo recurrente, es que como el SIP es un sistema de tecnología obsoleta, no

garantiza que el postulante haya realizado correctamente su inscripción. Por tanto, se presentan casos de postulantes que tienen su ficha de inscripción o pago realizado en el banco, pero no figuran en la lista de postulantes y no pueden rendir el Examen de Admisión. Esto genera falta de confianza e insatisfacción en el postulante.

- **Costos de no calidad**

Están relacionados especialmente con la calidad externa del producto o servicio y aunque no tiene un impacto económico en el corto plazo, sí en el futuro. Los costos de no calidad, identificados en el CAP son:

- i. Costes en los que incurre el cliente: están asociados al pago doble que debe realizar el postulante, ya que ni el SIP ni los detalles de pago en el BCP son controlados durante el Proceso de Inscripción.
- ii. Costes de la insatisfacción del cliente: es el coste asociado a la insatisfacción ocasionada en el postulante al no poder brindarle soluciones inmediatas a los errores ocasionados por parte de la gestión del CAP durante el Proceso de Inscripción.

4.3.4. Identificación de oportunidades de mejora

Se identificaron 14 oportunidades de mejoras junto con el Jefe de Admisión y el Equipo de Trabajo del CAP, las cuales son explicadas en el Cuadro 16, indicando el área organizacional a la que pertenece y el tiempo utilizado para su implementación.

Asimismo, se desarrolló la Matriz Problemas – Oportunidades de Mejora (ver Anexo 14), donde se relacionan las mejoras identificadas con los 19 problemas del Proceso de Inscripción.

Cuadro 16: Descripción de las oportunidades de mejora identificadas para el Proceso de Inscripción del CAP

N°	MEJORA	DESCRIPCIÓN	ÁREA	DURACIÓN ESTIMADA (MES)
1	Creación de Manual de Calidad del Proceso de Inscripción.	Realizar un documento que establezca los objetivos y los estándares de calidad para el Proceso de Inscripción del CAP, además de ser la guía para realizar los procedimientos según la Norma ISO 9001:2015.	Jefatura	6
2	Creación de un Manual de Procedimientos del Proceso de Inscripción.	Analizar de inicio a fin el Proceso de Inscripción, documentando los procedimientos. El objetivo es poder estandarizar y monitorear las actividades que se realizan.	Jefatura	6
3	Extensión de fechas en el Calendario de Admisión para las modalidades de Concurso Ordinario y Otras Modalidades.	Realizar cambios en el Calendario de Admisión, conversando con las autoridades correspondientes y buscar sustentos de que el calendario puede ser dispuesto de manera diferente a lo acostumbrado, para no faltar al Reglamento de Admisión y el Reglamento General de la UNALM.	Jefatura	1
4	Creación de nueva página web para el CAP.	Crear una página web que muestre nuevo contenido de diseño e información, acorde con las expectativas del público objetivo obtenidas utilizando la herramienta <i>Focus Group</i> , ya que la actual página web del CAP no es un canal atractivo de comunicación, por estar desactualizada.	Sistemas y Publicidad e Investigación	2.5

...continuación

5	Renovación del material visual, fotográfico e informativo para el postulante.	Realizar sesiones fotográficas a alumnos de la UNALM para renovar el material publicitario, además de revisar la redacción y contenido de la información en todos los materiales brindados por el CAP.	Publicidad e Investigación	1
6	Creación de un Prospecto de Admisión virtual.	Integrar el Prospecto de Admisión con la página web del CAP, de tal manera que el postulante cree una cuenta de usuario a través de un código de registro y una contraseña. Poder visualizar la información del tradicional Prospecto de Admisión físico y a la vez dar inicio a la nueva forma de inscripción virtual.	Promoción, Publicidad e Investigación, y Sistemas	1
7	Actualización del Sistema de Inscripción de Postulantes (SIP) utilizando una nueva arquitectura de software.	Simplificar el Proceso de Inscripción virtual utilizando un nuevo lenguaje de programación y frameworks de acceso a base de datos. Además, independizar el SIP de los servidores de la UNALM a cargo de la OSI, otorgando capacidad de funcionamiento de 24x7 y múltiples usuarios utilizando la aplicación al mismo tiempo sin interrumpir el Proceso de Inscripción virtual.	Sistemas	2
8	Renovación en la inscripción virtual, por medio de la pre inscripción e inscripción del postulante.	La interconexión de la pre inscripción e inscripción del postulante recoge la información necesaria y suficiente del postulante, brindando una experiencia más sencilla en la inscripción virtual y reduciendo el tiempo empleado para realizarla.	Sistemas	2

...continuación

9	Creación de modelo de documentación a entregar para postulantes de Otras Modalidades.	Creación de un manual de presentación correcta de los documentos requeridos para cada modalidad de ingreso, indicando cuales son los campos e información que dicho documento debe contener necesariamente. El manual estará a disposición de los postulantes en el Prospecto de Admisión virtual.	Administración y Jefatura	1
10	Reordenamiento del flujo de atención al postulante en la oficina del CAP.	Acortar el tiempo de atención por postulante de Otras Modalidades en la oficina del CAP, utilizando el nuevo módulo de registro de documentos en el SIP y comprobar la eficacia del manual de modelo de documentación en el Prospecto de Admisión virtual.	Administración y Jefatura	0.5
11	Renovación del procedimiento de validación y verificación de identidad del postulante por medio del convenio con RENIEC.	El convenio con RENIEC permite la rápida validación de los datos personales registrados por el postulante y que a través de la comparación de las impresiones dactilares con el Servicio de Verificación Biométrica, se asegure la identidad del postulante, reduciendo el riesgo de suplantación en el Examen de Admisión.	Administración y Jefatura	1.5
12	Implementación de un canal de chat con los postulantes, en la página web creada.	La implementación del chat en línea permite la atención al postulante en tiempo real, acompañándolo antes, durante y después de la inscripción virtual, incluso para resolver las dudas de los ingresantes.	Sistemas	1

...continuación

13	Renovación del módulo de registro de documentación en el SIP, para inscripciones a postulantes de Otras Modalidades.	El nuevo módulo de registro de los documentos permite acortar el tiempo de atención del postulante, visualizar sólo aquellos documentos requeridos según el tipo de modalidad de ingreso y eliminar el código de entrega de documentos que se utilizaba con la versión anterior del SIP, siendo ahora un código de uso interno.	Administración y Sistemas	1
14	Organización de equipos de trabajo para los procedimientos del Proceso de Inscripción.	A través de los equipos de trabajo, implementar las oportunidades de mejora identificadas para el Proceso de Inscripción, de tal manera que exista un responsable que sea capaz de medir tiempos, controlar las actividades relacionadas y sustentar el resultado obtenido de la oportunidad de mejora.	Todas las áreas	3.5

FUENTE: Elaboración Propia

4.4. RESULTADOS DE LA MEJORA DEL CAP AL CREAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE MEJORA

La segunda fase del presente trabajo académico se centró en la mejora del Proceso de Inscripción del CAP, bajo el sustento de una metodología de implementación de las oportunidades de mejora, identificadas en la primera fase. Como consecuencia de las mejoras encontradas se pudo realizar el rediseño de los procedimientos asociados al Proceso de Inscripción, los cuales han sido documentados y validados por la Jefatura y la Administración del CAP, en conjunto con las áreas de Promoción, Publicidad, Sistemas y el Personal de Apoyo del CAP.

Las principales tareas durante la Fase II, realizadas en conjunto con todo el Equipo del CAP fueron:

- Implementación de las oportunidades de mejora
- Rediseño de los procedimientos
- Elaboración de la documentación del proceso
- Consolidación de la información

4.4.1. Implementación de las oportunidades de mejora

Para implementar las oportunidades de mejora detectadas en la Fase I. Análisis del Proceso, se formaron los equipos de trabajo correspondientes, los cuales tuvieron un responsable, actividades concretas a realizar y un tiempo definido para lograr el resultado esperado de cada mejora. Estas oportunidades de mejora fueron implementadas durante el desarrollo del Concurso de Admisión 2016-II.

a. Formación de los equipos de trabajo

Se formaron cuatro equipos con un máximo de cuatro personas y tres de los equipos trabajaron en conjunto con los proveedores contratados para el desarrollo de las mejoras. El horario de trabajo fue de un máximo de 50 horas semanales, y durante las semanas previas al Examen de Admisión, las horas se incrementaron de acuerdo a la demanda de la implementación de las mejoras.

Formado los grupos, a cada integrante se le entregó los documentos relacionados a sus actividades y las pautas a seguir para poder realizarlas.

El desarrollo del trabajo de los equipos fue de forma cooperativa, aunque fueron formados para actividades y temas específicos, el trabajo fue interrelacionado entre equipos, todos opinaban respecto a un tema y se tomaban decisiones importantes en conjunto. La estructura de los equipos de trabajo, así como los integrantes de los mismos pueden verse en la Figura 47.

En el Anexo 15 se muestra el cronograma realizado como planificación para la implementación de las oportunidades de mejora, donde se detallan los equipos de trabajo responsable de cada mejora.

b. Implementación de las oportunidades de mejora

La implementación de las oportunidades de mejora estuvo a cargo de los equipos de trabajo formados, se trabajó de manera intensa y continua para conseguir que fueran implementadas satisfactoriamente y que el CAP fuera capaz de mantenerlas y de seguir un proceso de mejora continua una vez finalizado el presente trabajo académico.

A continuación se realiza una descripción detallada de las mejoras implementadas para cada equipo de trabajo del CAP:

i. Equipo 1: SISTEMAS E INFORMÁTICA

El equipo estaba a cargo de todo lo relacionado con el SIP y su mejora para poder resolver los problemas relacionados principalmente con la inscripción virtual de los postulantes.

En este equipo se incluyó tres proveedores: los dos primeros: Albatross Cloud S.A.C y Agos Comunicaciones S.R.L, empresas dedicada a brindar servicios en comunicaciones y gestión de la información a través de software. El producto principal realizo por ambos fue la nueva presentación del SIP, logrando no solo que sea más sencillo utilizarlo, sino que posea independencia de funcionamiento en referencia a los sistemas y redes de la UNALM, lo que permitiría que el SIP pueda funcionar a tiempo completo. Otro proveedor incluido en este equipo de trabajo fue RENIEC, Entidad del Estado encargada de la identificación y actos registrales de

todos los peruanos residentes en el país y el extranjero. El servicio principal fue la instalación y funcionamiento del Servicio de Verificación Biométrica, utilizado para la verificación de la identidad del postulante y así reducir recursos en el Proceso de Inscripción.

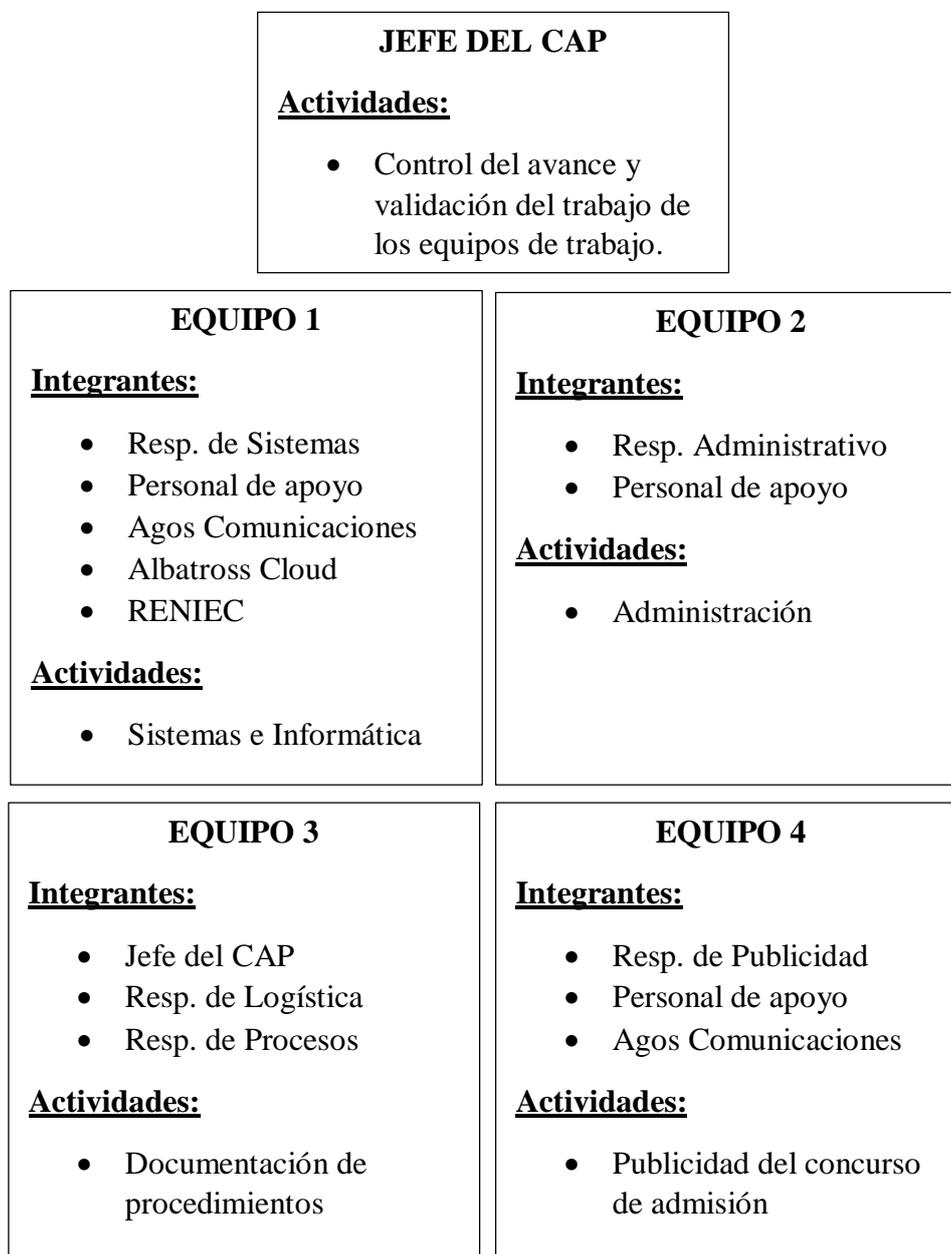


Figura 49: Estructura de los equipos de trabajo

FUENTE: Elaboración Propia

En el Cuadro 17 se enumera las oportunidades de mejora que fueron implementadas por el equipo:

Cuadro 17: Oportunidades de mejora para Equipo 1 - Sistemas e Informática

N°	OPORTUNIDAD DE MEJORA
6	Creación de un Prospecto de Admisión virtual.
7	Actualización del Sistema de Inscripción de Postulantes (SIP) utilizando una nueva arquitectura de software.
8	Renovación en la inscripción virtual, por medio de la pre inscripción e inscripción del postulante.
11	Renovación del procedimiento de validación y verificación de identidad del postulante por medio del convenio con RENIEC.
12	Implementación de un canal de chat con los postulantes, en la página web creada.
13	Renovación del módulo de registro de documentación en el SIP, para inscripciones a postulantes de Otras Modalidades.

FUENTE: Elaboración Propia

OM N° 6: Creación de un Prospecto de Admisión virtual.

El Prospecto de Admisión virtual fue, al igual que la renovación del SIP, una de las oportunidades de mejora que más esfuerzo y actividades tomó en el proceso de implementación. El equipo de trabajo en conjunto con el área Administrativa creó el Prospecto de Admisión en formato web, incluyendo y mejorando la información que se brindaba en el prospecto físico.

El prospecto virtual inició con la venta de una tarjeta (ver Figura 48) en los puntos de TELETICKET. La tarjeta contenía un código de registro con el que el postulante pudo acceder a la información del Prospecto de Admisión ingresando a la página web creada www.carrerasqueapasionan.pe.

El objetivo de presentar el Prospecto de Admisión virtualmente (ver Figura 49) era hacer llegar la información de manera más dinámica, visual y fácil de entender, esto para beneficio del postulante. Respecto al CAP, lo obtenido con esta mejora implantada, fue reducción de costos en impresiones de prospectos físicos y los documentos que venían incluidos (carné de declaración jurada y cinta con el

número del Prospecto de Admisión).

**SABEMOS DE TU PASIÓN
PORQUE TAMBIÉN LA VIVIMOS**

**EXAMEN DE APASIONADOS
24 DE JULIO**

PROSPECTO DE ADMISIÓN 2016-II

**AGRARIA LA MOLINA.
NATURALMENTE APASIONADOS.**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

¡Bienvenido!
Este es el primer paso para convertirte en un
Molinero, sigue las indicaciones a continuación:

- 1**
Raspa el recuadro y
descubre tu código de registro:
P7MW2GP
- 2**
Ingresa al site:
www.carrerasqueapasionan.com
o escanea
esta imagen QR
con tu smartphone
- 3**
Haz clic en el botón
"Inicia tu Pasión"
ingresa tu código y empieza a vivir
la experiencia molinera.

Para cualquier consulta contáctanos:
Directo: 614-7117 / 614-7118 Central: 614-7100 Anexo 137
admission@lamolina.edu.pe

Figura 50: Tarjeta de Prospecto de Admisión 2016-II

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

www.carrerasqueapasionan.com/extranet/bienvenido

BIENVENIDOS CACHIMBOS

FLUJO DE INSCRIPCIÓN

INFORMACIÓN SOBRE EL EXAMEN

NUESTROS LÍDERES ACADÉMICOS

PAGOS POR DERECHO DE INSCRIPCIÓN

REQUISITOS Y MODALIDADES DE INGRESO

TEMAS DE ADMISIÓN

DESCARGA LAS VACANTES DE ADMISIÓN 2016 - II

CALENDARIO CONCURSO DE ADMISIÓN 2016 - II

INSCRIBETE AQUÍ

Compartir:  

Atención para postulantes que alcancen una vacante:

1. CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN

Los postulantes que alcancen una vacante, recabarán su Constancia de Ingreso en el Centro de Admisión y Promoción, a partir del día 27 de julio de 2016, identificándose previamente con su Documento Nacional de Identidad (DNI) original (carné de extranjería o pasaporte en el caso de ser extranjero).

Al mismo tiempo, deberá entregar TODOS los documentos exigidos en el presente prospecto virtual, según su Modalidad de Ingreso. El Centro de Admisión y Promoción se reserva el derecho de verificar la documentación y la identidad personal del postulante en el momento que lo considere necesario.

Por ningún motivo se aceptará documentación incompleta o con cargo a su posterior presentación, los mismos que deberán estar en óptimas condiciones y con fecha no mayor de un año de antigüedad a su fecha de presentación.

EL TRÁMITE DE ENTREGA DE ESTOS DOCUMENTOS ES PERSONAL

Los postulantes que alcancen un vacante y no se apersonen al CAP para entregar los documentos correspondientes según el prospecto de admisión formalizando su condición como ingresante, perderán la vacante y no podrán postular a la UNALM hasta después de dos Concursos de Admisión consecutivos.

OFICINA DE BIENESTAR UNIVERSITARIO (OBU)

El ingresante deberá presentarse a la entrevista en la Unidad de Asuntos Estudiantiles con la documentación respectiva y para su evaluación médica en la Unidad de Servicio Médico, de acuerdo al siguiente cronograma:

EL TURNO DE ATENCIÓN SERÁ ASIGNADO POR ESTRICTO ORDEN DE LLEGADA AL CENTRO DE ADMISIÓN, DONDE SE LES ENTREGARÁ ESTE.

UNIDAD DE ASUNTOS ESTUDIANTILES Y UNIDAD DE SERVICIOS MÉDICO (LUNES A VIERNES DE 08:00 A.M. A 04:00 P.M.)

N° DE TURNO	FECHA
H001 - H090	Miércoles 27 de Julio
H091 - H180	Lunes 01 de Agosto
H181 - H240	Martes 02 de Agosto
H241 - H320	Miércoles 03 de Agosto
H321 - H400	Jueves 04 de Agosto

inscripcion.carrerasqueapasionan.com

Figura 51: Prospecto de Admisión virtual 2016 - II

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

OM N°7: Actualización del Sistema de Inscripción de Postulantes (SIP) utilizando una nueva arquitectura de software

Esta oportunidad de mejora se basó en una renovación completa del SIP, en cuanto al diseño, servidor y software, permitiendo que la gestión del Proceso de Inscripción para el CAP sea más efectiva. Con la actualización del SIP, se logró:

- La base de datos almacenó la información de manera más segura.
- Las consultas realizadas fueron más rápidas comparadas con el sistema anterior.
- Existen nuevos módulos de operaciones para realizar el Proceso de Inscripción de manera más sencilla.
- La gestión de las operaciones fue a través de una cuenta de correo Gmail y solo permitido para las personas autorizadas y registradas en el sistema (ver Figura 50).
- El módulo de postulantes permitió visualizar a todo postulante que haya realizado exitosamente el proceso de pre inscripción; y ejecutar acciones como modificar los datos del postulante, cambio de modalidad, registrar documentos para postulantes de Otras Modalidades y generar reportes exportables.
- El módulo de depósitos permitió ver todos los pagos efectuados y también cargar los mismos, corregir o extornar; resolviendo el problema de pagos mal efectuados directamente con el BCP.
- El módulo de resultados permitió visualizar los resultados del Examen de Admisión, la lista de ingresantes por código de postulante y por carrera profesional.
- El módulo de integración con el SINADMOL permitió exportar un listado de boletas para el postulante, que fueron entregadas en la Oficina de Economía, eliminando el procedimiento de liquidación de caja, y de boletas y facturas.

Albatross cumplió con el plazo establecido para poner en funcionamiento el SIP; se hizo dos pruebas previas al inicio de las inscripciones virtuales y una vez iniciado el proceso, se monitoreaba diariamente el funcionamiento. El continuo monitoreo permitió disminuir uso de recursos materiales y humanos, ya que la información se almacenó y se consultó de forma inmediata. La oportunidad de mejora fue implantada al 100%, y con una inversión económica alta; el responsable, el personal de apoyo y la participación efectiva del proveedor, permitió lograr la implementación en el tiempo estimado.



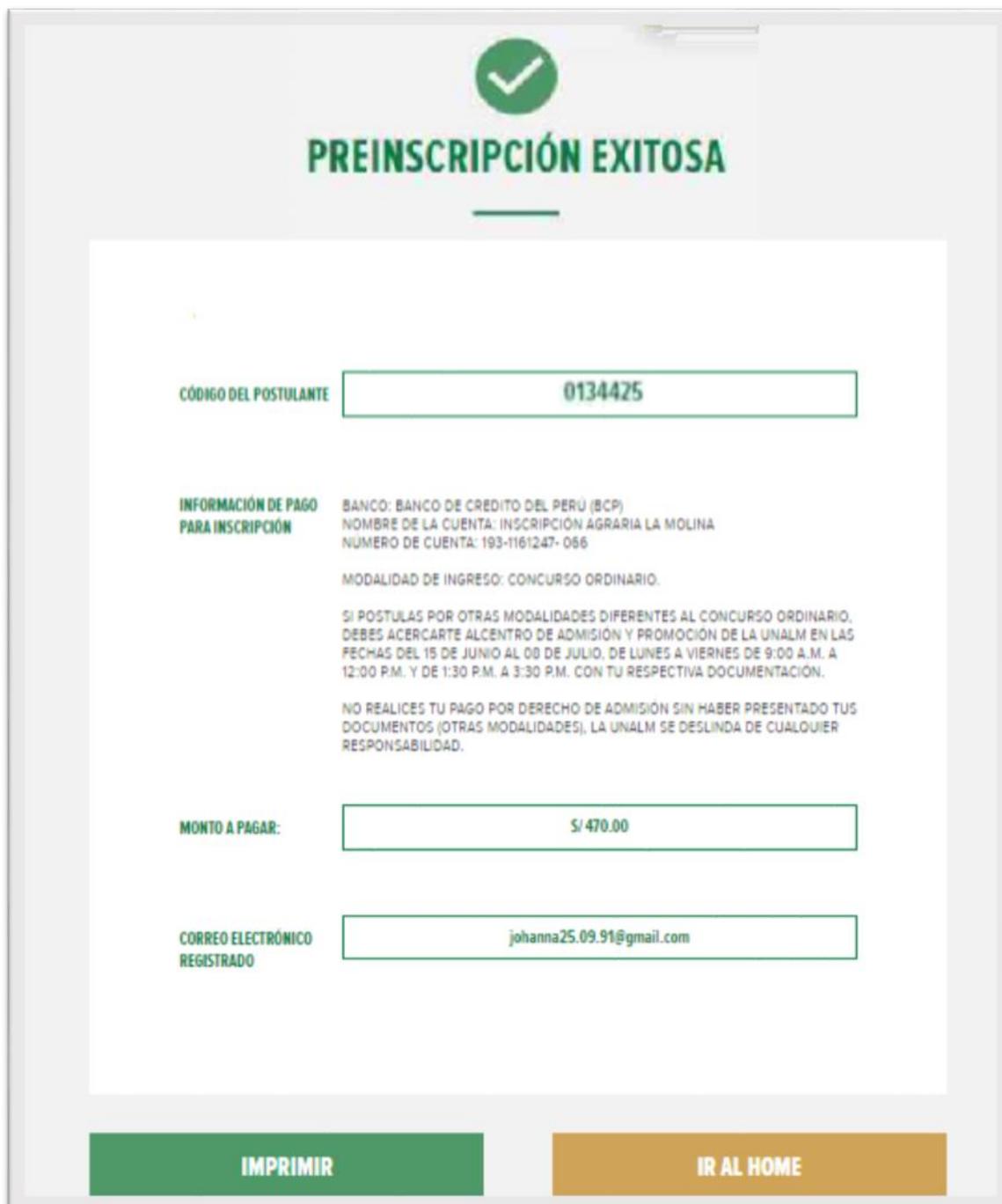
Figura 52: Pantalla de inicio del SIP para las operaciones del CAP

FUENTE: Albatross Cloud (2016)

OM N°8: Renovación en la inscripción virtual, por medio de la pre inscripción e inscripción del postulante.

La inscripción virtual del postulante se dividió en dos partes: pre inscripción e inscripción, mediante la página web creada www.carrerasqueapasionan.pe. La pre inscripción estuvo a cargo del proveedor Agos Comunicaciones y la inscripción, por Albatross Cloud. Ambas se interconectaron a través de Webservice REST; esta mejora tuvo como resultado lo siguiente:

- El acceso al SIP fue a través de cualquier navegador de Internet.
- El funcionamiento del SIP fue 24x7 (de lunes a domingo, todo el día).
- En la pre inscripción se registró la información básica y la información estudiantil del postulante. Con esta información, el postulante obtuvo su código de postulante y así realizar su pago por derecho de admisión en el BCP (véase Figura 53).
- Al finalizar la pre inscripción, se programó el envío de un correo al postulante indicando que su registro se realizó correctamente, el código de postulante y la información para realizar el pago por derecho de admisión (banco, cuenta, modalidad de ingreso y el monto).
- En la inscripción, se solicitó el código de postulante (obtenido en la pre inscripción) y el número de operación bancaria (obtenido en el boucher de pago del BCP). Los datos ingresados en la pre inscripción fueron cargados automáticamente en la sesión del postulante, y solo se completó información sobre el lugar de nacimiento, la carrera a postular (tres opciones), así como leer los términos y condiciones para el día del Examen de Admisión y la descarga de la carta de compromiso (anteriormente el carné de declaración jurada, véase Figura 54).
- La confirmación de la inscripción exitosa se mostró con el mensaje de “Gracias por participar en el Proceso de Admisión 2016-II” (véase Figura 55).
- Se estandarizó los datos de acceso según tipo de inscripción virtual para todas las modalidades de ingreso: el código de postulante y la operación bancaria.
- El tiempo de pre inscripción e inscripción en promedio fue de quince minutos por postulante, siendo la mitad de tiempo al utilizado con el sistema anterior.




PREINSCRIPCIÓN EXITOSA

CÓDIGO DEL POSTULANTE

INFORMACIÓN DE PAGO PARA INSCRIPCIÓN
BANCO: BANCO DE CREDITO DEL PERÚ (BCP)
NOMBRE DE LA CUENTA: INSCRIPCIÓN AGRARIA LA MOLINA
NUMERO DE CUENTA: 193-1161247- 066

MODALIDAD DE INGRESO: CONCURSO ORDINARIO.

SI POSTULAS POR OTRAS MODALIDADES DIFERENTES AL CONCURSO ORDINARIO, DEBES ACERCARTE AL CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN DE LA UNALM EN LAS FECHAS DEL 15 DE JUNIO AL 08 DE JULIO, DE LUNES A VIERNES DE 9:00 A.M. A 12:00 P.M. Y DE 1:30 P.M. A 3:30 P.M. CON TU RESPECTIVA DOCUMENTACIÓN.

NO REALICES TU PAGO POR DERECHO DE ADMISIÓN SIN HABER PRESENTADO TUS DOCUMENTOS (OTRAS MODALIDADES), LA UNALM SE DESLINDA DE CUALQUIER RESPONSABILIDAD.

MONTO A PAGAR:

CORREO ELECTRÓNICO REGISTRADO

Figura 53: Confirmación de pre inscripción en el SIP

FUENTE: Agos Comunicaciones (2016)

UNALM - Inscripción de P... X +

localhost:9000/inscripcion/postulante/4/paso

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA

PROCESO DE ADMISIÓN 2016-II

CARTA DE COMPROMISO
ESPINOZA VILLANUEVA LUCIA PATRICIA

Estimado postulante, estás a un paso de finalizar tu inscripción para el Examen de Admisión 2016-II. A continuación, descarga la Carta de Compromiso y tráela firmada el 24 de julio. No te olvides leerla en su totalidad. Mucho éxito!!

Datos personales :

Paterno	Espositoza
Materno	Villanueva
Nombres	Lucia Patricia
Sexo	Femenino
Doc. de Indentidad	Documento Nacional de Identidad - 73182550

Fecha y Lugar de Nacimiento :

Fecha de Nacimiento	01/11/1998
Pais	Perú
Lugar	DIST: Lince / PROV: Lima / DEP: Lima

Domicilio :

Direccion	av. canto grande 3520
Lugar	DIST: San Juan De Lurigancho / PROV: Lima / DEP: Lima

Datos del Colegio donde culminó sus estudios :

Año de Culminacion	2013
Pais donde estudio	Perú
Codigo Modular	0535724
Nombre del Colegio	FE Y ALEGRIA 25
Direccion del Colegio	
Distrito del Colegio	DIST: San Juan De Lurigancho / PROV: Lima / DEP: Lima

Modalidad y opciones de ingreso :

Modalidad de ingreso	Primeros Puestos - Colegios
----------------------	-----------------------------

Informacion para Contactarlo :

Telefono Fijo	3873532
Telefono Movil	965435329
E-Mail	lucia.1998@albatross.com

Figura 54: Carta de compromiso (antes carné de declaración jurada)

FUENTE: Albatross Cloud (2016)

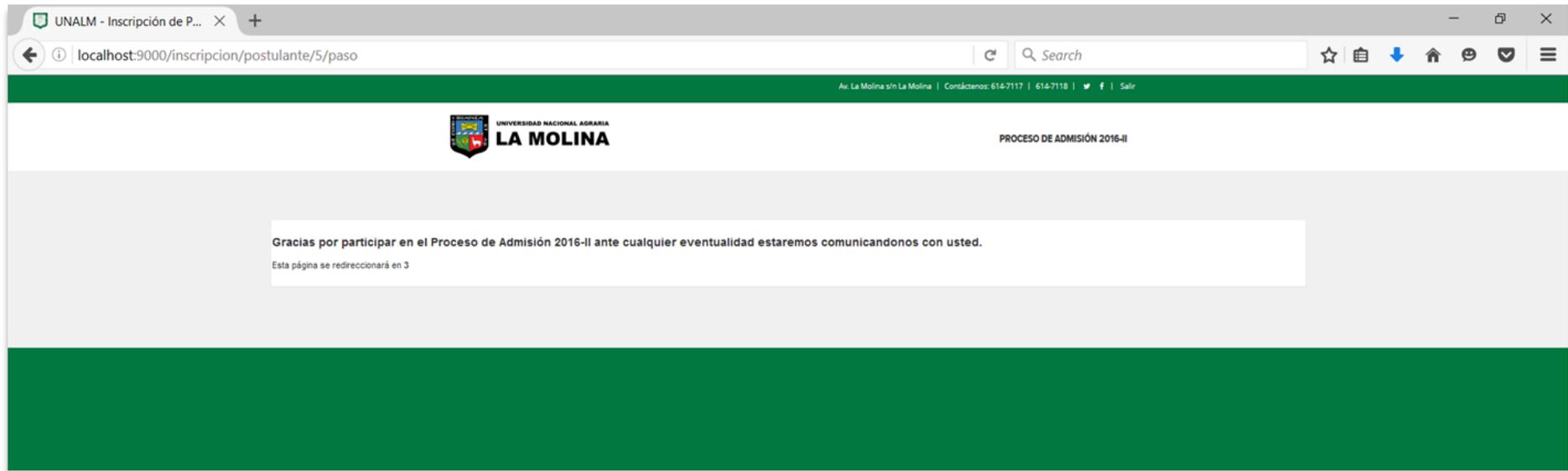


Figura 55: Confirmación de inscripción en el SIP

FUENTE: Albatross Cloud (2016)

La oportunidad de mejora fue implementada totalmente, en el tiempo establecido, y la dificultad que se presentó fue la adecuación del postulante a la nueva forma de inscripción virtual, sobre todo a aquellos que postulaban nuevamente al Concurso de Admisión; la renovación de la inscripción virtual no fue informada de manera oportuna y masiva al postulante, ocasionando confusión y llamadas constantes a la oficina del CAP.

Otra dificultad fue que, debido a que no se informó correctamente el nuevo procedimiento para la inscripción virtual, el postulante entendió que con la pre inscripción y el pago de derecho de admisión había quedado inscrito para poder rendir su Examen de Admisión; sin embargo, les faltaba el último paso: la inscripción. Esto se pudo monitorear y solucionar gracias al módulo de postulantes del SIP, por lo que se tuvo que realizar llamadas telefónicas a los postulantes pre inscritos y confirmar si completarían la inscripción.

OM N° 11: Renovación del procedimiento de validación y verificación de identidad del postulante por medio del convenio con RENIEC

El Proceso de Inscripción finaliza cuando se ha verificado que el postulante inscrito es la persona que rendirá el Examen de Admisión. Por tanto, implementando esta mejora, se pudo obtener lo siguiente:

- Los procedimientos de verificación de identidad del postulante y seguimiento del postulante realizados anteriormente, se reemplazaron por la validación y verificación de identidad del postulante por medio del convenio con RENIEC.
- El procedimiento de validación de datos personales del postulante se realizó mediante la comparación de la base de datos de postulantes inscritos contra la base de datos nacional de RENIEC, utilizando los ítems: número de DNI, nombres, apellido paterno y apellido materno (véase Figura 56).
- Para la validación de datos personales, el tiempo empleado fue 3 días, utilizando archivos en formato Excel, logrando eliminar la Ficha de Inscripción del Postulante, la Ficha de Datos Personales de RENIEC y la comparación manual de las mismas; asimismo el excesivo uso de materiales de impresión y mano de obra.
- El procedimiento de verificación de identidad se realizó el día del Examen de

Admisión, a través del Servicio de Verificación Biométrica, el cual aseguró que el postulante inscrito era la misma persona que rendiría el Examen de Admisión.

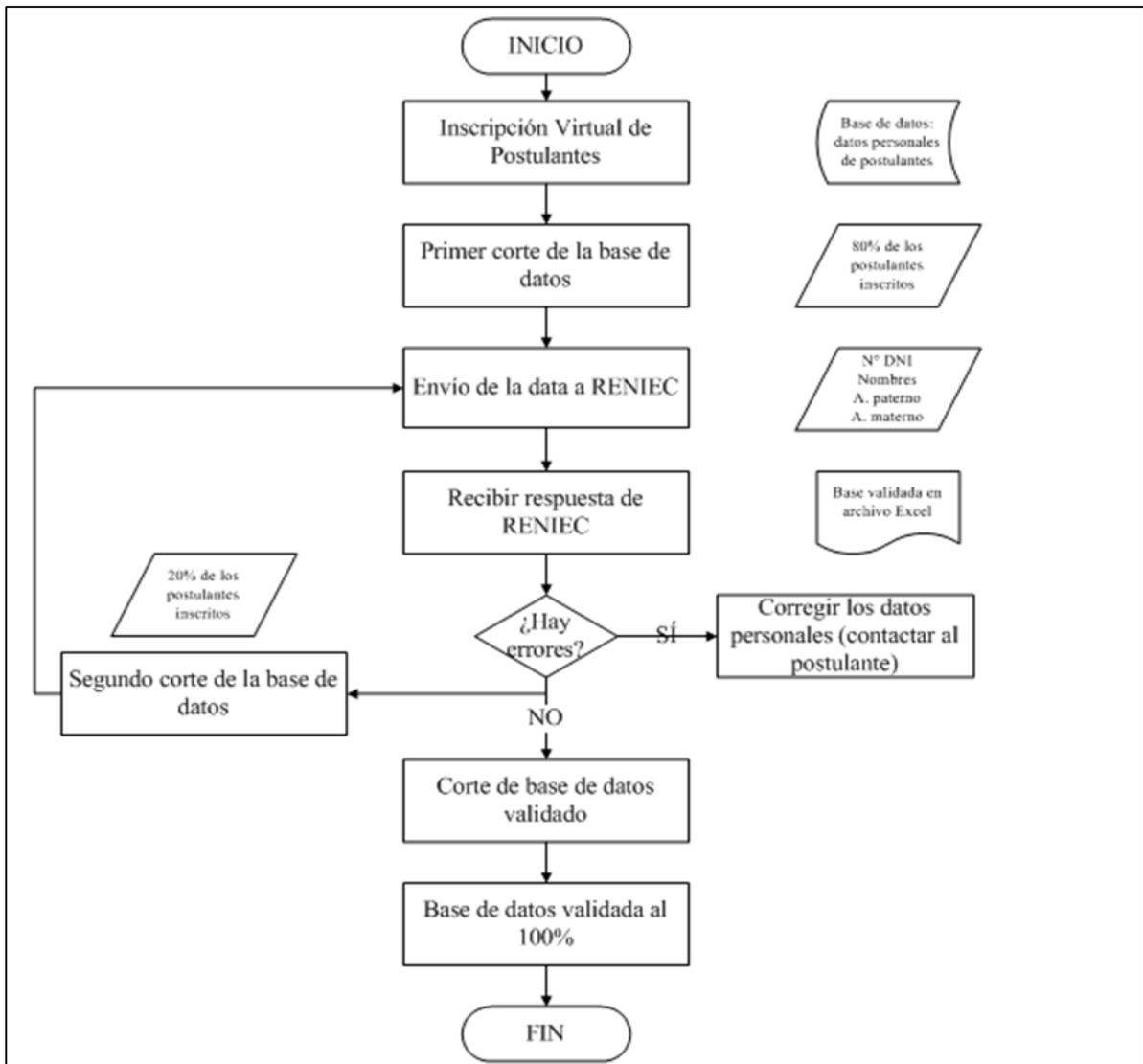


Figura 56: Procedimiento de validación de datos personales de postulantes

FUENTE: Elaboración propia

- La verificación de la identidad del postulante dentro de las aulas antes del inicio del Examen de Admisión también fue un procedimiento eliminado, de tal manera, que los docentes responsables de las aulas ya no realizaron verificación de fichas de inscripción y de datos personales, no realizaron la toma de huella digital ni la comparación de la foto del DNI con el rostro del postulante, logrando así una reducción de tareas y tiempo de espera para dar

inicio al Examen de Admisión. La implementación del Servicio de Verificación Biométrica se realizó con total éxito el día del Examen de Admisión, habiendo coordinado respectivamente con RENIEC cuál era el espacio y recursos que requerían para llevar a cabo la actividad. Se organizó un flujo de ingreso desde la puerta 4 de la UNALM, puerta que fue asignada para el ingreso de los postulantes al Examen de Admisión.

En la Figura 57 del postulante pudo ser verificado rápidamente debido a que el tiempo de respuesta del servicio es menor a cinco segundos, por tanto se aseguró la rapidez y seguridad del procedimiento en el momento del Examen de Admisión.



Figura 57: Funcionalidad del Servicio de Verificación Biométrica

FUENTE: RENIEC (2012)

Se logró verificar la identidad del 95% de los postulantes, ya que se presentaron casos de postulantes que no asistieron con su DNI por motivos de olvido, pérdida y robos días previos al Examen de Admisión. Estos casos fueron evaluados por la

Dirección de Investigación Criminal de la PNP- DIRINCRI, quienes verificaron en el sistema de la PNP los antecedentes policiales de los postulantes.

OM N° 12: Implementación de chat en línea con los postulantes, en la página web creada.

La creación de un chat en línea a través de la aplicación *Tawk*, permitió realizar seguimiento constante y en tiempo real a los postulantes, principalmente durante su inscripción virtual. Los postulantes realizaban sus consultas y al ser resueltas en el momento, la necesidad de información y las expectativas de atención eran más altas.

Como el historial de los chats quedó registrado, el CAP pudo realizar un sondeo de las consultas de los postulantes, información que permitirá resolver las incidencias más frecuentes en los siguientes Concursos de Admisión. En la Figura 58, se muestra un modelo de notificación de una nueva consulta en el chat, enviada a través de correo electrónico a los miembros del CAP.

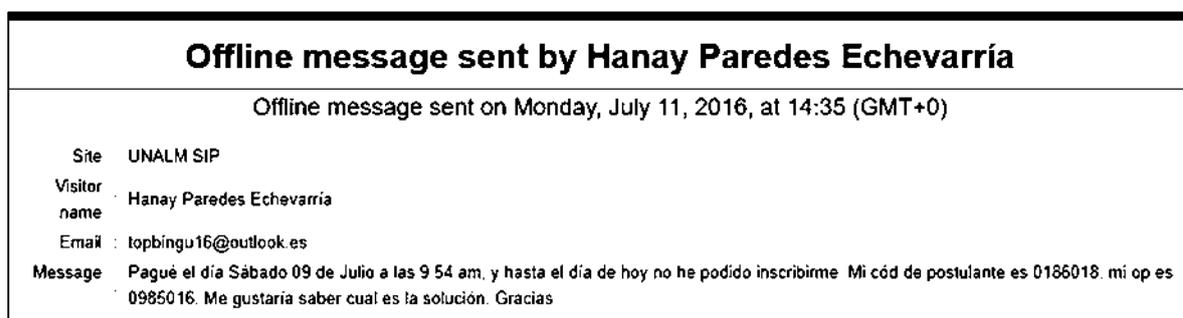


Figura 58: Notificación del Tawk vía correo electrónico

FUENTE: Personal de apoyo del CAP (2016)

OM N° 13: Renovación del módulo de registro de documentación en el SIP, para inscripciones a postulantes de Otras Modalidades.

El nuevo módulo de registro de los documentos para postulantes de Otras Modalidades permitió realizar la revisión de la documentación de forma más rápida, mostrando por postulante los documentos requeridos según su modalidad y proceder con su inscripción, según el Reglamento de Admisión.

El código de registro de documentos que se generaba con el anterior SIP y que era utilizado por el postulante para continuar con la inscripción virtual, quedo

eliminado, ya que con el nuevo módulo, se asoció automáticamente la modalidad de ingreso y los documentos requeridos para esa modalidad. Por tanto, el postulante al ingresar su modalidad en la pre inscripción, se acercaba a la oficina del CAP con su código de postulante y en el sistema se visualizaba esta información (véase Figura 59), habilitándolo para continuar con la inscripción, solo si entregó los documentos requeridos.

ii. Equipo 2: ADMINISTRACIÓN

El equipo tuvo a cargo las actividades relacionadas con las mejoras administrativas y de información para el postulante, para que los procedimientos y los tiempos relacionados al Proceso de Inscripción sean más efectivos.

En este equipo participó el área de Administración del CAP y un miembro del Equipo de Apoyo, además de tener el apoyo constante del Jefe de Admisión en coordinaciones con las dependencias correspondientes de la UNALM, para poder llevar a cabo la implementación de las mejoras propuestas. En el Cuadro 18 se enumera las oportunidades de mejora que fueron asignadas al equipo:

Cuadro 18: Oportunidades de mejora para Equipo 2 – Administración

N°	OPORTUNIDAD DE MEJORA
3	Extensión de fechas en el Calendario de Admisión para las modalidades de Concurso Ordinario y Otras Modalidades
9	Creación de modelo de documentación a entregar para postulantes de Otras Modalidades
10	Reordenamiento del flujo de atención al postulante en la oficina del CAP

FUENTE: Elaboración Propia

OM N° 3: Extensión de fechas en el Calendario de Admisión para las modalidades de Concurso Ordinario y Otras Modalidades

El Reglamento de Admisión y el Reglamento General de la UNAM no limitaba el rango de las fechas a tres o cuatro días por modalidad (véase Figura 25), por ende se realizó los cambios para el Concurso de Admisión 2016-II, brindando a los postulantes la opción de inscribirse durante las tres semanas previas al Examen de Admisión, sin restricción de fechas según apellido paterno.

SIP

GESTIÓN DE ADMISIÓN

Postulantes

Espinoza Villanueva Lucia Patricia

Modalidad
Primeros Puestos - Colegios

Documentos	
<input type="checkbox"/>	Copia de DNI - Vigente
<input type="checkbox"/>	Certificado de estudios - Educacion Secundaria - Regular
<input type="checkbox"/>	Acta de sesión de Comité de Coordinacion Interna(COCOI) para la determinación de los cinco primero puestos
<input type="checkbox"/>	Resolución Directoral (solo cuando no se nombra los miembros de la COCOI en el Acta de sesión)
<input type="checkbox"/>	Copia de DNI - Vigente (padre o apoderado) - solo para menores de edad

[Regresar](#) [No conforme](#) [Conforme](#)

Figura 59: Registro de documentos del postulante en el nuevo módulo

FUENTE: Albatross Cloud (2016)

El equipo de trabajo tuvo que coordinar con el Vicerrectorado Académico y la Oficina de Estudios y Registros Académicos, emitir la carta correspondiente y hacer seguimiento a la Resolución donde se apruebe las fechas propuestas para el Concurso de Admisión 2016-II (véase Figura 60).

Con esta nueva propuesta se logró extender el plazo de días para la entrega y levantamiento de observaciones de los documentos para los postulantes de Otras Modalidades, ya que anteriormente, al tener sólo tres días de plazo, muchos postulantes debían cambiar su modalidad de ingreso a Concurso Ordinario o no postular.

INSCRIPCIONES		
CONCURSO ORDINARIO (vía internet)	A - Z	15 de Junio al 08 de Julio
	EXTEMPORÁNEO	13, 14 y 15 de Julio
OTRAS MODALIDADES DE INGRESO	Traslado Externo de Otras Universidades 1º y 2º Puestos de Colegios Graduados o Titulados Universitarios Bachillerato en Convenio con la UNALM Convenios Internacionales Leyes N°27277, 29973, 28036, 28592	Recepción de documentos e inscripción: 15 de Junio al 08 de Julio
CEPRE UNALM CICLO 2016-I	INGRESANTES	11 y 12 de Julio

Figura 60: Calendario de Admisión 2016 – II

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

OM N° 9: Creación de modelo de documentación a entregar para postulantes de Otras Modalidades

Se creó un manual que contenía el modelo de cada uno de los documentos requeridos para las respectivas modalidades de ingreso y fue colocado en el Prospecto de Admisión virtual, de tal manera que el postulante podía revisar su documentación y verificar que contenga lo solicitado, como firmas, datos personales completos, sellos de las autoridades respectivas, entre otros detalles necesarios para su conformidad.

De esta forma se redujo las observaciones realizadas en el procedimiento de Revisión de Documentos, realizado por el personal del CAP. Además permitió a los postulantes acercarse una sola vez, y no volver cada vez que se encontraba una observación en su documentación.

En la Figura 61 se muestra el ejemplo del documento “Certificado de Estudios de Educación Secundaria Original”, señalando la información que debe tener para poder darle conformidad.

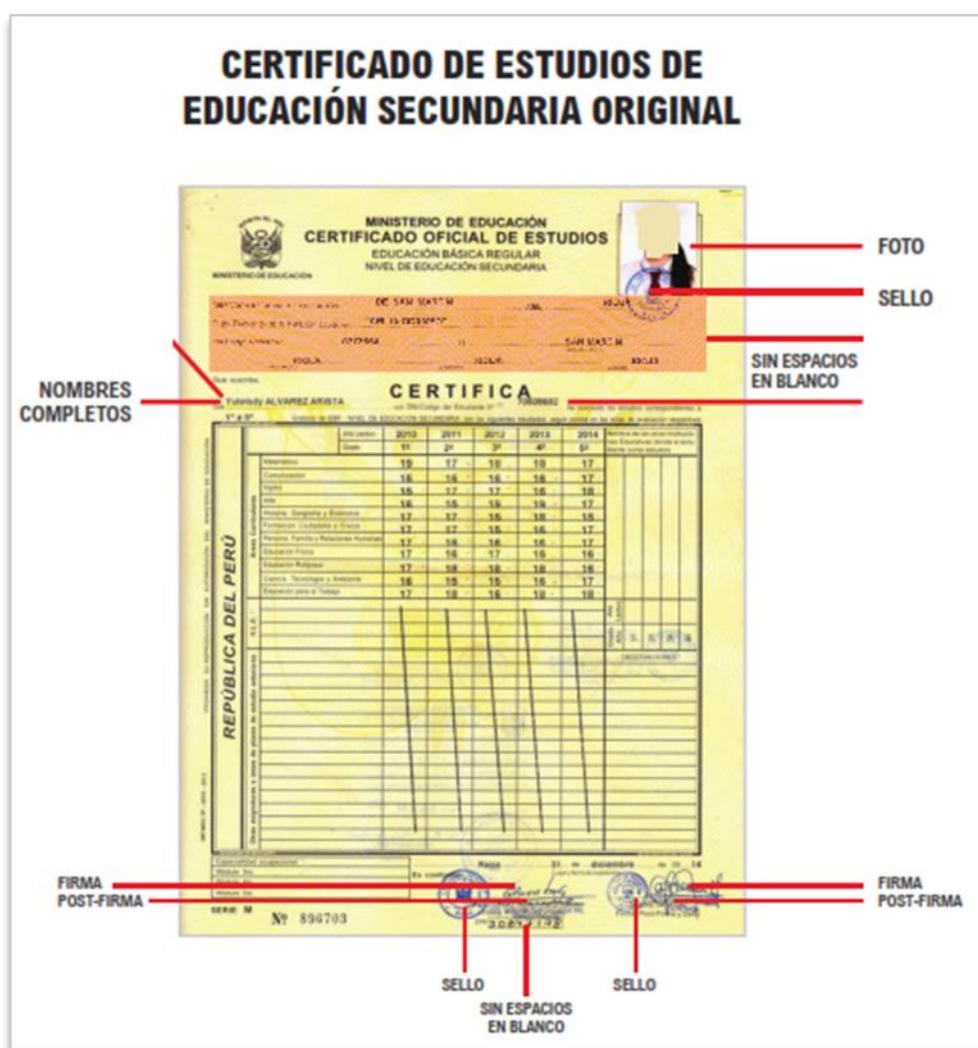


Figura 61: Modelo de Certificado de Estudios de Educación Secundaria Original (dorso)

FUENTE: Agos Comunicaciones (2016)

OM N° 10: Reordenamiento del flujo de atención al postulante en la oficina del CAP

El flujo de atención del postulante se acortó, ya que se omitieron las actividades que no tenían un fin productivo como la toma de huella y fotografía de los postulantes, y además, con la mejora del SIP, el registro de la información fue mucho más rápida.

En las afueras de la oficina del CAP, se instalaron sillas de espera y mesas de atención para resolver las dudas de postulantes, padres de familia y público en general. Además poder asignar un orden de ingreso a la Oficina, donde dos de los miembros del personal del CAP, verificaban los documentos de los postulantes y le daban conformidad en el sistema.

El tiempo de atención por postulante se redujo en promedio a 15 minutos, y ya que el Calendario de Admisión tuvo plazos más largos para la inscripción de Otras Modalidades, la afluencia de los postulantes pudo ser manejada dentro del horario de atención, sin recurrir ni trabajo de horas adicionales.

iii. Equipo 3: MEJORA DE PROCESOS

El equipo de trabajo encargado de las actividades relacionadas a la mejora de procesos, tuvo como responsabilidad poder documentar todos los cambios realizados durante el Concurso de Admisión 2016-II.

El Jefe de Admisión analizó la viabilidad de cada una de las oportunidades de mejora realizadas, y junto con el Responsable de Procesos documentó las entradas, actividades y salidas de cada procedimiento, además, en conjunto con el equipo del CAP, se tomaron las decisiones para poder realizar las tareas que implicó cada oportunidad de mejora.

La mejora de los procesos llevará al CAP a cumplir con los requisitos establecidos por la Norma ISO 9001:2015, además de reflejar en el Manual de Calidad y en el Manual de Procedimientos la estandarización sistemática de las actividades realizadas en el Proceso de Inscripción.

Las oportunidades de mejora realizadas por este equipo de trabajo, fueron:

Cuadro 19: Oportunidades de mejora para Equipo 3 - Mejora de procesos

N°	OPORTUNIDAD DE MEJORA
1	Creación de Manual de Calidad del Proceso de Inscripción
2	Creación de un Manual de Procedimientos del Proceso de Inscripción
14	Organización de equipos de trabajo para los procedimientos del Proceso de Inscripción

FUENTE: Elaboración Propia

OM N° 1: Creación de un Manual de Calidad del Proceso de Inscripción

Según la Norma Internacional ISO 9001:2015, la adopción de un Sistema de Gestión de la Calidad es una decisión estratégica para una organización, pues ayuda a mejorar el desempeño y junto con el enfoque a procesos, permite planificar e interactuar sus procesos.

De la información analizada para el Proceso de Inscripción del CAP, se pudo estructurar la secuencia de capítulos del Manual de Calidad, proporcionando una presentación coherente de los requisitos relacionados al Sistema de Gestión de la Calidad, según la Norma ISO 9001:2015.

La creación del Manual de Calidad, como oportunidad de mejora, proporciona al CAP y a las partes interesadas un entendimiento común, además de una guía específica que plasmó la política, objetivos y requisitos que fomentaron el aumento de la satisfacción del postulante a través de una reingeniería del Proceso de Inscripción y un futuro establecimiento de actividades de mejora continua.

En la Figura 60, se muestra los apartados que contiene el Manual de Calidad para el Proceso de Inscripción del CAP, el cual además estuvo basado en los principios de la calidad descritos en la norma ISO 9001, tal como se indica en el apartado 0.2 Principios de la gestión de la calidad, de la Norma ISO 9001:2015.

En el Anexo 16, se encuentra el Manual de la Calidad para el Proceso de Inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM.

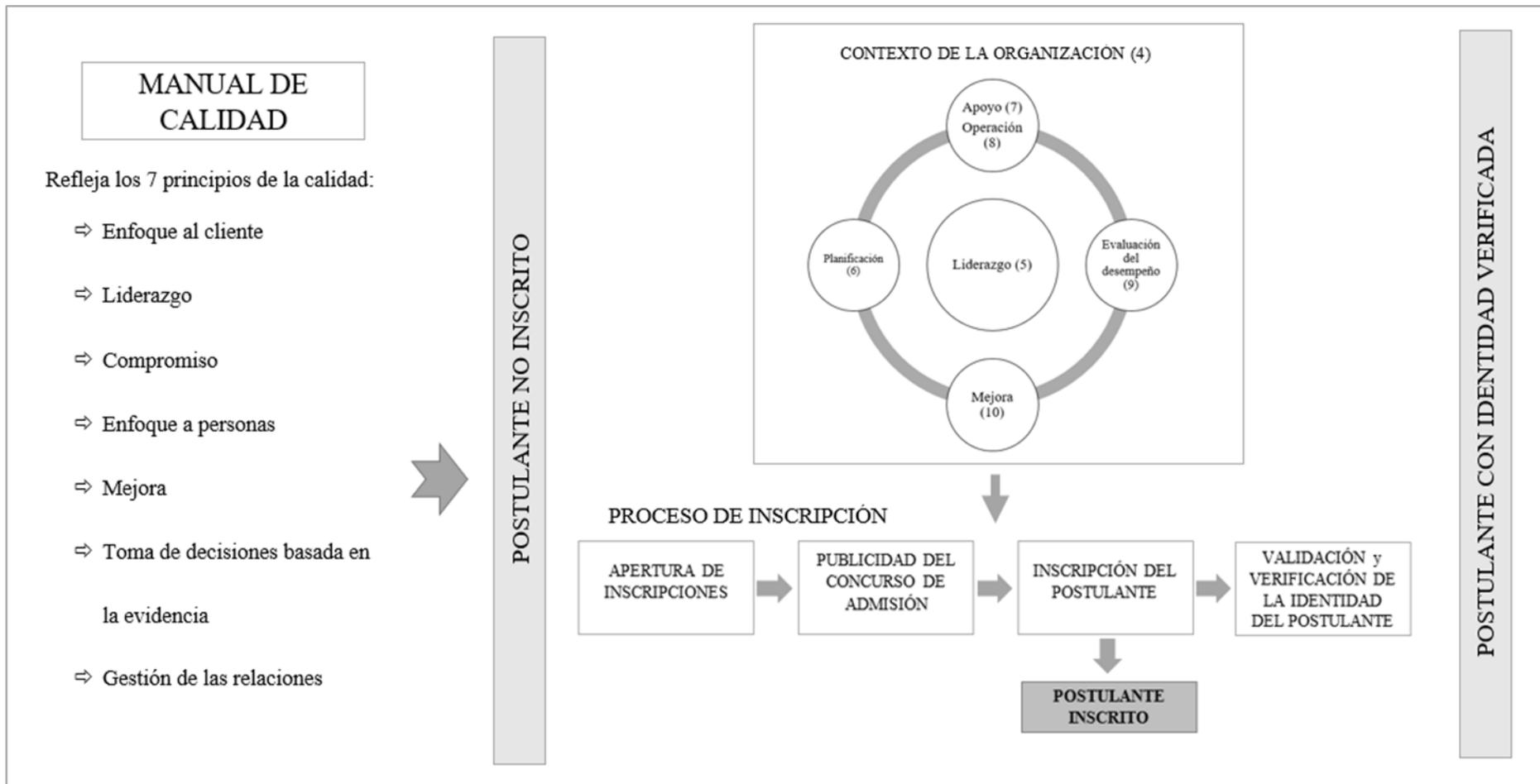


Figura 62: Resumen gráfico del Manual de Calidad del Proceso de Inscripción del CAP

FUENTE: Elaboración Propia

OM N° 2: Creación de un Manual de Procedimientos del Proceso de Inscripción

El Proceso de Inscripción del CAP no se encuentra documentado, razón por la cual fue difícil poder identificar que partes del proceso contaban con deficiencias, poder evaluar el desempeño y encontrar indicadores que midieran los resultados esperados. Por tanto, se utilizaron las herramientas de gestión y calidad para poder determinar los problemas del proceso.

Dicho esto, esta oportunidad de mejora permitió mapear y estructurar las actividades realizadas en el Proceso de Inscripción del Concurso de Admisión 2016-II, documentando las actividades y las oportunidades de mejoras implementadas. El Equipo de Mejora de Procesos, logró identificar cuatro etapas para el Proceso de Inscripción, siendo estas:

- Apertura de inscripciones
- Publicidad del Concurso de Admisión
- Inscripción del postulante
- Validación y verificación de la identidad del postulante

Una vez validadas estas etapas, se identificaron los procedimientos realizados en cada una, para documentar y lograr la estandarización, seguimiento y control para los próximos Concursos de Admisión.

Los procedimientos identificados y documentados se enumeran en el Cuadro 20 y la estructura de apartados para dicho manual es: i) Objetivo, ii) Alcance, iii) Definiciones y Abreviaturas, iv) Responsabilidades, v) Entradas y Salidas, vi) Recursos, vii) Descripción del Procedimiento, viii) Controles del procedimiento, ix) Métricas del procedimiento y x) Diagrama de Flujo.

En el Anexo 17, se encuentra el Manual de Procedimientos del Proceso de Inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM.

En la Figura 63, se muestra el resumen gráfico del Manual de Procedimientos y se refleja la entrada del proceso: postulante no inscrito y la salida del mismo: postulante con identidad verificada, quien es el postulante apto para poder rendir el Examen de Admisión.

Cuadro 20: Resumen del Manual de Procedimientos

ETAPA	PROCEDIMIENTO
Apertura de inscripciones	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ PR-001-CAP: Elaboración del Calendario de Admisión ⇒ PR-002-CAP: Elaboración del prospecto virtual de admisión ⇒ PR-003-CAP: Determinación de vacantes ⇒ PR-008-CAP: Venta del Prospecto de Admisión
Publicidad del Concurso de Admisión	⇒ PR-007-CAP: Publicidad y Promoción del Concurso de Admisión
Inscripción del postulante	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ PR-004-CAP: Inscripción virtual de postulantes ⇒ PR-005-CAP: Recepción y revisión de documentos
Validación y verificación de la identidad del postulante	⇒ PR-006-CAP: Validación y verificación de la identidad del postulante

FUENTE: Elaboración propia.

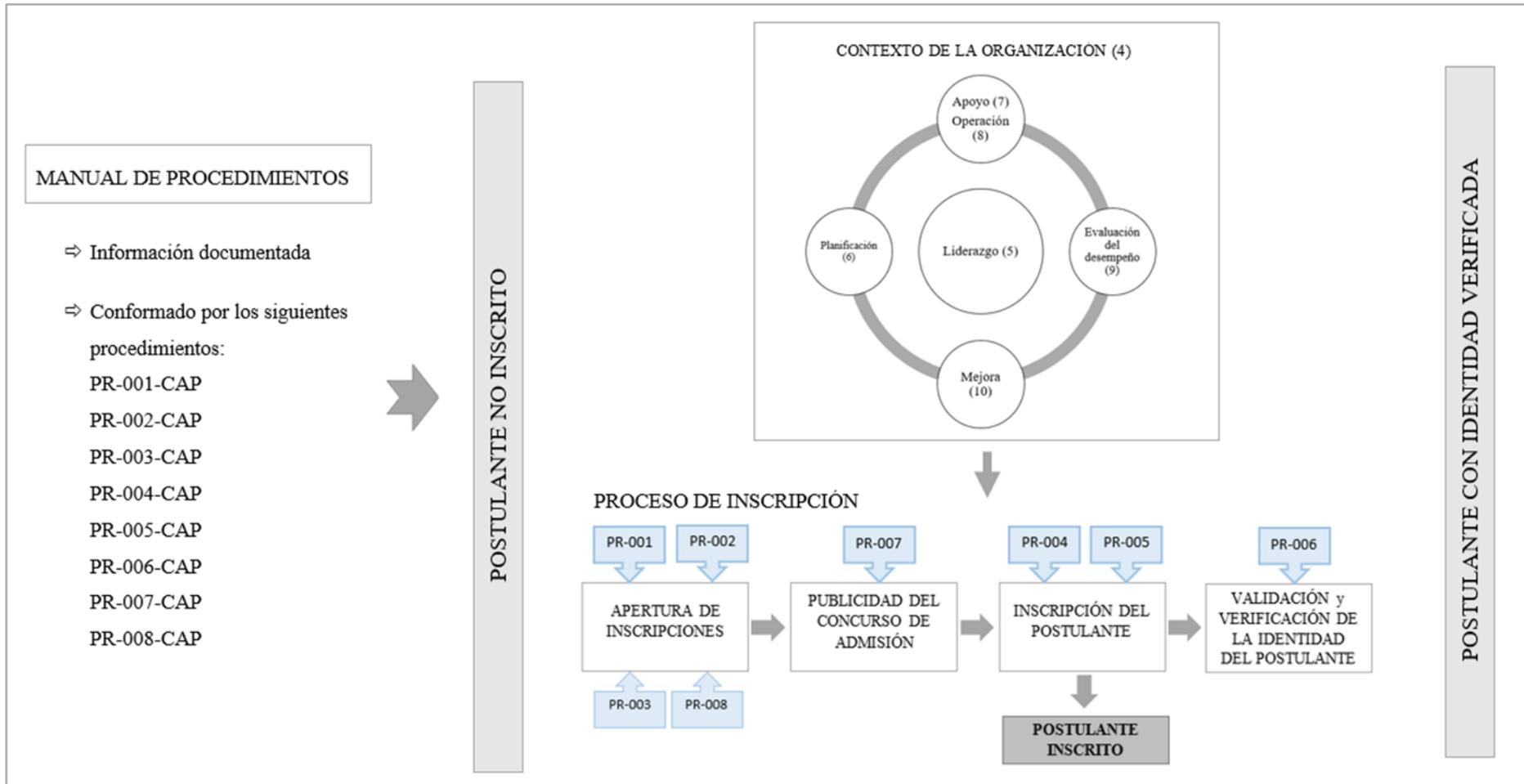


Figura 63: Resumen gráfico del Manual de Procedimientos

FUENTE: Elaboración Propia

OM N° 14: Organización de equipos de trabajo para los procedimientos del Proceso de Inscripción

Esta oportunidad de mejora implementada permitió organizar al equipo permanente del CAP, al equipo de apoyo y a los promotores en equipos de trabajo para realizar, monitorear y entregar sus conclusiones finales sobre todas las actividades relacionadas al Proceso de Inscripción en el Concurso de Admisión 2016-II, siempre liderados por el Jefe del CAP y las autoridades involucradas de la UNALM. Además el problema de comunicación poco efectiva en la oficina logró mitigarse, estableciéndose un canal de información más transparente en cuanto a procedimientos y funciones de todo el equipo. Esta oportunidad fue iniciada con la realización de un Taller de Integración de todo el personal del CAP, donde se desarrolló temas de motivación personal y laboral, conocimiento de procesos, mejora continua y reingeniería, y establecimiento de objetivos en los equipos de trabajo.

El Taller de Integración fue realizado durante tres días en el Club Social CENTROMIN, ubicado en Chosica, Lima. Fue dirigido por el Jefe de Admisión.

iv. Equipo 4: PUBLICIDAD DEL CONCURSO DE ADMISIÓN

Las actividades realizadas por el equipo 4 estuvieron relacionadas directamente con el cambio en la publicidad del Concurso de Admisión 2016-II, reflejados en una renovación del material fotográfico e informativo, y la creación de una nueva página web para el CAP; aplicando estrategias en base a los resultados del focus group realizado por el proveedor Agos Comunicaciones (ver Anexo 18).

El proveedor propuso las temáticas para poder estandarizar la publicidad en los diferentes medios difundidos: redes sociales, radio, paneles y publicidad ATL. Los cambios fueron canalizados por el Equipo 4 y compartidos con todo el equipo del CAP, para la toma de decisiones en conjunto.

Las oportunidades de mejora realizadas por este equipo de trabajo, fueron:

Cuadro 21: Oportunidades de mejora para Equipo 4 - Publicidad del Concurso de Admisión

N°	OPORTUNIDAD DE MEJORA
4	Creación de nueva página web para el CAP
5	Renovación del material visual, fotográfico e informativo para el postulante

FUENTE: Elaboración Propia

OM N° 4: Creación de nueva página web para el CAP

La creación de la nueva página web estuvo a cargo del proveedor Agos Comunicaciones, y se construyó en base a los resultados obtenidos del focus group y de las ideas y opiniones del equipo del CAP.

El nuevo site se construyó bajo el URL www.carrerasqueapasionan.pe (ver Figura 64 y Figura 65), reemplazando el tradicional sitio web www.lamolina.edu.pe/admsion/, al cual se podía acceder utilizando el URL creado, o desde la página web principal de la UNALM, mediante el enlace de Admisión Pre Grado. El nombre del site se eligió por votación de los miembros del Equipo del CAP, después de revisar a detalle las propuestas creativas de Agos Comunicaciones.

Los problemas solucionados con la implementación de esta oportunidad de mejora fueron la aplicación de estrategias de comunicación que cubrieron las expectativas de los postulantes sobre la UNALM y además, ofrecer la información de manera dinámica y moderna, de tal forma que el postulante y público general interesado en la universidad, pueda conocer acerca de ella a través de videos, testimonios, fotografías y textos simples.

En relación con la publicidad del Concurso de Admisión, la página web creada permitió difundir mediante el nuevo diseño: i) el Prospecto de Admisión virtual, ii) el Sistema de Inscripción Virtual (pre inscripción e inscripción del postulante) y iii) chat en línea (tawk).



Figura 64: Nueva página web del CAP

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

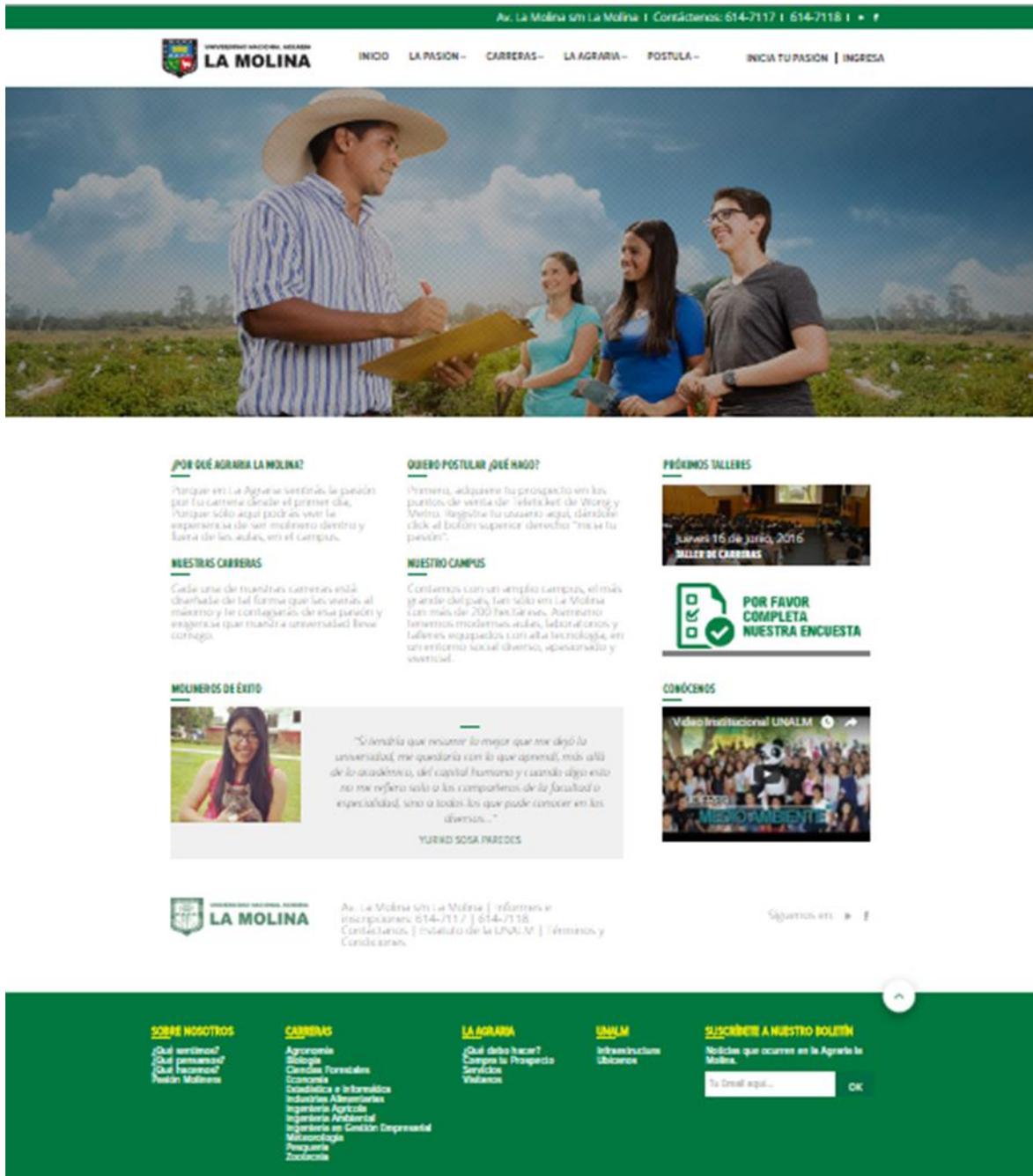


Figura 65: Contenido de la nueva página web del CAP

FUENTE: Agos Comunicaciones (2016)

OM N° 5: Renovación del material visual, fotográfico e informativo para el postulante

La implementación de esta oportunidad de mejora, permitió ofrecer a los postulantes y público en general una nueva imagen de la UNALM, en conjunto con la nueva página web creada para el CAP. El material fotográfico y en formato video que se elaboró, resaltó los principales atributos de la UNALM como universidad,

permitiendo que se muestre como una casa de estudios competente y con carreras profesionales valoradas en el mercado laboral.

El Equipo 4, estuvo a cargo junto con el proveedor Agos Comunicaciones de la elaboración de las sesiones fotográficas y grabaciones de videos, durante dos semanas. Se tuvo la colaboración de alumnos y egresados de la UNALM, de las doce carreras profesionales, además se les realizó una breve encuesta con la que se obtuvo información para la escenografía de las sesiones.

El material visual renovado fue insumo para diseñar los materiales publicitarios en redes sociales como Facebook (fotografías) y Youtube (videos de las carreras profesionales, entrevista a alumnos y egresados), publicidad en ATL, buses de la UNALM, periódicos y el nuevo site del CAP www.carrerasqueapasionan.pe.

En la Figura 66 se muestra un modelo de publicidad ATL utilizado para la publicidad del Concurso de Admisión 2016-II, ubicados en puntos estratégicos de Lima, en los distritos de San Juan de Miraflores, Los Olivos, San Juan de Lurigancho, Rímac y Santa Anita, ya que mediante el análisis de la data del área de promoción de carreras, la mayor cantidad de postulantes provienen de estos distritos.

El material visual renovado fue utilizado también en el proceso de Promoción de Carreras Profesionales para el procedimiento de Taller de Carreras Profesionales, los cuales se realizaron semanalmente durante el Concurso de Admisión 2016-II, y para las invitaciones a través del Facebook y la página web, se utilizó el material fotográfico (ver Anexo 19).



Figura 66: Publicidad ATL - Minipolar de 8.00 x 4.00 mts

FUENTE: Agos Comunicaciones (2016)

4.4.2. Indicadores de los resultados del plan de mejora

a. Lista de verificación en base a la Norma ISO 9001:2015

Al finalizar el Proceso de Inscripción del Concurso de Admisión 2016-II, se evaluó nuevamente el proceso, utilizando la lista de verificación en base a la Norma ISO 9001:2015 (ver Anexo 20), donde cada pregunta fue puntuada de acuerdo al Anexo 12.

El objetivo del indicador fue determinar el éxito de las oportunidades de mejoras implementadas por el Equipo 3: Mejora de procesos, pues lo que se buscaba era aumentar el grado de cumplimiento del Proceso de Inscripción. El grado de cumplimiento fue de 68.82 %, lo que significa que luego de la implementación, el cumplimiento de los requisitos se desarrolló sistemáticamente de acuerdo a lo requerido por la Norma, aunque quedaron actividades por implementar.

En la Figura 67, se muestra el grado de cumplimiento en la situación inicial y luego de la implementación de las oportunidades de mejora, asimismo se muestra la tendencia al óptimo resultado, siendo este 100 %, lo que significaría que el Proceso de Inscripción se llevaría a cabo mediante una gestión por procesos y con el

cumplimiento de los requisitos de la Norma, plenamente estandarizados.

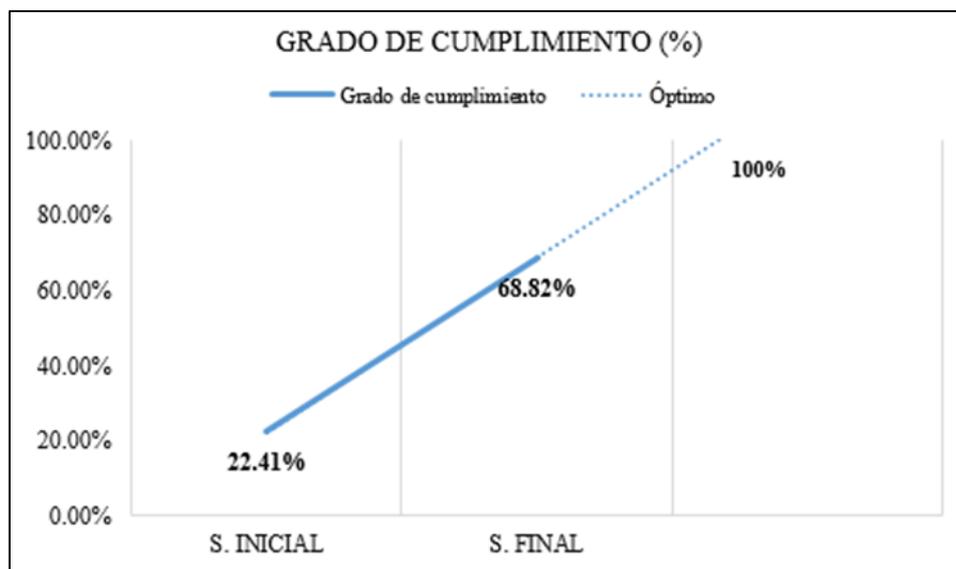


Figura 67: Grado de cumplimiento inicial y final de la Lista de Verificación

FUENTE: Elaboración Propia

En el Cuadro 22, se muestra el puntaje y el porcentaje de cumplimiento de los requisitos, siendo los requisitos 10.1 Generalidad y 10.3 Mejora Continua los que tuvieron el mayor grado de cumplimiento, con un porcentaje de 85 %, lo que quiere decir que estos requisitos se cumplieron con resultados efectivos a través de actividades programadas.

Por otro lado, el grado de cumplimiento del requisito 4.3 Determinación del alcance del Sistema de Gestión de Calidad fue el obtuvo menos porcentaje (48.75 %). Este resultado coincide con el hecho de que en el Proceso de Inscripción, no se ha establecido los límites para el Proceso de Inscripción ni las actividades a realizar para lograr la completa estandarización de los procedimientos.

En la Figura 68, se muestra el grado de cumplimiento de los capítulos de la Norma ISO 9001:2015, siendo el Capítulo 10. Mejora el que obtuvo mayor grado de cumplimiento, con un porcentaje de 81 %, lo que significa que en el Proceso de Inscripción se logró la implementación de oportunidades de mejora para cumplir los requisitos del postulante y aumentar su satisfacción.

Cuadro 22: Porcentaje de cumplimiento de la Lista de Verificación, después de la implementación

REQUISITOS	PUNTAJE	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO (%)
4.1. Comprensión de la organización y de su contexto	150	75.00%
4.2. Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	150	75.00%
4.3. Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad	195	48.75%
4.4. Sistema de gestión de la calidad y sus procesos	200	66.67%
5.1. Liderazgo y compromiso	160	80.00%
5.2. Política	155	77.50%
5.3. Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	120	60.00%
6.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades	150	75.00%
6.2. Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos	275	68.75%
6.3. Planificación de los cambios	120	60.00%
7.1. Recursos	865	66.54%
7.2. Competencia	80	80.00%
7.3. Toma de conciencia	65	65.00%
7.4. Comunicación	80	80.00%
7.5. Información documentada	240	60.00%
8.1. Planificación y control operacional	240	80.00%
8.2. Requisitos para los productos y servicios	510	72.86%
8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios	600	66.67%
8.4 Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente	625	78.13%
8.5. Producción y provisión del servicio	785	71.36%
8.6. Liberación de los producto y servicios	135	67.50%
8.7. Control de las salidas no conformes	315	63.00%
9.1. Seguimiento, medición, análisis y evaluación	380	76.00%
9.2. Auditoría interna	90	45.00%
9.3. Revisión por la dirección	205	51.25%
10.1. Generalidades	85	85.00%
10.2. No conformidad y acción correctiva	150	75.00%
10.3. Mejora continua	170	85.00%
Total		68.82%

FUENTE: Elaboración Propia

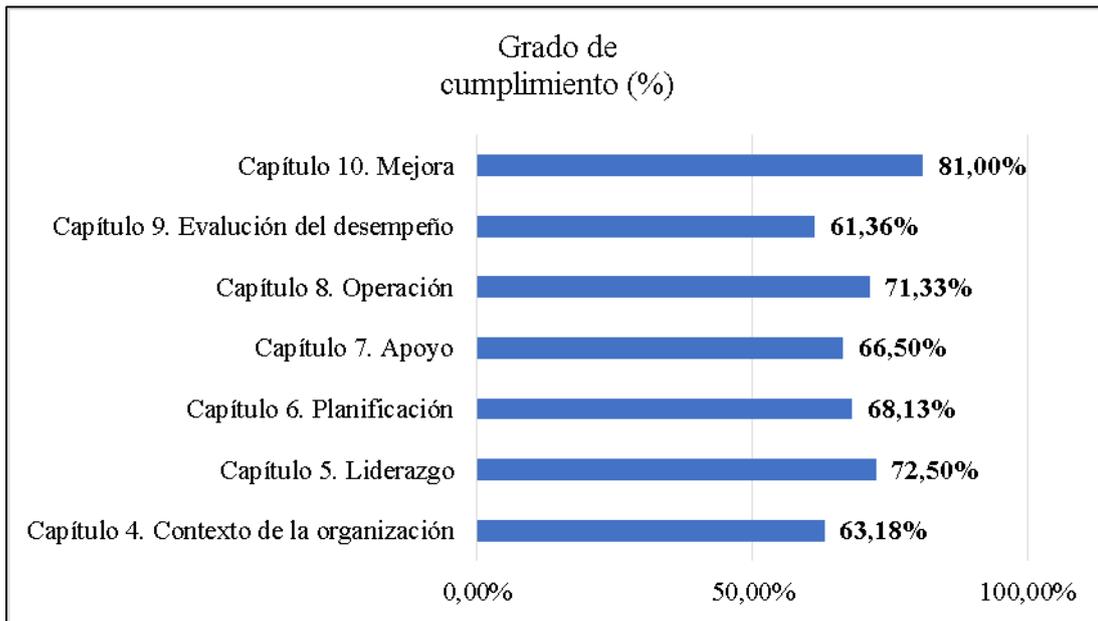


Figura 68: Grado de cumplimiento por Capítulo de la Norma, después de la implementación

FUENTE: Elaboración Propia

El capítulo de la Norma con menor grado de cumplimiento fue el Capítulo 9. Evaluación del Desempeño, y esto se debió principalmente a que el requisito 9.2 Auditoría Interna y el requisito 9.3 Revisión por la dirección son aún requisitos que se encuentran en una estandarización inicial, pues se requieren de intervalos planificados a mediano plazo para lograr su estandarización completa.

b. Satisfacción del postulante

La satisfacción del postulante se midió mediante encuestas realizadas durante la inscripción virtual, las cuales tuvieron como objetivo principal conocer la percepción de los postulantes sobre las nuevas herramientas implementadas en el Plan de Mejora: el prospecto virtual, y la pre inscripción e inscripción virtual.

La primera encuesta analizada es la realizada a los ingresantes del Concurso de Admisión 2016-II (ver Anexo 21), quienes fueron los postulantes que utilizaron por primera vez el cambio en el Proceso de Inscripción. La encuesta tuvo 12 preguntas referidas al PROSPECTO VIRTUAL, además tres de las preguntas estuvieron enfocadas en la preferencia y uso del prospecto.

Se analizaron cada una de las doce preguntas en la encuesta (ver Anexo 22), las cuales fueron aplicadas a un total de 106 ingresantes del Concurso de Admisión 2016-II, muestra que representa el 22.46 % del total de ingresantes (472 ingresantes). Se muestra a continuación los resultados de cada pregunta, y se evalúan con más detalle los resultados de la Pregunta 3, Pregunta 5, Pregunta 6 y Pregunta 9, las cuales estuvieron enfocadas a la preferencia de los postulantes y el uso del prospecto para el Proceso de Inscripción.

A. PREGUNTA 1. ¿HAZ COMPRADO ALGUNA VEZ EL PROSPECTO FÍSICO?

El objetivo de esta pregunta era conocer cuántos de los postulantes encuestados han comprado anteriormente un prospecto físico con la finalidad de participar en concursos de admisión anteriores o por conocimiento. De esta manera, pueden comparar entre el prospecto físico y el cambio a prospecto virtual.

La pregunta 1 fue de tipo cerrada dicotómica y la representación gráfica se muestra en la Figura 69, en la cual se determina que el 88.68 % de los encuestados sí han comprado el prospecto físico.



Figura 69: Porcentaje de ingresantes que han comprado alguna vez prospecto físico

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

B. PREGUNTA 2. ¿TE GUSTABA EL PROSPECTO FÍSICO?

Esta pregunta tiene como objetivo detallar la alternativa 1 de la primera pregunta, que corresponde a “Sí ha comprado alguna vez prospecto físico”, para medir a cuántos de los ingresantes les gustaba este. En la Figura 71 se representa gráficamente las respuestas a esta pregunta, donde se aprecia que al 79.25 % de los ingresantes les gustaba el prospecto físico.

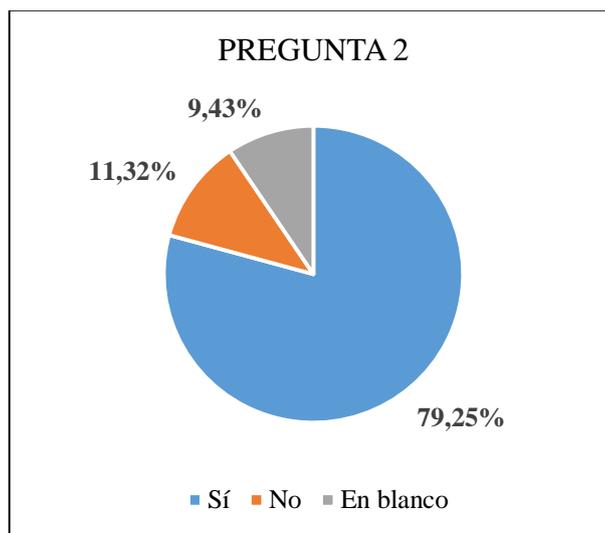


Figura 70. Porcentaje de ingresantes que les gustaba el prospecto físico

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

C. PREGUNTA 3. ENTRE PROSPECTO FÍSICO Y VIRTUAL, ¿CUÁL PREFIERES TÚ?

Esta pregunta estuvo enfocada en conocer la opinión de los ingresantes que pudieron comparar entre el prospecto físico y el prospecto virtual, cambio que se realizó en el Plan de Mejora para el Concurso de Admisión 2016 – II.

De los ingresantes encuestados, el 67.92 % prefieren el prospecto físico y entre las razones de su elección predominan la practicidad basada en expresiones como “tenerlo a la mano”, “poder llevarlo a todos lados”, “leerlo sin Internet”, entre otras. Las razones se encuentran detalladas en el Anexo 22.

Ya que el 88.68 % de ingresantes encuestados ha comprado alguna vez prospecto

físico, es consecuente que haya predilección por este. El cambio al prospecto virtual ha sido repentino pero lo esperado era que la información sea entendida por el postulante y que puedan realizar su inscripción virtual sin inconvenientes. Esto se aclara en las preguntas 6 y 9. La representación gráfica de las respuestas se muestra en la Figura 71.

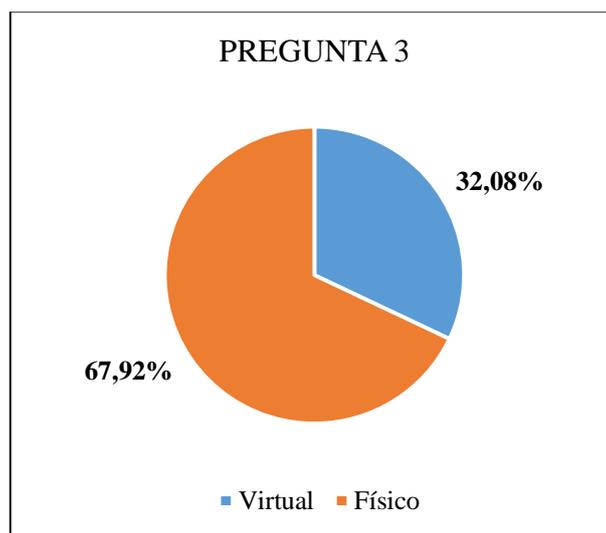


Figura 71: Porcentaje de ingresantes que prefieren el prospecto físico de admisión

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

D. PREGUNTA 4. ENTRE PROSPECTO FÍSICO Y VIRTUAL, ¿CUÁL PREFIEREN TUS PAPÁS?

Esta pregunta tiene por objetivo conocer la predilección de otra de las partes interesadas del Proceso de Inscripción, quienes son los padres de familia. Debido a que el público objetivo tiene de 16 a 23 años, económicamente este depende de los padres de familia, por tanto hay interés de su parte por conocer de qué manera está llegando la información a sus hijos para su participación en el concurso de admisión y además que están comprando por el costo del prospecto de admisión.

El 65.09 % de los padres de familia tuvieron predilección por el prospecto físico, y entre las razones más frecuentes estuvo la “facilidad para leerlo” y “no usa tecnología”, es decir, no están muy familiarizados con el uso de la página web para poder acceder rápidamente a la información del prospecto de admisión. Las razones

detalladas en el Anexo 22.

Como en el caso anterior, el cambio a prospecto virtual ha sido repentino, por lo que se entiende que la predilección sea por el prospecto físico, sin embargo lo esperado era que la información sea entendible y que el postulante y las partes interesadas, en este caso los padres de familia, no tuvieran dudas para realizar la inscripción virtual. En la Figura 72 se muestra la representación gráfica de la pregunta 4.

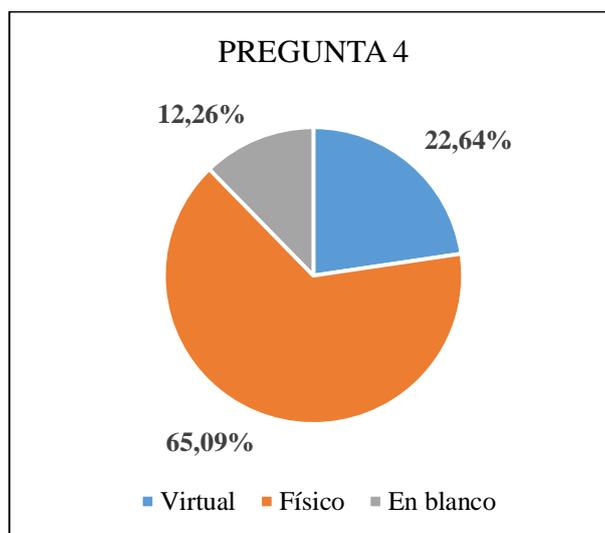


Figura 72: Porcentaje de padres de familia que prefieren el prospecto físico de admisión

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

E. PREGUNTA 5. ¿CUÁNTO LEÍSTE DEL PROSPECTO VIRTUAL?

Esta pregunta tuvo por objetivo conocer cuánto del prospecto fue leído por los postulantes, considerando que al menos el 25 % del prospecto virtual contenía información relevante para el proceso de inscripción. Esta información era referida a los pagos por derecho de admisión y los pasos para realizar la inscripción virtual.

El 81.13 % de los ingresantes encuestados leyeron al menos el 25 % de información contenida en el prospecto virtual, lo que fue positivo ya que en su mayoría los postulantes estaban enterados de cómo realizar la inscripción virtual y cuáles eran las indicaciones para el día del Examen de Admisión. La representación gráfica de la

pregunta 5 se muestra en la Figura 73.

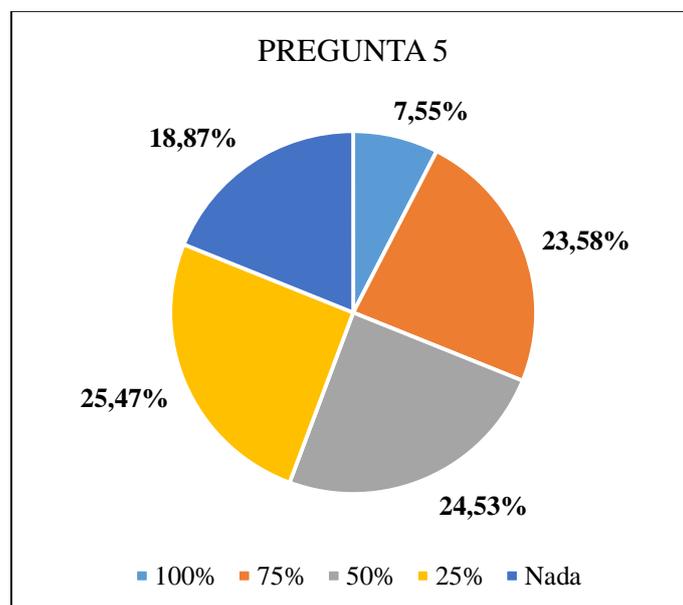


Figura 73: Porcentaje de información leída del prospecto virtual, por el postulante

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

F. PREGUNTA 6. ¿ENTENDISTE LA INFORMACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL?

Esta pregunta tuvo como objetivo conocer si los postulantes entendieron la información del prospecto virtual, ya que este contenía lo necesario para que pudieran realizar su inscripción virtual sin problemas, además de las indicaciones para el día del examen de admisión y si alcanzaban una vacante de ingreso.

Además, la pregunta se enfocó en conocer si el postulante se sintió satisfecho o no con la calidad de la información del prospecto virtual, y como se muestra en la Figura 72, el 51.89 % de los encuestados respondió que sí entendieron la información del prospecto virtual y la razón resaltante es que “resultó didáctico”; sin embargo, el 42.45 % (casi la mitad) respondieron que no lo entendieron.

Por tanto, se deduce que el cambio realizado en el prospecto de admisión no ha sido del todo satisfactorio para los postulantes en cuanto a entendimiento de la

información, y las razones más resaltantes fueron que “era algo nuevo” y que “la organización de la información era confusa”. El detalle de estas, se muestran en el Anexo 22.

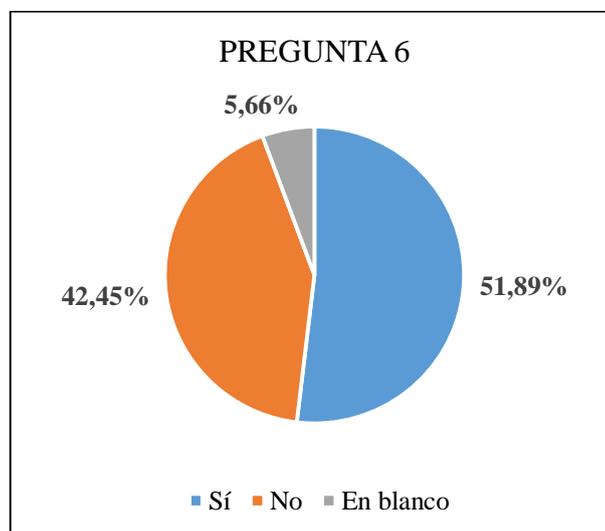


Figura 74: Porcentaje de encuestados que entendieron la información del prospecto virtual

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).
Elaboración Propia

G. PREGUNTA 7. ¿QUÉ INFORMACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL TE GUSTÓ MÁS?

Esta pregunta fue de tipo abierta y tuvo por objetivo conocer la opinión del postulante en referencia a la sección que más fue de agrado en el prospecto virtual. La respuesta más repetitiva fue la información sobre las carreras universitarias, la cual no está necesariamente ligada al proceso de inscripción virtual. Sin embargo, la segunda respuesta más repetitiva fue sobre el proceso de admisión y los pasos a seguir. Esta información si estaba directamente relacionada con el proceso de inscripción, ya que mostraba los pasos a seguir para participar del Concurso de Admisión.

Las respuestas de la pregunta se encuentran en el Anexo 22 y la representación gráfica mostrada en la Figura 75 hace referencia a la cantidad de preguntas que fueron respondidas y cuantas quedaron en blanco. El 67.92 % de los encuestados dieron una respuesta para conocer qué información del prospecto fue más de su agrado.

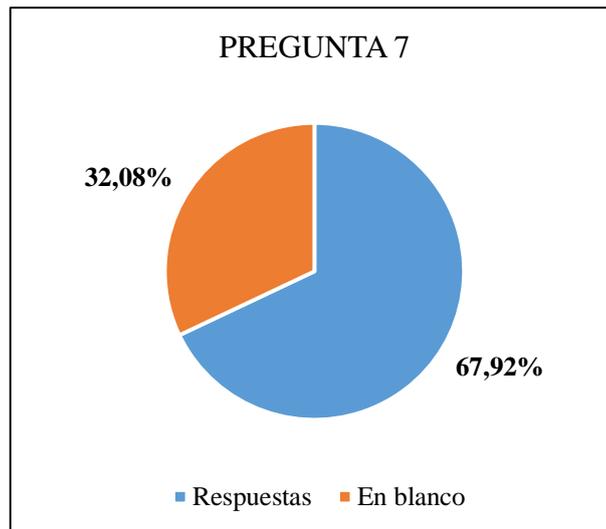


Figura 75: Porcentaje de respuestas a la pregunta 7

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

H. PREGUNTA 8. ¿QUÉ INFORMACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL TE FUE ÚTIL PARA POSTULAR?

Esta pregunta, al igual que la anterior, es abierta y tenía por objetivo conocer que información le fue útil al postulante para que pueda postular, es decir la información relacionada a los requisitos necesarios para postular por Concurso Ordinario y Otras Modalidades, y los pasos para realizar la pre inscripción e inscripción virtual.

Las respuestas fueron variadas por lo que no se obtuvo una resaltante que defina qué información le fue más útil al postulante. En la Figura 76 se muestra la representación gráfica de la pregunta, donde el 68.87 % de los encuestados brindaron una respuesta, mientras que el 31.13 % la dejaron en blanco.

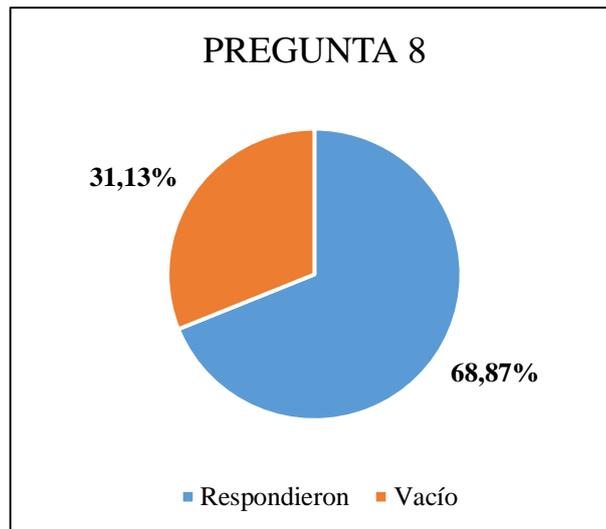


Figura 76: Porcentaje de respuestas a la pregunta 8

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

I. PREGUNTA 9. ¿TE FUERON CLAROS LOS PASOS DE LA TARJETA DE ACCESO QUE CONTENÍA EL SOBRE DEL PROSPECTO VIRTUAL?

Esta pregunta, al igual que las preguntas 3 y 6, tenía por objetivo conocer la satisfacción del postulante, con respecto a la tarjeta de prospecto que se adquiría en los puntos de venta de TELETICKET. Esta tarjeta, contenía el código de registro con el que el postulante iniciaba su inscripción virtual en la página web www.carrerasqueapasionan.com. La tarjeta se muestra en la Figura 48.

En la representación gráfica de la pregunta, en la Figura 77, se muestra que el 54.72 % respondió que sí y la razón más repetitiva fue que “eran entendibles los pasos”. Sin embargo el 31.13 % de los encuestados que respondieron que no, indicaron como razón más repetitiva que “era confuso”. Por lo tanto, una gran parte de los postulantes quedaron confundidos respecto a los pasos a seguir, los cuales eran importantes para iniciar el proceso de inscripción para el Concurso de Admisión 2016 – II.

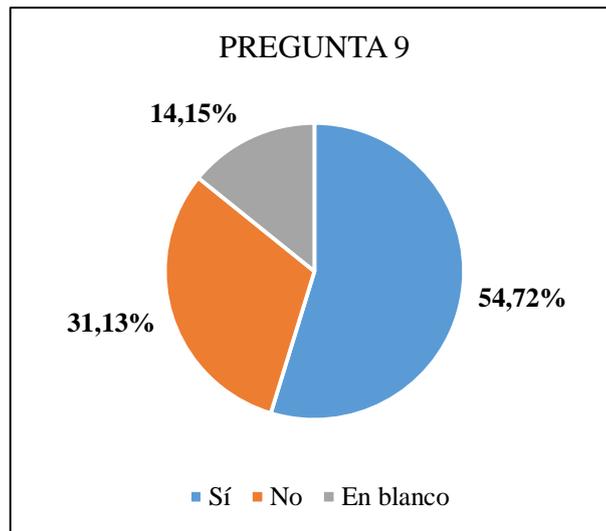


Figura 77: Porcentaje de los ingresantes encuestados que tuvieron claros los pasos de la tarjeta de prospecto

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

J. PREGUNTA 10. ¿QUIÉN COMPRÓ EN TELETICKET TU SOBRE DE ACCESO AL PROSPECTO VIRTUAL?

Esta pregunta tuvo por objetivo conocer principalmente si es el mismo postulante el que compra el prospecto de admisión, de tal manera que resultaría más sencillo hacer llegar los cambios del mismo, ya que el postulante es la principal parte interesada en conocer la información que está contenida en él.

En la representación gráfica mostrada en la Figura 78, el 47.17 % de los encuestados respondieron que son ellos mismos quienes compran el prospecto de admisión en los puntos de TELETICKET, por tanto es bastante viable poder ofrecer los cambios con mayor sencillez. Sin embargo, los padres de familia, también parte interesada del proceso de inscripción, representan también un porcentaje considerable de 29.25 %.

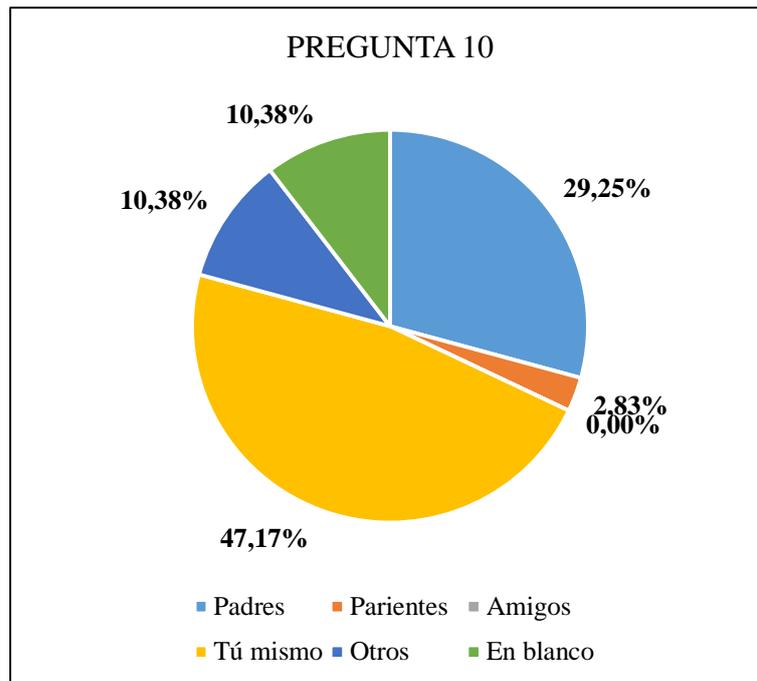


Figura 78: Persona que adquirió el prospecto de admisión virtual

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

K. PREGUNTA 11. ¿DÓNDE TE GUSTARÍA ADQUIRIR EL ACCESO AL PROSPECTO VIRTUAL?

El objetivo de esta pregunta era conocer indirectamente si era necesario contar con el proveedor TELETICKET para realizar la venta de los prospectos de admisión. En la representación gráfica de la pregunta, en la Figura 79, se muestra que el 31.13 % de los encuestados preferirían adquirirlo en TELETICKET, sin embargo este porcentaje no representa ni la mitad de los encuestados.

Por otro lado, la pregunta tiene la alternativa f: “prefiero tener el prospecto en físico”, la cual distorsiona el objetivo de la pregunta, ya que no ofrece un lugar sino por el contrario, una preferencia, ocasionando así que el 24.53 % de los encuestados elijan esta opción. Este porcentaje reafirma la preferencia del prospecto físico sobre el prospecto virtual.

Es preciso aclarar que la alternativa c: “virtual”, hace referencia a realizar la compra del prospecto virtual, por Internet y el porcentaje de encuestados que eligen esta

opción es solo del 9.43%.

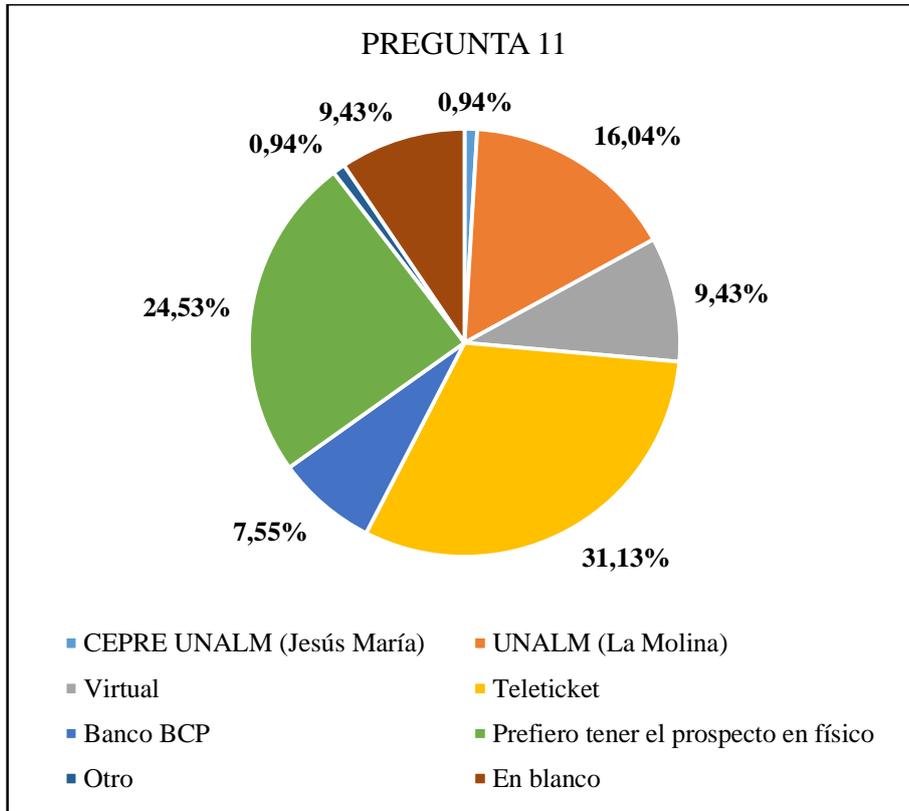


Figura 79: Lugar de preferencia para adquirir el prospecto de admisión virtual

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

L. PREGUNTA 12. ADEMÁS DE TU PROSPECTO VIRTUAL, ¿QUÉ OTRO PRODUCTO TE GUSTARÍA PARA COMPLEMENTAR TU PROSPECTO? PUEDES MARCAR MÁS DE UNA OPCIÓN

Esta pregunta era de elección múltiple y tenía por objetivo ofrecerle al postulante opciones que complementen el prospecto de admisión virtual, de tal manera que en el proceso de mejora continua se pueda ir implementando más opciones que aumenten la satisfacción del postulante.

En la representación gráfica de la pregunta, en la Figura 80, se muestra que el 35.85 % de los encuestados opinaron que un examen de admisión virtual sería un buen complemento para el prospecto virtual. En segundo lugar, con un 25.47 % de respuestas un PDF descargable de la información más importante; y en tercer lugar,

el 24.53 % opinó que un tutorial del prospecto en la página web. La primera opción elegida, demuestra que la interacción es importante para el postulante, mientras que la segunda y tercera, demuestran que el postulante desea tener más claridad en la información brindada en el prospecto de admisión virtual.

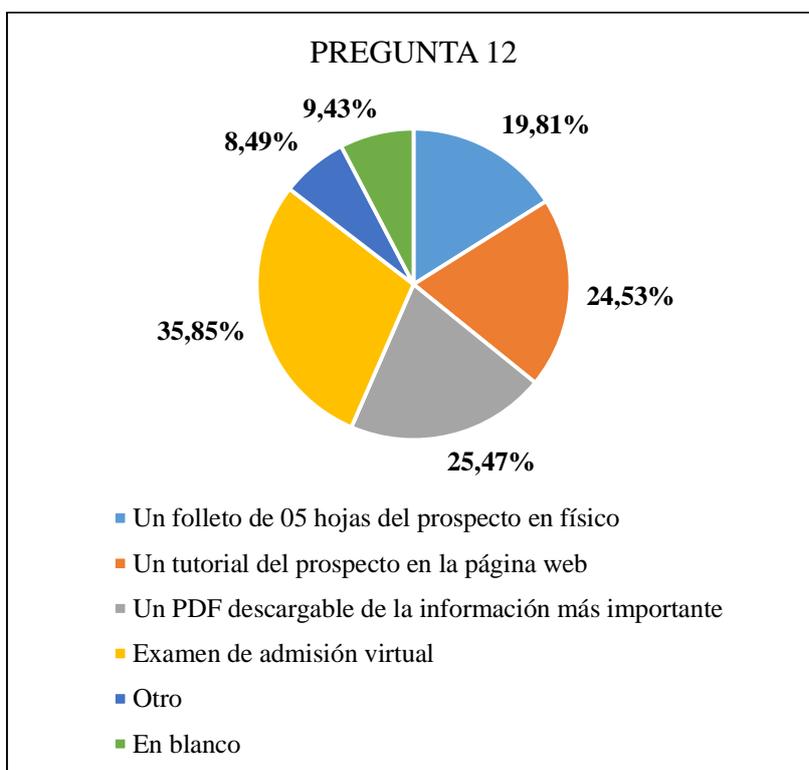


Figura 80: Opciones de complemento del prospecto de admisión virtual

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

La segunda encuesta analizada fue la que se les realizó a los postulantes del Concurso de Admisión 2017-II durante la inscripción virtual, esta tuvo por objetivo obtener información del postulante para dos de los procesos del CAP: Promoción e Inscripción. La encuesta se muestra en el Anexo 23, y consta de 20 preguntas, de las cuales ocho preguntas están enfocadas en el primer proceso y seis enfocadas al Proceso de Inscripción. Esta encuesta ha sido tomada un año después de la implementación del Plan de Mejora propuesto en el presente trabajo académico, y la finalidad de la evaluación es conocer como mejoró la satisfacción del postulante con respecto a las herramientas principales para el Proceso de Inscripción en los últimos dos semestres, ya que las oportunidades de mejoras implementadas han pasado

también por un proceso de mejora continua.

Las preguntas 1, 8, 9, 10, 11 y 14 son las preguntas referentes al Proceso de inscripción, las cuales tuvieron por objetivo obtener información sobre el PROSPECTO VIRTUAL e INSCRIPCIÓN VIRTUAL. El procesamiento de las estadísticas es realizado por el SIP, por lo que cada pregunta esta evaluada en base a la cantidad de respuestas obtenidas. El análisis de la encuesta se muestra en el Anexo 24. A continuación se muestra el resultado de las seis preguntas mencionadas.

A. PREGUNTA 1. ¿EL CENTRO DE ADMISIÓN-UNALM TE BRINDÓ INFORMACIÓN NECESARIA PARA REALIZAR EXITOSAMENTE LA INSCRIPCIÓN?

Esta pregunta tenía por objetivo conocer si el postulante ha sido correctamente informado para realizar su inscripción al concurso de admisión, mediante el prospecto de admisión y los medios de difusión utilizados. La pregunta 1 obtuvo 1,353 respuestas y en la Figura 81 se muestra la representación gráfica de estas, donde el 88.40 % de los postulantes respondieron que si se les brindó la información necesaria para su inscripción.



Figura 81: Representación gráfica de las respuestas de la Pregunta 1

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2017).

Elaboración Propia

B. PREGUNTA 9. ¿TE GUSTÓ LA NUEVA FORMA DE INSCRIPCIÓN?

Esta pregunta tuvo por objetivo conocer si la nueva forma de inscripción virtual fue aceptada por el postulante. Para el Proceso de Inscripción del Concurso de Admisión 2017-II, se realizaron cambios en la presentación y acceso a la inscripción virtual; sin embargo, se mantiene el contexto de las mejoras implementada en el presente trabajo académico, realizada en el Concurso de Admisión 2016 – II.

Se obtuvieron 1,205 respuestas y el 93.53 % respondió de forma positiva (ver Figura 82), es decir que los postulantes estuvieron a gusto con la nueva forma de inscripción. Sin embargo dentro de las razones de porque no les gustó la forma de inscripción aún hubieron razones como “muy complicado”, “no hay prospecto físico”, “falta información”. Es decir que siguen habiendo postulantes insatisfechos y mejoras que realizar al Proceso de Inscripción.



Figura 82: Representación gráfica de las respuesta de la Pregunta 9

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2017).

Elaboración Propia

C. PREGUNTA 10. ¿CUÁNTO TIEMPO TE DEMORÓ LA INSCRIPCIÓN?

El objetivo de la pregunta es comprobar la eficiencia del SIP, pues en los resultados de la implementación de la oportunidad de mejora, se indicó que la inscripción virtual se redujo a 15 minutos por postulante utilizando la nueva forma, mediante las mejoras

en el SIP y la creación de la página web www.carrerasqueapasionan.pe.

La pregunta 10 fue de tipo abierta y se obtuvieron 1189 respuestas, las cuales se encuentran detalladas en el Anexo 24; sin embargo en el análisis se pudieron agrupar las respuestas en 6 grupos: a) hasta 15 min, b) hasta 30 min, c) hasta 45min, d) hasta 1 hora, e) más de 1 hora, f) otros. Esta última opción se refiere a respuestas que no definen un tiempo exacto, las respuestas varían entre “pocos minutos”, “no recuerdo”, “varios días”, etc.

En la Figura 83, se muestra la representación gráfica de las respuestas, donde el 32.72 % de los encuestados respondió que les tomó hasta 15 min realizar su inscripción virtual y el 18.50 % hasta 30 min. Sin embargo, ya que la respuesta es de tipo abierta, las respuestas que se encuentran en la alternativa e) más de 1 hora y f) otros distorsionan información que se pudo haber obtenido de la pregunta.

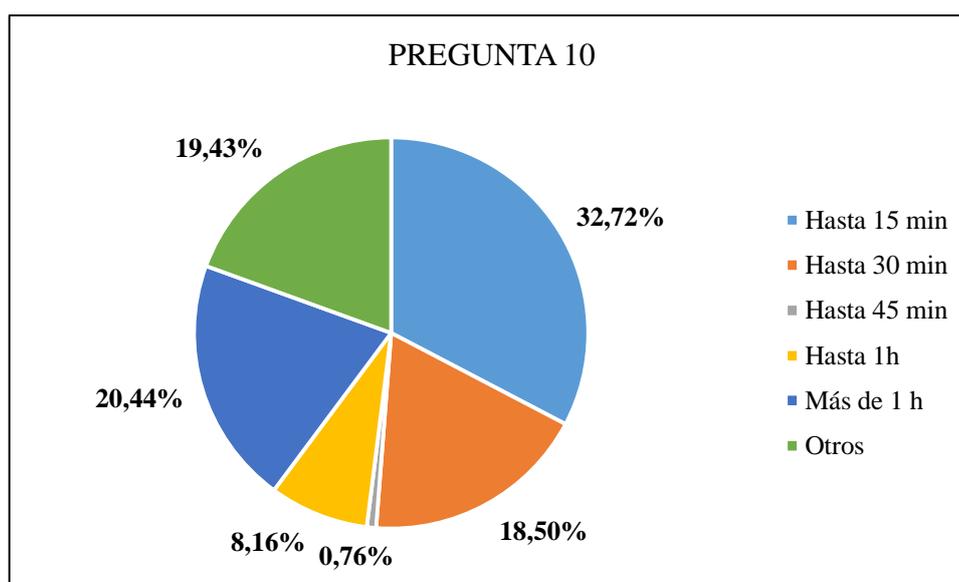


Figura 83: Representación gráfica de las respuestas de la Pregunta 10

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2017).

Elaboración Propia

Ya que el objetivo de la pregunta era conocer el tiempo que le toma al postulante realizar la inscripción virtual, el haber formulado la pregunta de forma abierta ocasiona que se pierda información, por otro lado, al no especificar “inscripción virtual”, el postulante puede tomar la posición que desee, por ejemplo contabilizar el

tiempo que le demoró realizar el pago por derecho de admisión en el BCP, el tiempo que empleó en la oficina del CAP entregando su documentación si postuló por Otras Modalidades, entre otras.

Para poder comprobar la eficiencia del SIP respecto al tiempo que emplearía el postulante al momento de la inscripción virtual, se recomienda que la pregunta sea ¿cuánto tiempo te demoró la inscripción virtual, sin considerar el tiempo invertido en la plataforma de pago?, además que la respuesta sea cerrada de elección múltiple, donde se indiquen los rangos de tiempo promedio que emplearía el postulante al realizar la inscripción.

D. PREGUNTA 11. ¿NECESITASTE AYUDA PARA INSCRIBIRTE?

El objetivo de esta pregunta era conocer si el proceso de inscripción fue sencillo de realizar para el postulante o en todo caso sea el CAP quien le brinde la información que le hace falta o le aclare la que ya tiene, con la finalidad de ir mejorando cada vez más la inscripción virtual.

En la representación gráfica de las respuestas (ver Figura 84), se muestra que el 65.55 % de los encuestados NO necesitaron ayuda para inscribirse, por lo que se entiende que la información fue clara y la inscripción virtual sencilla. Para el 34.45 % de los encuestados que respondieron que SÍ necesitaron ayuda, se les añadió las respuestas de elección múltiple para conocer de quien obtuvieron la ayuda. El 28.95 % respondió que llamó al CAP, el 27.74 % que la ayuda la recibieron de sus padres o familiares y en tercer lugar, el 21.17 % recibieron ayuda de sus amigos.

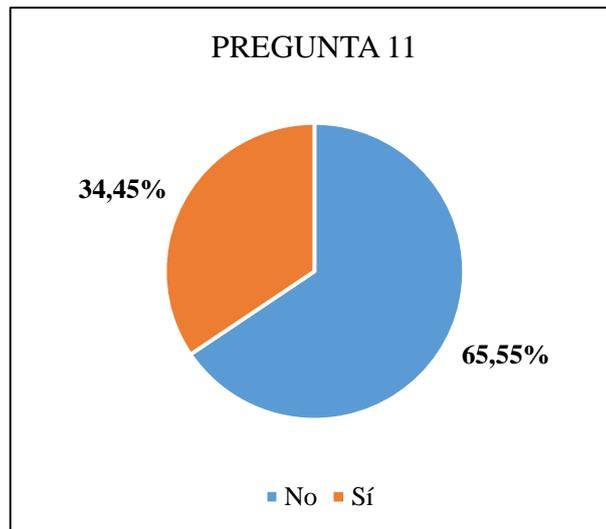


Figura 84: Representación gráfica de las respuesta de la Pregunta 11

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2017).

Elaboración Propia

Las preguntas 8, 9 y 10 se encuentran asociadas ya que buscaban conocer si el postulante está satisfecho con la inscripción virtual. Las preguntas 8 y 10 comprueban que es así, y debido a la incorrecta formulación de la pregunta 9, no se puede demostrar realmente la eficiencia en cuanto a tiempo, sin embargo al menos el 51.22 % de los postulantes aseguran que el tiempo no es mayor a 30 min.

E. PREGUNTA 12. ENTRE EL PROSPECTO FÍSICO Y VIRTUAL, ¿CUÁL ELIGES?

Esta pregunta fue realizada nuevamente a los postulantes del Concurso de Admisión 2017-II, con la finalidad de conocer cuánto creció la aprobación del prospecto virtual. El análisis realizado a esta pregunta permitió comprobar que la aceptación en los postulantes va en aumento.

Se obtuvieron 1194 respuestas, de las cuales el 59.05 % fueron preferencia por el prospecto virtual. En la Figura 85, se muestra la representación gráfica de las respuestas.

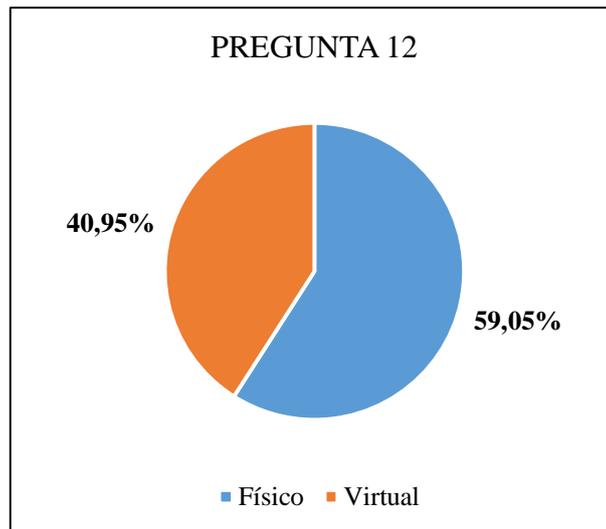


Figura 85: Representación gráfica de las respuestas de la Pregunta 12

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2017).

Elaboración Propia

F. PREGUNTA 15. EN LÍNEAS GENERALES, EN UNA ESCALA DE EVALUACIÓN DEL 1 AL 5, DONDE 1 SIGNIFICARÍA “TOTALMENTE INSATISFECHO” Y 5 “TOTALMENTE SATISFECHO”, ¿CÓMO CALIFICARÍAS ESTE PROCESO DE INSCRIPCIÓN?

Esta pregunta tuvo por objetivo conocer la satisfacción del postulante frente al Proceso de Inscripción del Concurso de Admisión 2017-II; sin embargo, a pesar de que se utilizó una pregunta tipo cerrada con escala numérica, del 1 al 5, donde 1 fue la menor expresión de satisfacción y 5 la máxima, la pregunta formulada hacía referencia a la calificación del proceso de inscripción, mas no a la sensación frente a él.

Por tanto, una forma diferente de haberla formulado sería: De acuerdo a tu experiencia, ¿qué tan satisfecho estás con el proceso de inscripción?, de esta forma la escala del 1 al 5 utilizada respondería correctamente la pregunta. O en su defecto, las respuestas pudieron haber tenido una escala de 1 al 5, donde 1 es la menor expresión de aceptación y 5 la máxima, es decir donde 1 significaría “muy malo” y 5 significaría “muy bueno”, y así la pregunta hubiese sido correcta. De los 1194 resultados obtenidos, el 49.66 % de los encuestados se sintieron “satisfechos” y el 28.22 % “totalmente satisfechos”, es decir que al menos el 77.88 % de los encuestados se sintieron satisfechos con el proceso de inscripción en el Concurso de Admisión 2017-II. La representación gráfica

de las respuestas se muestra en la Figura 86.

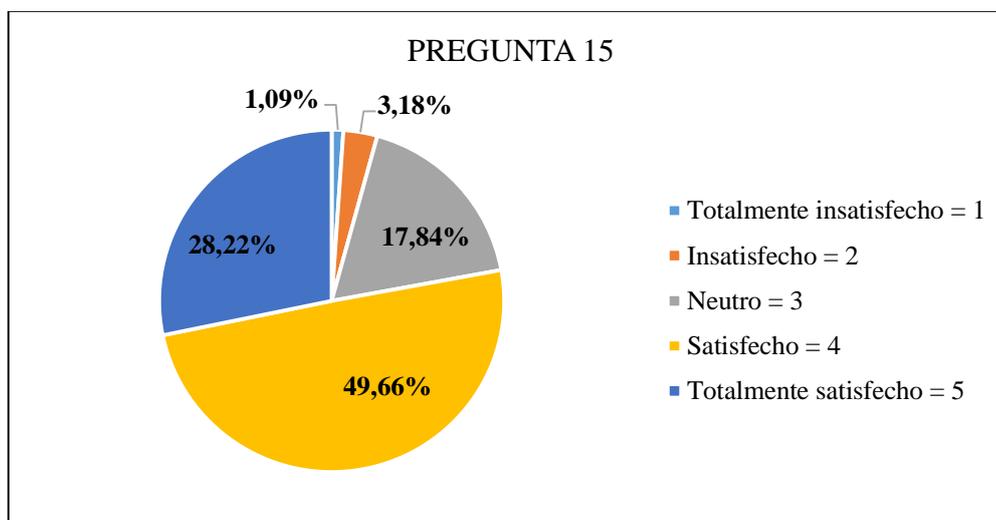


Figura 86: Representación de las respuestas de la Pregunta 15

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2017).

Elaboración Propia

Después de analizar ambas encuestas referentes a las herramientas del Proceso de Inscripción, se puede observar que la satisfacción y aceptación del postulante frente a las oportunidades de mejora implementadas, va en aumento. La inscripción virtual ha sido más aceptada que el prospecto de admisión virtual, sin embargo con el proceso de mejora continua se realiza mejoras constantes para que la interacción del postulante y el prospecto virtual adquiera mayor fuerza.

c. Número de postulantes en el concurso de admisión

El número de postulantes es un indicador directo del Proceso de Promoción del CAP; sin embargo, se relaciona con el Proceso de Inscripción debido a que las estrategias que se aplican para la difusión del Concurso de Admisión son realizadas dentro de él; es decir, las actividades de difusión del calendario de admisión, vacantes del concurso, modalidades de ingreso, indicaciones para la inscripción virtual e interacción con el postulante mediante solución de dudas.

Un postulante potencial bien informado puede convertirse en un postulante del Concurso de Admisión, por tanto las oportunidades de mejora implementadas tienen

impacto en el aumento de ellos. En la Figura 87, se muestra el total de postulantes de los concursos de admisión desde el año 2014 hasta el 2017 para ambos semestres y para las modalidades de Concurso Ordinario y Otras Modalidades. Se han considerado los postulantes del año 2017 para evidenciar la tendencia de crecimiento en los postulantes después de la implementación del Plan de Mejora.

La implementación del Plan de Mejora se realizó en el Concurso de Admisión 2016-II, y dio como resultado 2,263 postulantes. El aumento en los postulantes se ha evidenciado en el último año, alcanzando 5,574 postulantes para ambos semestres, esto debido a la mejora continua del Plan de Mejora y las nuevas oportunidades que se han implementado, como la creación de nuevas modalidades de ingreso, cambios en la inscripción virtual, en la interacción con los postulantes, entre otras.

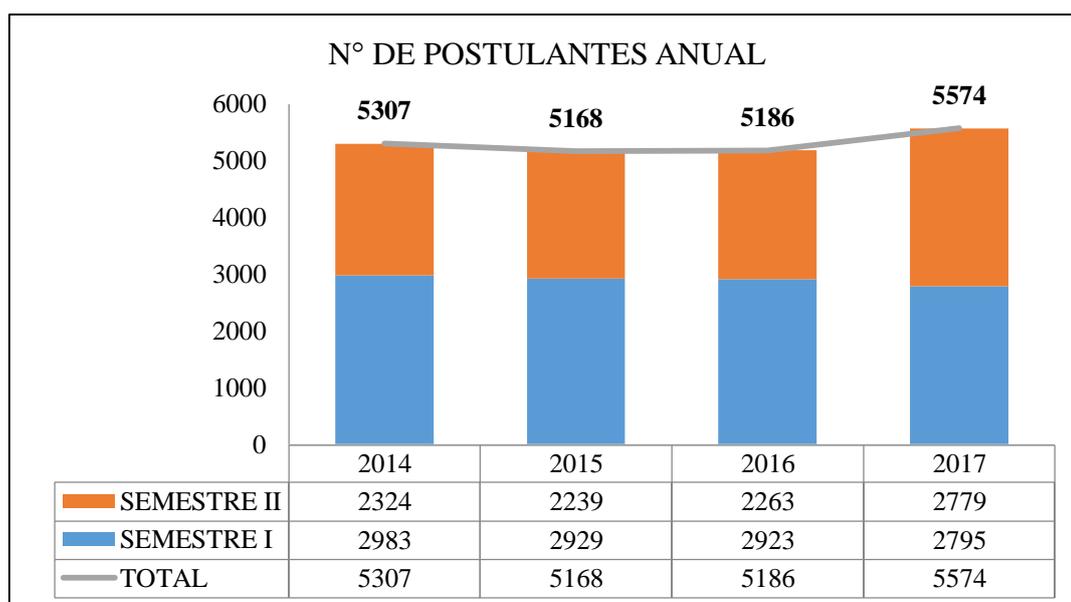


Figura 87: N° de postulantes anual 2014-2017

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2017).

Elaboración Propia

4.4.3. Costo de la mejora del proceso

La implementación de oportunidades de mejora basada en la ISO 9001:2015 para el Proceso de Inscripción, se realizó durante un periodo de cuatro meses y estuvo a cargo de los equipos

de trabajo formados con el personal del CAP, el equipo de apoyo y los proveedores contratados.

La inversión final, la cual no incluye la creación del Manual de Calidad del Proceso de Inscripción ni la creación del Manual de Procedimientos del Proceso de Inscripción, asciende a S/ 330,966.78 soles. El costo detallado de la implementación se muestra en el Cuadro 23. Las oportunidades de mejora relacionadas con Sistemas y Publicidad, que fueron realizadas en conjunto con los proveedores Agos Comunicaciones, Albatross Cloud y RENIEC, fueron las de mayor costo; sin embargo, para los siguientes Concursos de Admisión, los costos serán por mantenimiento y/o mejora, es decir, son considerados inversión a largo plazo. Asimismo, se incluye el costo del Proveedor de Impresión, quien estuvo a cargo de la impresión de los medios de publicidad como vinilos para los buses de la UNALM, banners para el campus y las Tarjetas de Prospecto de Admisión entregadas a TELETICKET para su venta.

Cuadro 23: Costo total para la implementación de oportunidades de mejora basadas en la ISO 9001: 2015 para el Proceso de Inscripción del CAP

ITEM	PROVEEDOR	DETALLE	COSTO (S/)
1	Agos Comunicaciones	Creación de página web Creación de prospecto virtual Sistema de pre inscripción Publicidad ATL Redes Sociales Medios de comunicación (Radio/Prensa) Material fotográfico y videos	293,953.78
2	Albatross Cloud	Renovación del SIP y los módulos de operaciones	23,600.00
3	RENIEC	Servicio de Verificación Biométrica para verificación de identidad de postulantes	4,313.00
4	Imprenta	Tarjetas de prospecto Banners de publicidad Vinilo de buses UNALM	9,100.00
COSTO TOTAL (S/)			330,966.78

FUENTE: Elaboración Propia

V. CONCLUSIONES

1. El plan de mejora para el proceso inscripción del CAP permitió que se redujeran los procedimientos tradicionales, aumentara el grado de cumplimiento de los requisitos según la Norma ISO 9001:2015 y con esto, aumentará el grado de satisfacción del postulante en comparación a la forma tradicional de realizar la inscripción para el examen de admisión.
2. La descripción del contexto organizacional del CAP dio a conocer la imagen actual que tiene el proceso de inscripción frente al postulante y la competencia directa, con esta información se pudo aplicar las nuevas estrategias referentes a la forma de inscripción y la publicidad para poder llegar al postulante.
3. Los puntos críticos identificados en el proceso de inscripción determinaron cuales eran las actividades que se realizaban sin objetivos definidos, que el tiempo empleado en el proceso era muy extenso y que el trabajo manual generaba sobrecosto, principalmente en los procedimientos de inscripción de postulantes de otras modalidades y en la habilitación y seguimientos del prospecto de admisión y el sistema de inscripción virtual.
4. La situación inicial del proceso de inscripción evaluada principalmente con la lista de verificación en base a la Norma ISO 9001:2015 dio como resultado que el grado de cumplimiento de los requisitos eran desarrollados parcialmente, con un porcentaje de 22.44 %, además se identificaron 19 problemas, siendo el principal: “no se garantiza el cumplimiento de las expectativas del postulante durante el proceso de inscripción”.
5. Se determinaron 14 oportunidades de mejora las cuales fueron planificadas y realizadas por 4 equipos de trabajo, siendo las oportunidades del Equipo de Sistemas las relacionadas a la renovación del prospecto de admisión y el sistema de inscripción virtual, siendo estas herramientas las más importantes para el postulante. El equipo de administración, documentación del proceso y publicidad del mismo también tuvieron impacto significativo en los cambios internos y externos del proceso de inscripción.

VI. RECOMENDACIONES

1. Mejorar continuamente el plan de mejora basada en la Norma ISO 9001:2015, que incluye el manual de calidad y el manual de procedimientos propuestos en los anexos 16 y 17, a fin de asegurar el mayor grado de cumplimiento de los requisitos para el proceso de inscripción del CAP.
2. Realizar estudios de mercado a fin de identificar factores internos relacionados con la forma de llevar a cabo el proceso de inscripción y factores externos, como conocer siempre las necesidades del postulante y las estrategias de la competencia directa.
3. Continuar y mejorar las oportunidades implementadas en el plan de mejora a fin de que los recursos empleados para llevar a cabo el proceso de inscripción sean manejados eficazmente y a la vez aumentar el desempeño del mismo.
4. Capacitar al personal permanente y equipo del CAP en temas relacionados a gestión de procesos, de tal manera que puedan aplicar estrategias que cumplan los requisitos y mejores las oportunidades ya implementadas en el proceso de inscripción.
5. Implementar un proceso de mejora según los requerimientos de la Norma ISO 9001:2015 a fin de que el proceso de inscripción sea mejorado y renovado en un promedio de cada dos años, según varíen las necesidades de postulantes y los cambios del contexto del CAP.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- American Society for Quality. 2016. Glosario de Calidad. (en línea). Consultado 1 abr. 2016. Disponible en <http://asq.org/glossary/q.html>.
- Arata, A. 2009. Ingeniería y Gestión de la Confiabilidad Operacional en Plantas Industriales. Aplicación a la Plataforma R-MES. Primera Edición. RIL Editores. Santiago de Chile, Chile. 442 p.
- Asamblea Nacional de Rectores. 2000. Hacia un lexicón universitario. Primera Edición. Editorial Imprenta Unión. Lima – Perú.
- Asamblea Nacional de Rectores. 2001. Hacia un Sistema de Normas Académicas de Gestión de la Calidad. Editorial Imprenta Unión. Lima – Perú.
- Asamblea Nacional de Rectores. 2010. Datos estadísticos universitarios. Dirección de Estadística. (en línea). Consultado 25 mar. 2017. Disponible en http://censos.inei.gob.pe/cenaun/redatam_inei/doc/ESTADISTICA_UNIVERSITARIAS.pdf.
- Banco Wiese Sudameris. 2003. Determinantes de la oferta y la demanda en colegios privados y universidades. Oportunidades y riesgos para el largo plazo. Lima – Perú.
- Bonilla, E.; Díaz, B.; Kleeberg, F.; Noriega, M. 2010. Mejora Continua de los Procesos. Herramientas y técnicas. Primera Edición. Fondo Editorial – Universidad de Lima. Lima – Perú.
- Calidad & Gestión. 2010. El trabajo en equipo y los Sistemas de Gestión. (en línea). Consultado 30 oct. 2016. Disponible en http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/60_trabajo_en_equipo_y_sistemas_de_gestion.html.
- Camisón, C.; Cruz, S.; González, T. 2007. Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Ed. Pearson Educación. Madrid – España.
- Carpio, A. 2015. Gestión de Calidad Total. Publicado por Programa de Especialización en Gestión de Calidad Total y Productividad – Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima- Perú.
- Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina. 2017. Base de datos 2016-2017.

- Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina. 2016. Prospecto de Admisión 2016 – I. Editora Imprenta RÍOS S.A.C. Lima, Perú.
- Delgado, F. 2004. Informe sobre Educación Superior Universitaria. Lima, Perú. IESALC. p. 59. (en línea). Consultado 21 abr 2017. Disponible en http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_fabrik&view=details&formid=2&rowid=45&lang=es.
- Díaz, JJ. 2008. Educación superior en el Perú: tendencias de la demanda y oferta. (en línea). Consultado 20 mar. 2017. Disponible en <http://www.grade.org.pe/upload/publicaciones/archivo/download/pubs/analisis2.pdf>
- Gestión. 2014. El número de universidades en el Perú se duplicó en solo 13 años. (en línea). Diario Gestión. Consultado 3 mar. 2017. Disponible en <https://gestion.pe/economia/numero-universidades-peru-duplico-13-anos-64883>.
- Gutiérrez, A. 2014. Fortalecimiento Universitario a través de Certificación con Norma ISO 9001: Implicancias y Repercusiones. Revista de la Facultad de Ciencias Contables. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Vol. 22. N° 41. Pp. 147-153. Lima – Perú.
- Gutiérrez, H. 2014. Calidad y Productividad. Cuarta Edición. Editorial Mc Graw – Hill Editores S.A. México – México.
- Hernández, M. 2012. Administración de empresas. Ediciones Pirámide. Madrid – España.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. 2011. II Censo Nacional Universitario 2010. Principales Resultados. (en línea). Consultado 03 mar. 2017. Disponible en <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/865>.
- ISO 9000. 2005. Sistemas de Gestión de la Calidad – Fundamentos y vocabulario. Traducción certificada al español. Suiza.
- ISO 9000. 2015. Sistemas de Gestión de la Calidad – Fundamentos y vocabulario. Versión en español. Traducción certificada. Preparado por el C.O. Gestión de Calidad y Productividad UNALM.
- ISO 9001. 2015. Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos. Versión en español. Traducción certificada. Preparado por el C.O. Gestión de Calidad y Auditoría Ambiental UNALM.
- Ley N° 30220. Ley Universitaria. Congreso de la República. Poder Legislativo, Lima, Perú, julio de 2014.
- Luján, H.; Zapata, M. 1988. La Educación Superior en Perú. Caracas, Venezuela.

- CRESALAC-UNESCO. p. 153. (en línea). Consultado 21 abr 2017. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000847/084757so.pdf>.
- Nava, H. 2004. Experiencias de la Universidad Nacional Agraria La Molina en la administración de pruebas de admisión. In Seminario “Evaluación de la Calidad de las Pruebas de Admisión en la Universidad Peruana” (2004, Lima, PE). Calidad de las Pruebas de Admisión en la Universidad Peruana. Ed. L. Piscocoya. P. 107-125.
 - Marcelino, M. y Ramírez, D. 2012. Administración de la calidad: nuevas perspectivas. Primera Edición. Grupo Editorial PATRIA. México – México.
 - Ministerio del Ambiente. 2016. Red Ambiental Interuniversitaria – Interuniversia Perú RAI. (en línea). Consultado 18 may 2017. Disponible en <http://www.minam.gob.pe/educacion/red-ambiental-interuniversitaria-interuniversia-peru-rai/>.
 - Pereiro, J. 2008. La satisfacción del cliente en ISO 9001. (en línea). Consultado 31 oct. 2016. Disponible en http://www.portalcalidad.com/articulos/71-la_satisfaccion_del_cliente_iso_9001.
 - Pérez, JA. 2010. Gestión por Procesos. Cuarta Edición. Editorial ESIC. Madrid – España. 336 p.
 - Piscocoya, L. 2005. Calidad de las pruebas de admisión en la Universidad Peruana. Impreso por la Asamblea Nacional de Rectores. Lima – Perú.
 - Porter, M. 2002. Ventaja Competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Segunda Edición. Editorial PATRIA. México – México.
 - Porter, M. 2009. Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Ediciones Pirámide. Madrid – España.
 - Rafoso, S; Artiles, S. 2011. Reingeniería de Procesos: conceptos, enfoques y nuevas aplicaciones. La Habana, Cuba. (en línea). Revista de Ciencias de la Información. 42 (3): 29-37. Consultado 21 abr 2017. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181422295004>.
 - Rama, C. 2004. El acceso a la educación superior en América Latina y el Caribe. In Seminario “Evaluación de la Calidad de las Pruebas de Admisión en la Universidad Peruana” (2004, Lima, PE). Calidad de las Pruebas de Admisión en la Universidad Peruana. Ed. L. Piscocoya. P. 13-42.
 - Robles, E. 2006. Origen de las Universidades más Antiguas del Perú. Tunja, Colombia (en línea). Revista Historia de la Educación Latinoamericana. 8:35-48- Consultado 21 abr 2017. Disponible en

http://revistas.uptc.edu.co/index.php/historia_educacion_latinamerican/article/view/3595/3191.

- Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa. 2013. Educación Superior en el Perú: Retos para el Aseguramiento de la Calidad. Primera Edición. Lima, Perú. p.79. (en línea). Consultado 20 abr 2017. Disponible en <https://www.sineace.gob.pe/wp-content/uploads/2013/08/Retos-para-el-aseguramiento-de-la-calidad.pdf>.
- Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria –SUNEDU. 2015. El Modelo de Licenciamiento y su Implementación en el Sistema Universitario Peruano. (en línea). Consultado el 3 mar. 2017. Disponible en <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/4565>.
- UNIVERSIA. 2002. La UNALM actual y su historia. (en línea). Consultado 21 abr 2017. Disponible en <http://noticias.universia.edu.pe/en-portada/noticia/2002/07/22/767356/unalm-actual-historiabr.html>.
- UNIVERSIA. 2016. Estudios en Perú – Procesos de Admisión en Perú. (en línea). Consultado 3 abr. 2016. Disponible en <http://universidades-iberoamericanas.universia.net/peru/index.html>.
- Universidad Católica Sedes Sapientiae. 2015. Carreras con mayor demanda para el 2016. (en línea). Consultado 18 may 2017. Disponible en <http://camp.ucss.edu.pe/blog/carreras-con-mayor-demanda-para-el-2016/>.
- Universidad Nacional Agraria La Molina. 2015. Estatuto. Lima – Perú.
- Universidad Nacional Agraria La Molina. 2016. Historia de la UNALM. Consultado 27 abr 2017. Disponible en http://www.lamolina.edu.pe/portada/html/acerca/res_historica.html.
- Zegarra, O. 2006. La Universidad Peruana, análisis y perspectivas. Lima, Perú. (en línea). Revista ANALES de la Academia Nacional de Medicina. 100-107. Consultado 23 abr 2017. Disponible en http://www.acadnacmedicina.org.pe/publicaciones/Anales_2006/trabajo_incorporacion_universidad_peruana_zegarra.pdf.

VIII. ANEXOS

ANEXO 1: TABLA DE CONCORDANCIA

	PROBLEMÁTICA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
GENERAL	¿Cómo el Centro de Admisión y Promoción de la UNALM puede garantizar la satisfacción de las partes interesadas en el proceso de inscripción y además utilizar nuevas herramientas informáticas y tecnológicas que ayuden a la sistematización del mismo?	Implementar un plan de mejora basado en la ISO 9001:2015 para el proceso de inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM.	La implementación de un plan de mejora basado en la ISO 9001:2015 establecerá las acciones necesarias para cumplir los requisitos y aumentar la satisfacción de las partes interesadas.	El plan de mejora para el proceso inscripción del CAP permitió que se redujeran los procedimientos tradicionales, aumentara el grado de cumplimiento de los requisitos según la Norma ISO 9001:2015 y con esto, aumentará el grado de satisfacción del postulante en comparación a la forma tradicional de realizar la inscripción para el examen de admisión.	Mejorar continuamente el plan de mejora basada en la Norma ISO 9001:2015, que incluye el manual de calidad y el manual de procedimientos propuestos en los anexos 16 y 17, a fin de asegurar el mayor grado de cumplimiento de los requisitos para el proceso de inscripción del CAP.
ESPECÍFICOS	¿Se conoce el contexto organizacional y los aspectos relacionados a las partes interesadas del proceso de inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM?	Describir el contexto organizacional del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM para la comprensión de los factores externos e internos que determinan el proceso de inscripción.	La descripción del contexto determinará los factores externos e internos que son pertinentes para el propósito y la dirección estratégica, y que afectan la capacidad para lograr los resultados previstos del proceso.	La descripción del contexto organizacional del CAP dio a conocer la imagen actual que tiene el proceso de inscripción frente al postulante y la competencia directa, con esta información se pudo aplicar las nuevas estrategias referentes a la forma de inscripción y la publicidad para poder llegar al postulante.	Realizar estudios de mercado a fin de identificar factores internos relacionados con la forma de llevar a cabo el proceso de inscripción y factores externos, como conocer siempre las necesidades del postulante y las estrategias de la competencia directa.
ESPECÍFICOS	¿Se entiende que se alcanzan resultados coherentes y previsibles de manera más eficaz y eficiente cuando se aumenta la capacidad de esfuerzo en los procedimientos claves y en las oportunidades de mejora?	Identificar los puntos críticos del proceso de inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM de acuerdo a la ISO 9001:2015.	La identificación de los puntos críticos del proceso de inscripción determinará la necesidad de cambios en el proceso para la mejora del servicio, la corrección, prevención y reducción de efectos no deseados y la mejora del desempeño y eficacia del proceso de inscripción.	Los puntos críticos identificados en el proceso de inscripción determinaron cuales eran las actividades que se realizaban sin objetivos definidos, que el tiempo empleado en el proceso era muy extenso y que el trabajo manual generaba sobrecosto, principalmente en los procedimientos de inscripción de postulantes de otras modalidades y en la habilitación y seguimientos del prospecto de admisión y el sistema de inscripción virtual.	Continuar y mejorar las oportunidades implementadas en el plan de mejora a fin de que los recursos empleados para llevar a cabo el proceso de inscripción sean manejados eficazmente y a la vez aumentar el desempeño del mismo.
	¿El proceso de inscripción optimiza su desempeño mediante la gestión eficaz, el uso eficiente de los recursos, además de proporcionar confianza a las partes interesadas en lo relativo a su coherencia, eficacia y eficiencia?	Analizar la situación inicial del proceso actual de inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM, con respecto a la ISO 9001:2015.	La comprensión y gestión del proceso contribuye a la eficacia y eficiencia del Centro de Admisión y Promoción en el logro de los resultados previstos, además de la comprensión y la coherencia del cumplimiento de los requisitos del proceso de inscripción.	La situación inicial del proceso de inscripción evaluada principalmente con la lista de verificación en base a la Norma ISO 9001:2015 dio como resultado que el grado de cumplimiento de los requisitos eran desarrollados parcialmente, con un porcentaje de 22.44 %, además se identificaron 19 problemas, siendo el principal: “no se garantiza el cumplimiento de las expectativas del postulante durante el proceso de inscripción”	Capacitar al personal permanente y equipo del CAP en temas relacionados a gestión de procesos, de tal manera que puedan aplicar estrategias que cumplan los requisitos y mejores las oportunidades ya implementadas en el proceso de inscripción.
	¿Se ha pensado en la posibilidad de establecer oportunidades de mejora en el desempeño del proceso, las capacidades de la organización y la satisfacción del cliente para mantener un enfoque continuo hacia la mejora?	Determinar y seleccionar las oportunidades de mejora a implementar en el proceso de inscripción del Centro de Admisión y Promoción de la UNALM.	La mejora es esencial para que el Centro de Admisión y Promoción mantenga los niveles actuales de desempeño, reaccione a los cambios en sus condiciones internas y externas y cree nuevas oportunidades.	Se determinaron 14 oportunidades de mejora las cuales fueron planificadas y realizadas por 4 equipos de trabajo, siendo las oportunidades del Equipo de Sistemas las relacionadas a la renovación del prospecto de admisión y el sistema de inscripción virtual, siendo estas herramientas las más importantes para el postulante. El equipo de administración, documentación del proceso y publicidad del mismo también tuvieron impacto significativo en los cambios internos y externos del proceso de inscripción.	Implementar un proceso de mejora según los requerimientos de la Norma ISO 9001:2015 a fin de que el proceso de inscripción sea mejorado y renovado en un promedio de cada dos años, según varíen las necesidades del postulantes y los cambios del contexto del CAP.

FUENTE: Elaboración Propia

ANEXO 2: DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

Definición conceptual de la variable independiente

VARIABLE		CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL		DEFINICIÓN OPERACIONAL
TIPO	NOMBRE				
Variable Independiente	Plan de mejora para el proceso	Mejora del servicio	La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir con los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente (ISO 9001, 2015).	Actividades para mejorar el desempeño, así como considerar las necesidades y expectativas futuras (ISO 9001, 2015).	Grupos de Trabajo Calendario de actividades Priorización de oportunidades de mejora (Arata, 2009)
		Efectos no deseados		La no conformidad es el incumplimiento de un requisito. Cuando ocurra una no conformidad, incluida cualquiera originada por quejas, la organización debe reaccionar ante la no conformidad y evaluar la necesidad de acciones para eliminar las causas (ISO 9001, 2015).	
		Desempeño y eficacia		El desempeño es un resultado medible, se puede relacionar con la gestión de actividades, procesos, productos, servicios, sistemas u organizaciones. La eficacia es el grado en el que se realizan las actividades planificadas y se logran los resultados planificados (ISO 9001, 2015).	

Definición conceptual de las variables dependientes

Variables Dependientes	Satisfacción de partes interesadas en el proceso	Percepción del postulante	Las partes interesadas pertinentes son aquellas que generan riesgo significativo para la sostenibilidad de la organización si sus necesidades y expectativas no se cumplen (ISO 9001, 2015).	La percepción es la aprehensión de la realidad por medio de los datos recibidos por los sentidos, es decir, se trata de un reflejo subjetivo de la realidad (ISO 9000, 2015).	Encuestas y Revisión de documentos en el CAP (Arata, 2009)
		Percepción del Equipo del CAP		Lista de Verificación ISO 9001 (2015)	
		Calidad percibida		Tomando como entrada las expectativas del cliente, la calidad percibida se considera asociada a 2 factores: la personalización y la fiabilidad (Pereiro, 2008)	Diagrama Causa Efecto (Marcelino y Ramírez, 2015) Matriz de selección de problemas (Carpio, 2015)
	Recursos del proceso	Medios del proceso	La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para asegurarse la validez y fiabilidad de los resultados cuando se realice el seguimiento o la medición para verificar la conformidad de los productos y servicios con los requisitos (ISO 9001, 2015).	Elementos necesarios para desarrollar el proceso siempre bien y a la primera (ISO 9001, 2015).	Cadena de Valor de Porter (2002) Diagrama de flujo (Bonilla, 2010) Árbol de PCC (Carpio, 2015)
		Equipo de trabajo		Brinda un aporte esencial mediante la participación y compromiso para el logro del objetivo planteado en el proceso (Calidad y Gestión, 2016).	
		Procedimientos del proceso		Forma específica para llevar a cabo una actividad o proceso (ISO 9000, 2015).	

Operacionabilidad de la variable independiente

VARIABLE		CATEGORIAS	INDICADOR	NIVEL DE MEDICIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
TIPO	NOMBRE				
Variable Independiente	Plan de mejora para el proceso	Mejora del servicio	Problemas identificados	Ordinal	Cuestionario
			Puntos críticos de control identificados		
			Oportunidades de mejora listadas		
			Actividades del plan de mejora		
		Efectos no deseados	Problemas identificados		
			Puntos críticos de control identificados		
		Desempeño y eficacia	Puntaje de evaluación de la Lista de verificación ISO 9001:2015		
			Cumplimiento del diagrama de flujo del proceso		
			Postulantes en el siguiente concurso de admisión		

FUENTE: Elaboración Propia (2016)

Operacionabilidad de las variables dependientes

Variables Dependientes	Satisfacción de partes interesadas en el proceso	Percepción del postulante	Datos de las encuestas a los postulantes	Ordinal	Cuestionario
			Postulantes en el siguiente concurso de admisión		
		Percepción del Equipo del CAP	Datos de las entrevistas a los miembros del CAP		
			Puntaje de evaluación de la Lista de verificación ISO 9001:2015		
			Puntaje de los problemas identificados		
			Causas y efectos de los problemas identificados		
		Calidad percibida	Datos de las encuestas a los postulantes		
			Puntaje de evaluación de la Lista de verificación ISO 9001:2015		
			Postulantes en el siguiente concurso de admisión		
	Recursos del proceso	Herramientas del proceso	Tiempo utilizado con el uso de las herramientas		
			Facilidad de uso de las herramientas		
			Desarrollo tecnológico en las actividades		
		Equipo de trabajo	Evaluación de la infraestructura de trabajo		
			Cumplimiento del diagrama de flujo del proceso		
		Procedimientos del proceso	Actividades primarias y secundarias del proceso		
Puntos críticos de control identificados					
Desarrollo tecnológico en las actividades					

FUENTE: Elaboración Propia (2016)

ANEXO 3: ENCUESTA AL EQUIPO DEL CAP

Esta encuesta fue realizada al inicio del trabajo académico, en la Fase I. Análisis del Proceso, según la metodología propuesta. El objetivo fue recopilar la información de la situación inicial del Proceso de Inscripción, en cuanto a procedimientos, personas, tiempo, indicadores y partes involucradas.

Se realizó la encuesta a todo el Equipo del CAP (personal permanente y equipo de apoyo), las respuestas se reflejan en el análisis de los procedimientos, tanto en la descripción como en los aspectos negativos identificados.

Sobre el procedimiento de Elaboración del Calendario de Admisión

1. ¿Cómo se proponen las fechas del calendario de inscripción?
2. Para realizar el calendario, ¿es necesario tener el calendario de la UNALM y del CEPRE UNALM?
3. ¿Alguna vez ha habido casos de modificación de fechas en el calendario de admisión?
4. En tus palabras, ¿cómo es el procedimiento de elaboración del calendario de admisión?

Sobre el procedimiento de Elaboración del Prospecto de Admisión

1. ¿De dónde se obtiene la información para el prospecto de admisión?
2. ¿El proceso de revisión es manual?
3. ¿De dónde se elige el material fotográfico para el prospecto de admisión?
4. ¿Por qué el área de Sistemas usa el programa Corel Draw para el prospecto de admisión?
5. ¿Cómo se le hace entrega al Proveedor de la Imprenta, los n° de prospecto?
6. En tus palabras, ¿cómo es el procedimiento de elaboración del prospecto de admisión?

Sobre el procedimiento de Determinación de Vacantes

1. ¿Cómo y cuándo se realiza el cuadro de vacantes?
2. ¿Desde cuándo se utiliza la plantilla de Excel?

Sobre el procedimiento de Activación del SIP

1. ¿En qué horarios está activo el SIP y qué factores influyen en que sea en ese horario?
2. ¿Cómo se habilita en el SIP el n° de prospecto, códigos de postulante y pagos realizados?
3. ¿Cómo se actualiza el SIP cuando toca cambio de modalidad en la inscripción virtual?
4. ¿Cuáles son los problemas frecuentes en la activación del SIP?

Sobre el procedimiento de Inscripción Virtual del Postulante

1. ¿Se verifica el año de egreso del postulante a través del SIP?
2. ¿El SIP permite a un postulante inscribirse en una fecha que no le corresponde?
3. ¿Cómo se realiza el cruce entre el n° de prospecto y el pago por derecho de admisión?
4. ¿Qué pasa si un postulante realiza el pago por derecho de admisión con otros datos, por ejemplo N° DNI?
5. ¿Cómo se utiliza el sistema de Telecrédito en esta actividad?
6. ¿Quién o quiénes son los encargados del manejo del sistema de Telecrédito?
7. ¿Cuánto tiempo está activa la sesión por postulante en el SIP?
8. Sobre la encuesta que realiza el postulante ¿cómo se carga en el SIP y dónde se almacena la data obtenida?
9. ¿Existen problemas en la inscripción extemporánea?
10. ¿Cuál es el procedimiento al final del día con los postulantes inscritos?
11. ¿En qué momento se descargan las fichas de inscripción de los postulantes inscritos?
12. ¿Cuántas personas consideras que están involucradas en este procedimiento?

Sobre el procedimiento de Recepción y Revisión de documentos

1. ¿Cómo es el flujo de atención al postulante los días de recepción de documentos?
2. ¿Cuántas personas están involucradas en la realización de este procedimiento?
3. ¿Cuáles son las actividades que se realizan al Recepcionar los documentos de un postulante?
4. ¿Se genera un código de entrega de documentos y una constancia?
5. ¿Por qué se realizan declaraciones juradas escritas a mano por los postulantes?
6. ¿Cómo se arman los expedientes de los postulantes?
7. ¿Qué se hace con los expedientes de ingresantes, cómo se envían a la Oficina de Estudios y Registros Académicos?

8. ¿Dónde se quedan los expedientes de los postulantes no ingresantes?
9. ¿La inscripción virtual de un postulante de Otras Modalidades se realiza siempre en la oficina del CAP?
10. ¿Cuál es la razón de la toma de fotografía y huella digital del postulante?
11. ¿Cuánto es el tiempo promedio de atención al postulante de Otras Modalidades?
12. ¿Existe algún procedimiento especial para los postulantes menores de edad?
13. El postulante de Otras Modalidades, ¿trae su prospecto de admisión o lo compra en el CAP?
14. En tus palabras, ¿cómo es el procedimiento de recepción y revisión de documentos?

Sobre el procedimiento de Verificación de la Identidad del Postulante

1. ¿Quién o quiénes son los responsables de este procedimiento?
2. ¿Cómo es el acceso al sistema de RENIEC?
3. ¿Cuáles son las actividades que se realizan para obtener la ficha RENIEC del postulante?
4. ¿Cuánto tiempo dura aproximadamente este procedimiento?
5. ¿Cuáles son los datos que se comparan en la ficha RENIEC con la ficha de inscripción del postulante?
6. ¿Existe algún procedimiento especial para los postulantes menores de edad?
7. Sí el postulante no ha cargado la foto en su inscripción virtual, ¿cómo se procede con la verificación?
8. ¿Qué sucede con los postulantes cuya identidad no ha sido verificada?

Sobre el procedimiento de Impresión del Listado de Postulantes Inscritos

1. ¿Cuándo se tienen los listados finales?
2. ¿Cuánto material, tiempo, personas se utilizan para este procedimiento?
3. ¿Cómo se realiza la impresión de los listados, cuáles son los criterios usados?
4. En este procedimiento, ¿se tienen identificados los postulantes con identidad no verificada?

Sobre el procedimiento de Distribución de aulas para el examen de admisión

1. ¿Cuáles son los criterios para realizar la distribución de aulas?
2. Una vez realizada la distribución de aulas, ¿pueden hacerse modificaciones?

Sobre el procedimiento de Promoción del Concurso de Admisión

1. ¿Desde cuándo se inicia la publicidad para el examen de admisión?

Sobre el procedimiento de Venta de Prospecto de Admisión

1. ¿Cuál es el procedimiento en caso se haya vendido prospectos de admisión en la oficina del CAP?
2. ¿Cómo es el procedimiento de venta del prospecto a los postulantes de provincias?
¿Quién es el encargado del procedimiento?
3. La información entregada por el proveedor de venta TELETICKET, ¿es utilizada para crear estrategias nuevas de venta?

Sobre el procedimiento de Atención y Seguimiento del Postulante

1. ¿Cómo se realiza el seguimiento a un postulante inscrito?
2. ¿Quién o quiénes son los encargados de realizar el cambio de la fotografía del postulante en el SIP?

ANEXO 4: ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL CAP

	CARGO ESTRUCTURAL	CARGO CLASIFICADO	TOTAL
I	CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN (CAP)		
1.1	Jefe del CAP	Docente	1
1.2	Secretaria del CAP	Secretaria	1
1.3	Analista Programador	Analista	1
1.4	Soporte Técnico	Técnico	1
1.5	Conserje/Chofer	Auxiliar	1
ÓRGANOS DE LÍNEA DEL CAP-UNALM			
A	UNIDAD DE PROCESOS DE ADMISIÓN		
A.1	Jefe de la UPRAD	Profesional	1
A.2	Técnico en Logística	Técnico	1
B	UNIDAD DE PROMOCIÓN DE CARRERAS		
B.1	Jefe de la Unidad de Promoción de Carreras	Profesional	1
B.2	Auxiliar en Publicidad, Investigación y Redes	Técnico o Bachiller	1
C	UNIDAD DE ELABORACIÓN DE PRUEBAS E INVESTIGACIÓN (UEPI)		
C.1	Coordinador General	Docente	-
C.2	Especialistas en las diferentes áreas	Docente	5
C.3	Constructor de preguntas	Docente	10

II	JURADO DE ADMISIÓN		
II.1	Presidente del Jurado de Admisión	Docente	1
II.2	Coordinador Académico	Docente	1
II.3	Coordinador Logístico	Docente	1
II.4	Coordinador Informático	Docente	1

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción. Manual de Organización y Funciones. (2014).

ANEXO 5: INDICACIONES DE ATENCIÓN PARA POSTULANTES QUE ALCANCEN UNA VACANTE

1. CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN

Los postulantes que alcancen una vacante, recabarán su Constancia de Ingreso de acuerdo al cronograma adjunto, identificándose previamente con su Documento Nacional de Identidad (DNI) original (carné de extranjería o pasaporte en el caso de ser extranjero) y el Carné de Postulante.

- Declaración Jurada. Al mismo tiempo, deberá entregar TODOS los documentos exigidos en el presente Prospecto, según su Modalidad de Ingreso.

El Centro de Admisión y Promoción se reserva el derecho de verificar la documentación y la identidad personal del postulante en el momento que lo considere necesario.

Por ningún motivo se aceptará documentación incompleta o con cargo a su posterior presentación, los mismos que deberán estar en óptimas condiciones y con fecha no mayor de un año de antigüedad a su fecha de presentación.

PARA LA ENTREGA DE ESTOS DOCUMENTOS NO ES NECESARIA LA PRESENCIA DE LOS PADRES O APODERADOS

El ingresante también recibirá (en la Unidad de Registro) de la Oficina de Enseñanza, la Hoja de Recorrido- Ingresantes 2016-I numerada, documento indispensable para el Proceso de Matrícula 2016-I.

Los postulantes que alcancen una vacante y no se apersonen al CAP para entregar los documentos correspondientes según el prospecto de admisión y formalizar su condición como ingresante, perderán la vacante y no podrán postular a la UNALM hasta después de dos Concursos de Admisión consecutivos.

EL INGRESANTE DEBERÁ RESPETAR SU TURNO DE ACUERDO AL CRONOGRAMA DE ATENCIÓN EN LAS DEPENDENCIAS DE LA OBU.

MODALIDAD DE INGRESO	FECHA	HORARIO
Ingreso Directo del Centro Pre - UNALM Ciclo Regular 2015-II	Martes 02 de Febrero	08:30 a.m. - 12:00 p.m. y 01:00 p.m. - 04:00 p.m.
Ingreso Directo del CENTRO PRE UNALM - CICLO INTENSIVO Los ingresantes de las siguientes modalidades sólo deberán presentar el Carné de Postulante - Declaración Jurada: 1er. y 2do. Puestos de Colegio, Traslados Externos de otras Universidades, Graduados o Titulados Universitarios, Bachilleratos, Convenios Internacionales, Leyes 27277, 29973, 28036,28592	Lunes 29 de Febrero	02:00 p.m. - 04:00 p.m.
Concurso Ordinario Orden de Atención: A001 - A075	Martes 01 de Marzo	08:30 a.m. - 12:00 p.m.
A076 - A150	Martes 01 de Marzo	01:00 p.m. - 04:00 p.m.
A151 - A225	Miércoles 02 de Marzo	08:30 a.m. - 12:00 p.m.
A partir de A226	Miércoles 02 de Marzo	01:00 p.m. - 04:00 p.m.

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

2. OFICINA DE BIENESTAR UNIVERSITARIO (OBU)

El ingresante deberá presentarse a la entrevista en la Unidad de Asuntos Estudiantiles con la documentación respectiva y para su evaluación médica en la Unidad de Servicio Médico, deberá portar la Hoja de Recorrido emitida por el Departamento de Registro, de acuerdo al siguiente Cronograma de Atención:

MODALIDAD INGRESO DIRECTO	
Nº DE HOJA DE RECORRIDO	FECHAS
H001 - H045	Miércoles 03 de Febrero
H046 - H100	Jueves 04 de Febrero
MODALIDAD INGRESO ORDINARIO	
Nº DE HOJA DE RECORRIDO	FECHAS
H001 - H080	Martes 01 de Marzo
H081 - H160	Miércoles 02 de Marzo
H161 - H240	Jueves 03 de Marzo
H241 - H320	Viernes 04 de Marzo
CASOS ESPECIALES	Sábado 05 de Marzo *(8:00 a.m a 12:00 p.m.)
H321 - H400	Lunes 7 de Marzo

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

UNIDAD DE ASUNTOS ESTUDIANTILES

En la fecha correspondiente según el cronograma, los Padres de Familia brindarán la información necesaria para la aplicación de la Ficha Socioeconómica computarizada, en el área de cómputo (Sala de Espejos), posteriormente serán entrevistados por la Trabajadora Social.

Para la entrevista con la Licenciada en Trabajo Social, el Ingresante se presentará en compañía de sus Padres y/o Apoderado, previo llenado de los datos en el sistema SISOL con los siguientes documentos en un folder A4:

- Hoja de Recorrido - Ingresantes 2016-I.
- Boleta o factura de los 03 últimos meses de pago de colegio particular.
- 01 fotografía de frente, tamaño carné.
- Fotocopia de D.N.I. del ingresante y de ambos padres o apoderado.
- Original y fotocopia de las dos últimas boletas de pago de la Empresa o Institución en que laboran los padres (padre y/o madre) o apoderado responsable del sostenimiento del ingresante (en caso de orfandad).
- Padres con negocio propio, presentar Declaración Jurada y Voucher de pago a la SUNAT de los dos últimos meses, según el Régimen de Contribuyente.
- Para trabajadores independientes presentar original y fotocopia de los 06 últimos recibos de honorarios profesionales en orden correlativo
- Original y copia de Auto avalúo, si la vivienda es propia.
- Recibo de alquiler, si a vivienda es alquilada.
- Fotocopia de recibos de agua, luz y teléfono, máximo con 02 meses de antigüedad.
- Plano de ubicación de la vivienda obtenida de: www.guiacalles.com/calles (de no acceder a Internet, el ingresante elaborará el croquis manualmente).

En la administración de la OBU recibirán la boleta de pago para la matrícula.

UNIDAD DE SERVICIO MÉDICO

Para la evaluación médica y psicológica, el ingresante deberá abonar en el Centro de Servicios OBU, la suma de S/ 85.00 Soles por concepto de:

- Elaboración de la Historia Clínica, examen médico y odontológico.
- Exámenes de Laboratorio.
- Entrevista Psicológica.

Además deberá adjuntar una fotografía tamaño carné para su Historia Clínica.

**EL HORARIO DE ATENCIÓN PARA TODOS LOS INGRESANTES SERÁ DE:
LUNES A VIERNES DE 08:00 A.M. A 04:00 P.M.**

Cualquier consulta adicional llamar al teléfono de OBU 614-7800 anexo 186, en horario de oficina.

3. CURSOS PROPEDÉUTICOS Y CHARLAS

El Ingresante deberá asistir obligatoriamente a los cursos propedéuticos y charlas; la programación de los mismos, se entregará en la Hoja de Recorrido - Ingresantes 2016-I.

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

ANEXO 6: FICHA DE INSCRIPCIÓN DEL POSTULANTE

 **UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA**
CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN
Email: admission@lamolina.edu.pe
Central Telefónica: 614-7800 Anexo 137 Directo: 614-7117

FICHA DE INSCRIPCIÓN DE POSTULANTE

CÓDIGO DE POSTULANTE:	0101690	
SECUENCIAL:	201521889	
APELLIDO PATERNO:	██████████	
APELLIDO MATERNO:	██████████	
NOMBRES:	████████████████████	
CORREO ELECTRÓNICO:	████████████████████	
TELÉFONO:	██████████	
CELULAR:	██████████	
DIRECCIÓN:	████████████████████	
MODALIDAD DE INGRESO:	CONCURSO DE ADMISION ORDINARIO	
FECHA DE NACIMIENTO:	██████████	
LUGAR DE NACIMIENTO:	LIMA - LIMA - JESUS MARIA	
SEXO:	MASCULINO	
UBICACIÓN DE COLEGIO:	LIMA - LIMA - SAN JUAN DE LURIGANCHO	

NOMBRE DEL COLEGIO:	16 ALMIRANTE MIGUEL GRAU
TIPO DE COLEGIO:	ESTATAL
SELECCIÓN DE CARRERAS:	
* PRIMERA OPCIÓN:	INDUSTRIAS ALIMENTARIAS
* SEGUNDA OPCIÓN:	PESQUERIA
* TERCERA OPCIÓN:	ESTADISTICA INFORMATICA
MONTO DE INSCRIPCIÓN :	S/. 313.00
MONTO EXTEMPORANEO:	S/. 51.00
ENCUESTA:	1-3/3-2/4-1/5-2/6-3/8-1/9-3

Figura 88: Ficha de Inscripción de Postulante

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

ANEXO 7: REQUISITOS Y DOCUMENTOS PARA POSTULAR

REQUISITOS PARA POSTULAR

I. CONCURSO ORDINARIO

- Todos los alumnos egresados del 5to año de secundaria pueden presentarse al Concurso Ordinario.
- Para inscribirse vía Internet no se presentará ninguna documentación previa, de acuerdo a la Ley de Simplificación Administrativa.
- Ingresarán en orden de mérito hasta cubrir las vacantes establecidas para esta modalidad de ingreso.

II. OTRAS MODALIDADES

1. TRASLADO EXTERNO DE OTRAS UNIVERSIDADES

Son requisitos para solicitar el Traslado de otras Universidades:

- a. Ser estudiante de una carrera profesional afín, en situación académica normal.
- b. Encontrarse en alguno de los siguientes casos:
 - Haber aprobado todos los cursos del currículo de estudios hasta el cuarto ciclo en el sistema semestral o segundo año en el sistema anual. Los postulantes que se acojan a este caso, deberán presentar el currículo de estudios debidamente autenticados por la Universidad de origen, o
 - Haber aprobado como mínimo 72 créditos.
- c. Aprobar la evaluación académica individual.
- d. Que existan vacantes para la carrera profesional elegida.

EXAMEN PARA EL TRASLADO EXTERNO DE OTRAS UNIVERSIDADES

Todos los postulantes inscritos en esta modalidad rendirán un examen que consta de treinta y cuatro preguntas (14 preguntas de razonamiento matemático y 20 preguntas de razonamiento verbal). El tiempo de duración de la prueba será de 100 minutos, cada pregunta bien contestada equivale a un punto, cada pregunta contestada en forma incorrecta tiene un valor de -0,25 puntos y cada pregunta no contestada tiene 0 puntos.

El puntaje mínimo aprobatorio será de 14 sobre un total de 20.

Las vacantes fijadas para cada carrera profesional serán distribuidas en estricto orden de mérito, entre los postulantes que obtengan puntaje mínimo aprobatorio.

2. EXONERADOS 1RO. Y 2DO. PUESTOS DE COLEGIOS

Están exonerados del Concurso de Admisión los postulantes egresados de educación secundaria que hayan obtenido el Primer y Segundo puesto en el orden de mérito a nivel nacional, egresados dentro de los 2 años anteriores al Concurso de Admisión en que postulan.

En los casos en que el número de postulantes sea mayor a las vacantes establecidas, los postulantes rendirán el mismo examen que se aplica en el Concurso Ordinario.

Serán incorporados a la UNALM los que en el orden de mérito ocupen puestos hasta cubrir las vacantes establecidas para esta modalidad o los que no habiendo alcanzado vacante, hayan obtenido puntaje igual o mayor que el último ingresado por el Concurso Ordinario.

3. EXONERADOS GRADUADOS O TITULADOS UNIVERSITARIOS

Están exonerados del Concurso de Admisión los postulantes graduados o titulados de las Universidades del país o del extranjero, o instituciones reconocidas por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU) como de nivel universitario, en carreras profesionales de por lo menos cuatro años (Artículo 39).

Los postulantes graduados o titulados se incorporarán a la UNALM de acuerdo a las vacantes establecidas para esta modalidad en cada carrera profesional.

En los casos en que el número de postulantes sea mayor a las vacantes establecidas para cada carrera profesional, la Facultad respectiva nominará un jurado conformado por cinco miembros, profesores principales, quienes elaborarán y aplicarán la prueba académica según el área a que postula el interesado. La prueba se aplicará con posterioridad al Concurso de Admisión.

El ingreso será en estricto orden de mérito hasta cubrir las vacantes fijadas para cada carrera profesional, cualquiera sea el puntaje obtenido (Artículo 40)

EQUIVALENCIA DE CURSOS

La universidad reconocerá los cursos aprobados por el postulante en su universidad de origen, equivalente a los cursos ofrecidos en la UNALM, según los Programas analíticos presentados al momento de su inscripción.

En los casos que se estime conveniente, se tomarán exámenes de conocimientos.

La equivalencia será establecida por la Facultad que ofrece el curso (Artículo 38).

Para optar el grado y el título profesional correspondiente, los ingresantes por Traslado Externo de Matrícula y Exonerados Graduados o Titulados, deben aprobar en la UNALM, todos los requisitos curriculares de la respectiva especialidad, y por los menos 100 créditos en la carrera profesional de su elección (Artículo 38 y 43).

4. EXONERADOS SEGÚN LEY 27277 - VÍCTIMAS DE TERRORISMO

Están exonerados del Concurso de Admisión, los postulantes egresados de educación secundaria que acrediten estar comprendidos en el marco de esta ley, para lo cual deberán presentar la acreditación del Consejo Nacional de Calificación. La Universidad destina el 1% del total de vacantes a esta modalidad. (*)

5. EXONERADOS SEGÚN LEY 29973 - PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Están exonerados del Concurso de Admisión los postulantes egresados de educación secundaria que acrediten estar comprendidos en el marco de esta ley, para lo cual deberán presentar la Constancia de Inscripción del Consejo Nacional de Discapacitados (CONADIS) y el Certificado de Discapacidad emitido por una entidad de salud, según formato actualizado por Resolución del MINSA. (*)

6. EXONERADOS SEGÚN LEY 28036 - PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL DEPORTE

Están exonerados del Concurso de Admisión, los postulantes egresados de educación secundaria que acrediten estar comprendidos en el marco de esta ley, para lo cual deberán presentar el oficio de acreditación como Deportista Destacado, otorgado por el Instituto Peruano del Deporte. (*)

7. EXONERADOS SEGÚN LEY 28592 - PLAN INTEGRAL DE REPARACIONES - PIR

Están exonerados del Concurso de Admisión, los postulantes egresados de educación secundaria que acrediten estar comprendidos en el marco de esta ley, para lo cual deberán presentar la acreditación del Registro Único de Víctimas. (*)

(*) La asignación de vacantes se sujeta a la evaluación del Examen de Admisión, donde el puntaje mínimo a obtener debe ser mayor o igual al mínimo conseguido en el Concurso Ordinario, en estricto orden de mérito hasta cubrir las vacantes establecidas. Todos los

beneficiarios de las leyes citadas, podrán postular para su ingreso a la Universidad, bajo estas modalidades, como máximo 2 veces. (Resolución N° 493 - 2005 - UNALM).

8. EXONERADOS BACHILLERATOS EN CONVENIO CON LA UNALM (vigente sólo bachillerato inter. y alemán)

Están exonerados del Concurso de Admisión los postulantes egresados de los Bachilleratos: Alemán, Francés e Internacional.

En el caso de egresados de Bachillerato Internacional sólo estarán exonerados quienes hayan obtenido el Diplomado de Bachillerato Internacional con un calificativo mayor o igual de 28 puntos.

Si el número de postulantes es mayor a las vacantes ofrecidas en cada carrera profesional, los postulantes rendirán la misma prueba que se aplica en el Concurso Ordinario.

El ingreso será en estricto orden de mérito hasta cubrir las vacantes establecidas para esta modalidad de ingreso.

9. CONVENIO ANDRÉS BELLO

Tienen ingreso directo a la UNALM los estudiantes extranjeros procedentes de países firmantes del Convenio Andrés Bello, presentados a través de la Secretaría Ejecutiva Permanente del Convenio Andrés Bello (SECAB). (Artículo 39, inciso c).

10. BECARIOS EXTRANJEROS

Tienen ingreso directo a la UNALM los postulantes extranjeros provenientes de los países latinoamericanos, Estados Unidos y Canadá, presentados directamente por las representaciones Diplomáticas en el Perú mediante comunicación expresa del Embajador o quien haga sus veces, que acredite que el candidato es becario de su gobierno para seguir estudios profesionales. (Artículo 39 inciso c).

11. DIPLOMÁTICOS Y FUNCIONARIOS INTERNACIONALES EXTRANJEROS

Tienen ingreso directo con carácter de súper numerarios, para iniciar o continuar estudios universitarios, los cónyuges e hijos de diplomáticos y funcionarios internacionales extranjeros acreditados en el Perú. (Artículo 42, inciso a).

12. DIPLOMÁTICOS Y FUNCIONARIOS INTERNACIONALES PERUANOS

Tienen ingreso directo con carácter de súper numerarios, para continuar estudios

universitarios, los cónyuges e hijos de diplomáticos y funcionarios internacionales peruanos que retornen al país al término de su misión. (Artículo 42, inciso b). Asimismo los hijos de profesores ordinarios de carrera de la UNALM, en comisión de servicios, que retornen al país al término de su misión y que cumplan satisfactoriamente con lo dispuesto en los Artículos 379 inciso a), 382 y 383.

13. CONVENIO CENTRO REGIONAL DE FORMACIÓN EN METEOROLOGÍA (CRFM)

Tienen ingreso directo a la UNALM los estudiantes extranjeros procedentes de los países de Sudamérica y Centroamérica miembros de la Organización Meteorológica Mundial (OMM), presentados a través del Secretario General de la Organización Meteorológica Mundial (OMM). (Artículo 39, inciso c del Reglamento General de la UNALM).

IMPORTANTE:

Para inscribirse como Postulante por otras modalidades, primero deberá presentar TODOS los documentos completos y en original según sea el caso (Págs. 26, 27 y 28) durante los días 22, 25, 26 de enero y 01 de febrero (ver calendario del concurso de admisión 2016-I Pág. 29). Luego podrá inscribirse vía Internet, previo pago en el Banco de Crédito del Perú, por Derecho de Inscripción según su Modalidad de Ingreso (Pág. 30).

III. INGRESANTES DEL CENTRO DE ESTUDIOS PREUNIVERSITARIOS UNALM

Ingresarán a la UNALM, sin el requisito del Concurso Ordinario, los estudiantes del Centro de Estudios Preuniversitarios UNALM, que hayan cumplido con asistencia rigurosa, permanente evaluación, rendimiento eficiente y nota promedio aprobatoria, que corresponda al tercio superior. (Artículo 33 inciso a y 39 inciso d, y Artículo 50 del Estatuto de la UNALM). La oportunidad de ingreso directo por esta vía a la Universidad es por una sola vez. (Art. 438).

TRASLADO INTERNO (Para todos los ingresantes a partir del 2006-I) SEGÚN RESOLUCIÓN N° 731-2005-UNALM

Es responsabilidad del postulante las carreras que escoge durante el proceso de inscripción en el Concurso de Admisión, por ello, la Universidad no se obliga a efectuar traslado interno alguno, dado el sistema de libre elección, debiendo los traslados internos ocurrir de acuerdo

a lo que estipula cada Facultad o carrera profesional y el Reglamento General de la UNALM.

DOCUMENTOS A PRESENTAR SEGÚN MODALIDAD DE INGRESO

Todos los documentos a presentar deberán estar en óptimas condiciones y con fecha no mayor de un año de antigüedad a su fecha de presentación, salvo que se indique lo contrario, sin enmendaduras y con nombres y apellidos acordes con el Documento Nacional de Identidad (DNI). También deberán ser documentos originales salvo que se indique lo contrario.

Los Certificados de Estudios de Educación Secundaria de adultos, sistemas de bachillerato nacional y programas no escolarizados deberán llevar el sello de la UGEL respectiva. Los postulantes procedentes del extranjero presentarán su documentación con legalización consular o apostillado, oficialmente traducida si fuera necesario y el Certificado de Estudios Secundarios revalidado por el Ministerio de Educación del Perú y copia simple del Pasaporte o Carné de Extranjería.

I. CONCURSO ORDINARIO

1. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado.
2. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas.
3. Carné de Postulante - Declaración Jurada.

Los Ingresantes de esta Modalidad deberán presentar personalmente estos documentos en el Centro de Admisión y Promoción según cronograma establecido (Pág. 58).

POR NINGÚN MOTIVO SE ACEPTARÁ DOCUMENTACIÓN INCOMPLETA O CON CARGO A SU POSTERIOR PRESENTACIÓN.

II. OTRAS MODALIDADES

Los Postulantes de Otras Modalidades deberán entregar personalmente los siguientes documentos en el Centro de Admisión y Promoción los días 22, 25, 26 de enero y 01 de febrero y luego podrán inscribirse vía Internet.

1. TRASLADOS EXTERNOS DE OTRAS UNIVERSIDADES

1. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado.

2. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas.
3. Certificados de Estudios de la Universidad de procedencia, con los cursos aprobados.
4. Constancia expedida por la Universidad de procedencia de no haber sido separado por razones académicas ni disciplinarias (Antigüedad 3 meses).
5. Programas analíticos o syllabus de los cursos aprobados con firma, post firma y sello de la autoridad competente de la universidad de procedencia. Además deberá corresponder a las fechas de los cursos aprobados.
6. Carné de Postulante - Declaración Jurada.

2. EXONERADOS 1RO. Y 2DO. PUESTOS DE COLEGIOS DE EDUCACIÓN SECUNDARIA

1. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado.
2. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas, con la anotación del puntaje de todos los años y el Orden de Mérito obtenido, visado por la UGEL.
3. Acta de Sesión del Comité de Coordinación Interna, visado por la UGEL.
4. Carné de Postulante – Declaración Jurada.

3. EXONERADOS GRADUADOS O TITULADOS UNIVERSITARIOS

1. Copia simple del DNI.
2. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas.
3. Certificados de Estudios de la Universidad de procedencia con los cursos aprobados.
4. Programas analíticos o syllabus de los cursos aprobados con firma, post firma y sello de la autoridad competente de la universidad de procedencia. Además deberá corresponder a las fechas de los cursos aprobados.
5. Fotocopia del grado o título en tamaño no menor a 18 x 20 cm. debidamente legalizada notarialmente y autenticada por el Secretario General de la Universidad de procedencia.
6. Carné de Postulante – Declaración Jurada.

4. EXONERADOS LEY N° 27277 - VÍCTIMAS DEL TERRORISMO

1. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado.
2. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas.
3. Acreditación del postulante en el Consejo Nacional de Calificación.
4. Carné de Postulante – Declaración Jurada.

5. EXONERADOS LEY N° 29973 - PERSONAS CON DISCAPACIDAD

1. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado.
2. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas.
3. Constancia de Inscripción del Consejo Nacional para la integración de la persona con Discapacidad (CONADIS).
4. Certificado de Discapacidad emitido por el área de salud correspondiente, según formato actualizado por Resolución del MINSA.
5. Carné de Postulante – Declaración Jurada.

6. EXONERADOS LEY N° 28036 - PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL DEPORTE

1. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado.
2. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas.
3. Oficio de Acreditación como Deportista Destacado, otorgado por el Instituto Peruano del Deporte (IPD).
4. Carné de Postulante – Declaración Jurada.

7. EXONERADOS LEY N° 28592 – PLAN INTEGRAL DE REPARACIONES – PIR

1. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado.
2. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas.

3. Acreditación del postulante en el Registro Único de Víctimas.
4. Carné de Postulante – Declaración Jurada.

8. EXONERADOS BACHILLERATO EN CONVENIO CON UNALM (vigente sólo bachillerato Inter. Y Alemán)

1. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado.
2. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas.
3. Presentar los originales del Diploma de bachillerato y del Certificado de resultados y dejar una copia legalizada notarialmente de los mismos. En caso de los postulantes egresados del Bachillerato Internacional deben acreditar un calificativo final mayor o igual de 28 puntos.
4. Carné de Postulante – Declaración Jurada.

9. CONVENIO ANDRÉS BELLO

1. Carta de Presentación a nombre del interesado, expedida por la Secretaria Ejecutiva del Convenio Andrés Bello (SECAB) - Perú.
2. Copia simple del pasaporte o carné de extranjería.
3. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas, debidamente legalizada por el Cónsul del Perú en el país de origen o apostillado y revalidados por el Ministerio de Educación del Perú.
4. Carné de Postulante - Declaración Jurada.

Para los postulantes que deseen continuar sus estudios universitarios deben adjuntar, además:

- a. Certificado de estudios universitarios legalizados o refrendados por el respectivo Consulado Peruano en el país de origen o apostillado.
- b. Programas analíticos o Syllabus de los cursos aprobados (teoría y práctica) con firma, post firma y sello de la autoridad competente de la Universidad de procedencia. En cada programa deberá figurar el nombre completo y el cargo de la persona que firma y, además, deberá corresponder a las fechas en que se aprobaron los cursos.
- c. Constancia de no haber sido separado según sea el caso.

10. BECARIO EXTRANJERO

1. Carta de Presentación a nombre del interesado expedida por el Embajador del país en el Perú o quien haga sus veces acreditando la condición de becario del postulante.
2. Copia simple del Pasaporte o Carné de Extranjería.
3. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas, debidamente legalizada por el Cónsul del Perú en el país de origen o apostillado y revalidados por el Ministerio de Educación del Perú.
4. Carné de Postulante - Declaración Jurada.

Para los postulantes que deseen continuar sus estudios universitarios deben adjuntar, además:

- a. Certificado de estudios universitarios legalizados o refrendados por el respectivo Consulado Peruano en el país de origen o apostillado.
- b. Programas analíticos o Syllabus de los cursos aprobados (teoría y práctica) con firma, post firma y sello de la autoridad competente de la Universidad de procedencia. En cada programa deberá figurar el nombre completo y el cargo de la persona que firma y, además, deberá corresponder a las fechas en que se aprobaron los cursos.

11. DIPLOMÁTICOS Y FUNCIONARIOS INTERNACIONALES EXTRANJEROS

1. Constancia expedida por la representación diplomática respectiva en el Perú acreditando su condición de cónyuge o hijo de diplomático o funcionario internacional extranjero.
2. Copia simple del pasaporte o carné de extranjería.
3. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. año de Educación Secundaria, original o apostillado y con todas las calificaciones aprobadas, debidamente legalizada por el Cónsul del Perú en el país de origen y revalidados por el Ministerio de Educación del Perú.
4. Carné de Postulante - Declaración Jurada.

Para los postulantes que deseen continuar sus estudios universitarios deben adjuntar, además:

- a. Certificado de estudios universitarios legalizados o refrendados por el respectivo Consulado Peruano en el país de origen o apostillado.
- b. Programas analíticos o Syllabus de los cursos aprobados (teoría y práctica) con

firma, post firma y sello de la autoridad competente de la Universidad de procedencia. En cada programa deberá figurar el nombre completo y el cargo de la persona que firma y, además, deberá corresponder a las fechas en que se aprobaron los cursos.

12. DIPLOMÁTICOS Y FUNCIONARIOS INTERNACIONALES PERUANOS

1. Constancia expedida por el Ministerio de Relaciones Exteriores o del Organismo Internacional correspondiente según el caso, acreditando su condición de cónyuge o hijo de Diplomático Funcionario Internacional Peruano.
2. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado, pasaporte o carné extranjería.
3. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. Año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas, debidamente legalizada por el Cónsul del Perú en el país de origen o apostillado y revalidados por el Ministerio de Educación del Perú.
4. Certificado de estudios universitarios legalizados o refrendados por el respectivo Consulado Peruano en el país de origen o apostillado.
5. Programas analíticos o Syllabus de los cursos aprobados (teoría y práctica) con firma, post firma y sello de la autoridad competente de la Universidad de procedencia. En cada programa deberá figurar el nombre completo y el cargo de la persona que firma y, además, deberá corresponder a las fechas en que se aprobaron los cursos.
6. Carné de Postulante - Declaración Jurada.

13. CONVENIO CENTRO REGIONAL DE FORMACIÓN EN METEOROLOGÍA (CRFM)

1. Carta de Presentación a nombre del interesado, expedida por el Secretario General de la Organización Meteorológica Mundial (OMM).
2. Copia simple del Pasaporte o Carné de Extranjería.
3. Certificado de Estudios del 1ro. al 5to. Año de Educación Secundaria (o el equivalente grado/año de estudio de la secundaria o preparatoria), con todas las calificaciones aprobadas, debidamente legalizado por el Cónsul del Perú en el país de origen y revalidados por el Ministerio de Educación del Perú.
4. Carné de postulante - Declaración Jurada.

Para los postulantes que deseen continuar sus estudios universitarios de meteorología o de alguna ingeniería afín en el CRFM – UNALM, deben adjuntar además:

- a. Certificado de estudios universitarios legalizados o refrendados por el respectivo Consulado Peruano en el País de origen o apostillado.
- b. Programas analíticos o syllabus de los cursos aprobados (teoría y práctica) con firma, post firma y sello de la autoridad competente de la universidad de procedencia. En cada programa deberá figurar el nombre completo y el cargo de la persona que firma y además, deberá corresponder a las fechas en que se aprobaron los cursos.

III. INGRESANTES DEL CENTRO DE ESTUDIOS PREUNIVERSITARIOS DE LA UNALM

Los Ingresantes de esta Modalidad deberán presentar los siguientes documentos en el Centro de Admisión y Promoción según cronograma establecido (Pág. 58).

1. Constancia original de haber obtenido una vacante expedida por el Centro de Estudios Preuniversitarios de la UNALM.
2. Copia simple del DNI, si es menor de edad presentar adicionalmente del Padre o Apoderado.
3. Certificado de Estudios original del 1ro. al 5to. Año de Educación Secundaria, original y con todas las calificaciones aprobadas.
4. Carné de Postulante – Declaración Jurada.

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016).

Elaboración Propia

ANEXO 8: FICHA DE DATOS PERSONALES RENIEC DEL POSTULANTE

Consolidado de Datos Página 1 de 1

Consultas en línea

Datos del Ciudadano

La Información mostrada no es una consulta al Padrón Electoral

 <p>Aumentar Normal</p> <p>Aumentar Normal</p>	Código Único de Identificación:	77770000000000000000
	Primer Apellido:	██████████
	Segundo Apellido:	██████████
	Prenombres:	████████████████████
	Sexo:	Masculino
	Fecha de Nacimiento:	██-██-██
	Departamento de Nacimiento:	LIMA
	Provincia de Nacimiento:	LIMA
	Distrito de Nacimiento:	LIMA
	Grado de Instrucción:	SECUNDARIA COMPLETA
	Estado Civil:	SOLTERO
	Estatura:	1.78 m
	Fecha de inscripción:	14-06-2012
	Nombre del Padre:	████████████████████
	Nombre de la Madre:	██████████
	Fecha de Emisión:	██████████
	Restricción:	NINGUNA
	Domicilio:	████████████████████
	Departamento de Domicilio:	LIMA
	Provincia de Domicilio:	LIMA
Distrito de Domicilio:	MAGDALENA DEL MAR	
Multas Electorales:	-----	
Consulta sólo para uso interno de:		UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA
Usuario:		43627458 -- 17/07/2015 17:14:42
Hoja Informativa emitida a través de Consultas en Línea Internet, NO tiene validez para ningún trámite administrativo, judicial u otros.		

Derechos Reservados © RENIEC

<https://cel.reniec.gob.pe/cel/servlet/cel.servlet.SrConsolidado>
17/07/2015

Figura 89: Ficha RENIEC de datos personales del postulante

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción. RENIEC (2015)

ANEXO 9: ANÁLISIS ESTRATÉGICO: ÁMBITO EXTERNO E INTERNO

Según Hernández (2012), el análisis estratégico constituye el primer paso y el fundamento de todo proceso de dirección estratégica, pues condiciona todos los demás. Comprende tres etapas fundamentales: la determinación de la misión, visión y objetivos estratégicos de la empresa, el análisis de su entorno y el análisis interno.

1. Misión, visión y objetivos

La misión representa la razón de ser de una organización y respondería a la pregunta de por qué y para qué existe la empresa. Representa la declaración más general de la empresa en el entorno en que se encuentra, definiendo su forma de actuar, sus valores, su ideología, lo que quiere ser y a dónde quiere llegar. La declaración de la misión normalmente identifica el producto o el servicio, el nicho de mercado y/o la tecnología utilizada por la empresa.

Algunos investigadores consideran que es conveniente incorporar a la misión planteamientos del futuro en los que aparezca la percepción de lo que la empresa podría o debería llegar a ser. Ésta es la idea de lo que se denomina visión. La visión, como señalan Guerras y Navas (2007), refleja la imagen mental de la trayectoria de la empresa en su funcionamiento, por tanto, hace referencia a la percepción actual de lo que será o debería ser la empresa en el futuro y establece los criterios que la organización debe utilizar para fijar el camino a seguir. La misión empresarial se concreta y desarrolla a través de los objetivos. (...) Los objetivos se interpretan como un compromiso de la organización para alcanzar unos resultados determinados en un tiempo determinado y a través de los cuales se puede medir el avance de la empresa. Los objetivos se jerarquizan y se definen para un determinado periodo de tiempo.

2. Análisis externo: el entorno de la empresa

2.1. Análisis del entorno general: Análisis PESTEL

Un entorno general está integrado por un amplio abanico de factores sociales, políticos y económicos, fundamentalmente, que delimitan el marco general en el que las empresas se desenvuelven. (...) Con el análisis del entorno general se trata de hacer un adecuado diagnóstico de la situación actual y futura y así poder detectar las amenazas y oportunidades que se presentan a la empresa tanto en el momento actual como en el futuro. (...)

Los tipos de variables a tener en cuenta en el análisis del entorno están identificados por Johnson et al. (2006) como Análisis PESTEL, en función de las iniciales de las dimensiones consideradas y son:

- a. Dimensión política
 - Situación política.
 - Política económica.
 - Política industrial.

- b. Dimensión económica
 - Producto Interior Bruto.
 - Inflación.
 - Balanza de pagos.
 - Paro.
 - Productividad.
 - Mercado de capitales.
 - Recursos energéticos.

- c. Dimensión social
 - Valores y actitudes.
 - Grupos sociales.
 - Conflictividad laboral.
 - Mercado de Trabajo.
 - Sindicatos.
 - Defensa del consumidor.

- d. Dimensión tecnológica
 - Política de I + D.
 - Conocimientos científicos y tecnológicos.
 - Infraestructura científica y tecnológica.
 - Disponibilidad nuevas tecnologías.

- e. Dimensión ecológica
 - Política medioambiental.
 - Tratamiento de residuos.

- Consumo de energía.
- f. Dimensión legal
- Seguridad e higiene en el trabajo.
 - Defensa de la competencia.
 - Calidad y seguridad de los productos.

2.2. Análisis del entorno específico: Modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter

El entorno específico engloba los factores que afectan de forma singular a un conjunto de empresas con características similares. Es decir, se refiere al sector industrial, entendiendo por tal el conjunto de empresas que compiten entre sí o venden a un grupo común de compradores. (...) Por tanto, el propósito del análisis del entorno específico o competitivo es ayudar a la empresa a decidir sobre la ubicación más favorable en su entorno.

El conocido como Modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter señala que el grado de atractivo de una industria viene determinado por la atracción de cinco fuerzas competitivas básicas, que, en su conjunto, definen la posibilidad de obtención de rentas superiores. Estos elementos componentes del entorno competitivo o fuerzas competitivas son: competidores potenciales, competidores actuales, clientes, proveedores y productos sustitutos. El comportamiento de estas cinco fuerzas competitivas es una cuestión esencial en el análisis, diseño y elección de la estrategia empresarial.

3. Análisis interno

3.1. Cadena de valor

La cadena de valor, popularizada por Porter (1987), constituye un valioso instrumento en el análisis interno. La cadena de valor de un producto está formada por todas las actividades que una empresa debe llevar a cabo para vender un producto o servicio. Cada actividad nueva que se realiza incorpora una parte del valor que va asociado al producto final y representa, asimismo, una parte del coste total de dicho producto.

El objetivo del análisis de la cadena de valor está en identificar dónde están las fuentes de ventajas competitivas para la empresa, es decir, los aspectos o partes de la empresa que más contribuyen a la generación del valor total obtenido.

3.2. Análisis DAFO

El análisis DAFO es un resumen de todo el análisis estratégico, tanto interno como externo. En este análisis se recogen conjuntamente los resultados del análisis interno, identificando las principales fortalezas y debilidades, y del análisis externo, con las amenazas y oportunidades más relevantes. La denominación (análisis DAFO) obedece a las iniciales de debilidades-amenazas-fortalezas-oportunidades (en la versión inglesa, análisis SWOT, strengths-weaknesses-opportunities-threats).

ANEXO 10: ANÁLISIS PESTEL

a. Dimensión política

La Ley N° 28044, Ley General de Educación, tiene por objeto establecer los lineamientos generales de la educación y del Sistema Educativo Peruano, las atribuciones del Estado y los derechos y responsabilidades de las personas y la sociedad en su función educadora, y la cual fue aprobada en el 2012 durante el gobierno del presidente Ollanta Humala Tasso (El Peruano, 2016).

Para la educación superior universitaria, la Ley Universitaria N° 30220 fue promulgada a mediados del 2014, en una ceremonia llevada a cabo en el Salón Dorado de Palacio de Gobierno. Según el ex presidente Ollanta Humala (2014), “somos un país líder en crecimiento económico (...) sin embargo, en educación no podemos sentirnos orgullosos porque no lideramos en calidad educativa ni siquiera en la región, nuestras universidades no figuran en el ranking internacional” (El Comercio, 2014).

Humala (2014), afirma también que “hoy en día tenemos un mercado imperfecto en la educación universitaria, tenemos universidades que en realidad no calificarían como tales, prueba de ello de la falta de oportunidades laborales para los jóvenes que egresan de dichos centros de estudios” (El Comercio, 2014).

Adicionalmente, el Congreso de la República aprobó por mayoría el proyecto de ley que establece una moratoria de cinco años para la creación de nuevas universidades públicas o privadas en el país. La norma suspende por el mismo periodo la creación de filiales de universidades públicas y privadas, creadas bajo cualquier modalidad permitida por ley. La moratoria tiene por finalidad permitir que en esos años se replantee la política de la educación superior universitaria, a fin de que se exprese en una nueva ley (El Comercio, 2012).

b. Dimensión económica

Para el Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía del Perú se fortaleció con una mayor rapidez a lo proyectado en octubre del 2015 y terminó el año pasado con una recuperación sustancial (3.3 %). En las perspectivas económicas dadas a conocer, el FMI prevé que el crecimiento siga el 2016, en 3.7 % impulsado por la inversión en el sector minero, pero también gracias a la resiliencia de otros sectores. Para el

2017 estima que el Perú crecerá 4.1 % (La República, 2016).

Además, el presupuesto al sector educación alcanzará una cifra histórica de 3.85 % del PBI, dicho incremento está por encima de lo establecido en el Acuerdo Nacional. Por lo tanto, del presupuesto público 2016, que alcanza los S/ 138 490, 5 millones, el sector educación representará el 22 % del total (El Comercio, 2015).

c. Dimensión social

Según el II Censo Nacional Universitario (INEI, 2010), en condiciones ideales, el ingreso a la universidad debería darse al año siguiente de egresar la secundaria, siendo la edad normativa de culminación de la secundaria los 16 años, el ingreso a la universidad sería hacia los 17 años de edad; sin embargo, en la práctica son muy pocos los jóvenes que logran ingresar a la universidad a esta edad, siendo la edad promedio de ingreso a la universidad igual a 18.9 años.

El INEI (2015), precisó que en Lima Metropolitana, 23 de cada 100 hombres tienen educación superior universitaria. El promedio de años de estudio es once, lo que implica haber culminado la educación básica (primaria, secundaria). En relación al nivel educativo, el 23 % de los hombres y el 20 % de mujeres cuentan con educación superior, en cambio en el nivel superior no universitaria (institutos), es mayor el porcentaje de las mujeres (17 %) que el de varones (16 %) (La República, 2015).

Asimismo, el 46 % de las mujeres y el 51.5 % de hombres solo tienen nivel secundaria y en menor porcentaje se encuentran los que solo tienen nivel primaria: hombres (8.7 %) y mujeres (14.6 %) (La República, 2015).

Por último, las carreras que permiten trabajar en más campos son Ingeniería Industrial, Administración de Empresas y Contabilidad (en ese orden), y las que tienen mayor proyección en el futuro son Ingeniería Ambiental, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Industrial, Negocios Internacionales y Administración de Empresas (UCSS, 2015).

d. Dimensión tecnológica

Según el Foro Económico Mundial (WEF), el desarrollo de Perú se ve limitado por barreras tales como el sistema educativo de baja calidad (Puesto 133), baja calidad en la educación en matemáticas y ciencias (138) que dificultan la preparación del país para hacer buen uso de las Tecnologías de la Información, así como la falta de eficacia de los órganos legislativos (140), que retrasan el entorno regulatorio para las

TIC (SNI, 2015).

El Perú invierte en innovación empresarial, ciencia y tecnología poco más del 0.12 % del PBI, cuando en países de América Latina se invierte en promedio 1.75 %. Sin embargo, para el 2016 se propone incrementar esta a 0.7 % del PBI (Perú 21, 2015). En Febrero del 2015, se aprobó la ley que promueve la inversión en investigación científica, desarrollo e innovación tecnológica (I+d+i); con ello las empresas podrán deducir el IR hasta 175 % en el caso de los proyectos desarrollados directamente por el contribuyente o en centros de investigación científica, de desarrollo tecnológico o de innovación tecnológica domiciliados en el país, y 150 % si es que se trabaja en centros de I+d+i extranjeros (Perú 21, 2015).

e. Dimensión ecológica

El Perú debe aprovechar las oportunidades de crecimiento económico y de desarrollo sostenible de su riqueza natural, como es el caso del sector forestal; por ejemplo, el cual según información proporcionada por el Programa Nacional de Bosques para la Mitigación del Cambio Climático (PNBMCC), el Perú se ubica en el segundo lugar en extensión de bosques naturales de Sudamérica y en el noveno lugar a escala mundial. Sin embargo, debe reconocerse que la situación en dicho sector es ostensiblemente deficitaria desde el punto de vista ambiental, económico y social (MINAM, 2014).

Aumentar la participación del Perú en el mercado de maderas requiere promover el manejo sostenible y con inclusión social de los bosques, estimulando no solamente el espíritu emprendedor sino mejorar mecanismos orientados a crear un clima propicio para la inversión en el sector forestal (MINAN, 2014).

Resulta también importante resaltar lo que viene desarrollando el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA), que ha consolidado un nuevo enfoque de fiscalización ambiental basado en la búsqueda de equilibrios entre el desarrollo de actividades económicas y el derecho que tienen todos los ciudadanos de vivir en un ambiente sano (MINAN, 2014).

En el año 2013, mediante Resolución N° 175-2013-MINAN, el MINAN aprueba la Agenda de Investigación Ambiental (AIA), con el propósito de definir un marco conceptual e instrumental para fomentar y guiar las actividades de la investigación ambiental del Perú, identificando líneas estratégicas para su impulso, y proponiendo líneas temáticas prioritarias y de interés, de manera que se pueda cubrir la demanda

de conocimiento ambiental que el país requiere, incorporando las líneas priorizadas en la Agenda Nacional de Investigación en Cambio Climático (MINAN, 2014).

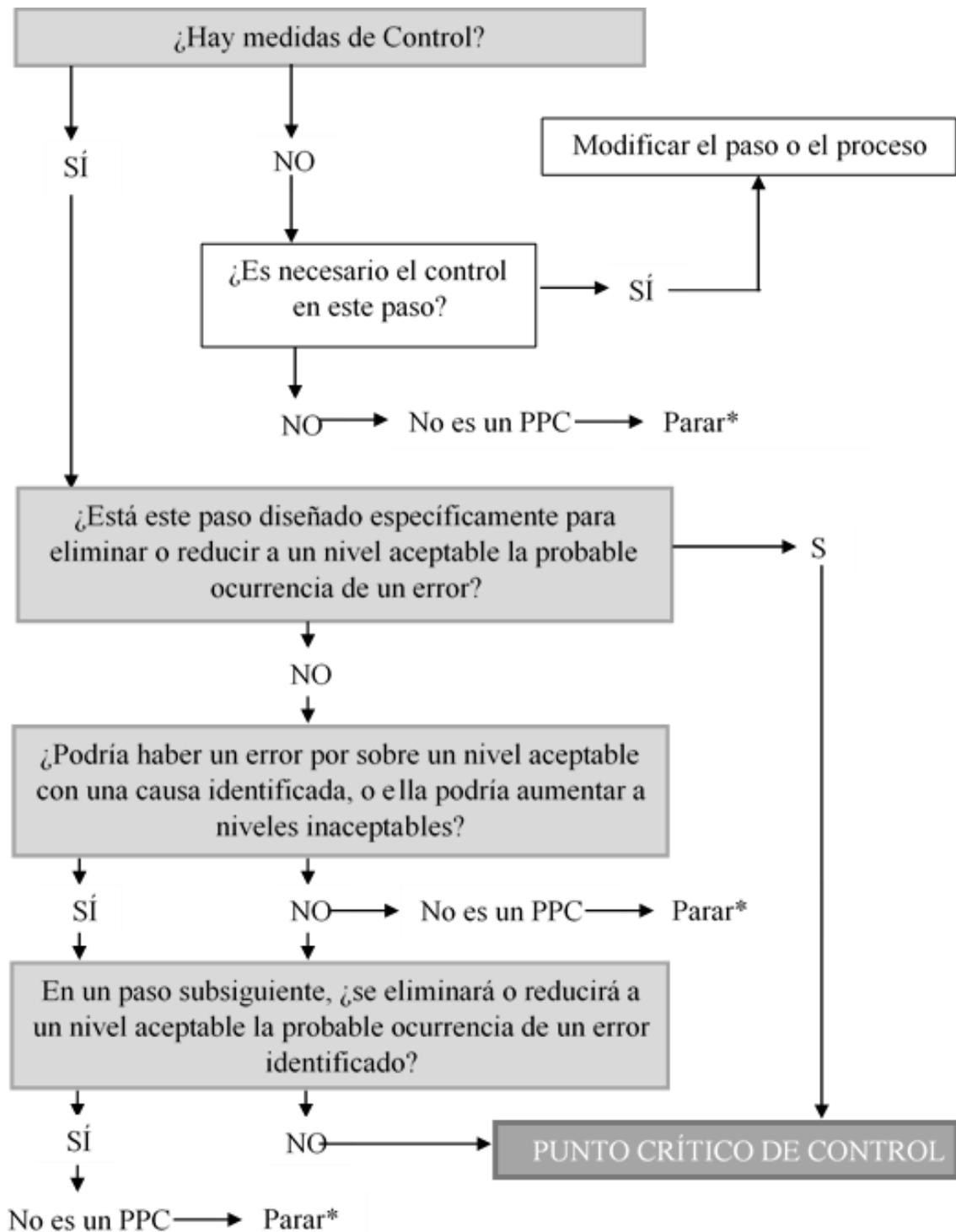
La Red Ambiental Interuniversitaria – Interuniversia Perú (RAI), es una red facilitada por el MINAN y está integrada por 64 universidades de 23 regiones del país, quienes vienen formulando sus políticas ambientales universitarias y constituyendo comités ambientales universitarios. La integración de la dimensión ambiental en las universidades no solo se limita a impulsar procesos de ambientalización de la currícula universitaria, sino que esta trasciende a las demás funciones de la universidad (investigación, extensión y gestión del campus o sede universitaria). La finalidad es desarrollar en los profesionales de las diversas disciplinas una ética y perspectiva ambiental, puesto que cada profesional desde su campo de acción y práctica laboral puede aportar a la sostenibilidad de nuestro planeta (MINAN, 2016).

f. Dimensión legal

La admisión a la universidad se realiza mediante concurso público, previa definición de plazas y máximo una vez por ciclo. El concurso consta de un examen de conocimientos como proceso obligatorio principal y una evaluación de aptitudes y actitudes de forma complementaria opcional. El Estatuto de cada universidad establece las modalidades y reglas que rigen el proceso ordinario de admisión y el régimen de matrícula al que pueden acogerse los estudiantes. Ingresan a la universidad los postulantes que alcancen plaza vacante y por estricto orden de mérito (Ley N° 30220, Artículo 98).

Como parte del cambio de la estructura interna de la UNALM, el Departamento de Admisión pasó a ser Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina, que dependería directamente del Vicerrectorado Académico, aprobado mediante la Resolución N° 001-2012-AU-UNALM, lo cual permite que el CAP pueda solicitar activos e invertirlos en bien común con la universidad, evitando procedimientos burocráticos (CAP - UNALM, 2014).

ANEXO 11: ÁRBOL DE DECISIONES PARA IDENTIFICAR PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL



FUENTE: Carpio (2015).

Elaboración Propia

**ANEXO 12: LISTA DE VERIFICACIÓN EN BASE A LA NORMA ISO 9001:2015
EN LA FASE I. ANÁLISIS DEL PROCESO**

PREGUNTAS	CALIFICACIÓN (EN %)
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	
4.1. Comprensión de la organización y de su contexto	
1. ¿La organización determina las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que afectan su capacidad para lograr los resultados previstos de su SGC?	25
2. ¿La organización realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas?	25
4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	
3. ¿La organización determina las partes interesadas que son pertinentes al SGC y los requisitos pertinentes de estas partes interesadas para el SGC?	25
4. ¿La organización realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos pertinentes?	25
4.3 Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad	
5. ¿La organización determina los límites y la aplicabilidad del sistema de gestión de la calidad para establecer su alcance?	0
6. ¿La organización considera cuestiones externas e internas, requisitos de las partes interesadas y productos y servicios, una vez establecido el alcance?	0
7. ¿La organización aplica los requisitos de la Norma técnica si es aplicable en el alcance determinado de su SGC?	0
8. ¿El alcance del SGC está disponible y se mantiene como información documentada, además de establecer los tipos de productos y servicios cubiertos y proporcionar la justificación para cualquier requisito de la Normas Técnica que la organización determina que no es aplicable para el alcance de su SGC?	0
4.4. Sistema de gestión de la calidad y sus procesos	
4.4.1.	
9. ¿La organización establece, implementa, mantiene y mejora continuamente un SGC, incluido los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo a los requisitos de la Norma Técnica?	0
10. ¿La organización determina los procesos necesarios para el SGC y su aplicación a través de la organización y: Determina las entradas requeridas y las salidas esperadas Determina la secuencia e interacción de estos procesos	20

...continuación

<p>Determina y aplica los criterios y los métodos necesarios para asegurarse de la operación eficaz y el control de estos procesos</p> <p>Determina los recursos necesarios para estos procesos y asegurarse de su disponibilidad</p> <p>Aborda los riesgos y oportunidades determinados de acuerdo con los requisitos del apartado 6.1</p> <p>Evalúa los procesos e implementa cualquier cambio necesario para asegurarse de que estos procesos logran los resultados previstos</p> <p>Mejora los procesos y el SGC?</p>	
4.4.2.	
<p>11. ¿La organización mantiene y conserva la información de los procesos documentada para tener la confianza de que los procesos se realizan según lo planificado?</p>	25
5. LIDERAZGO	
5.1 Liderazgo y compromiso	
5.1.1 Generalidades	
<p>12. ¿La alta dirección demuestra liderazgo y compromiso con respecto al SGC?</p>	0
5.1.2 Enfoque al cliente	
<p>13. ¿La alta dirección demuestra liderazgo y compromiso con respecto al enfoque del cliente?</p>	25
5.2 Política	
5.2.1 Establecimiento de la política de calidad	
<p>14. ¿La alta dirección establece, implementa y mantiene una política de calidad que:</p> <p>Es apropiada al propósito y contexto de la organización y apoya la dirección estratégica</p> <p>Proporciona un marco de referencia para el establecimiento de la calidad</p> <p>Incluye un compromiso de cumplir con los requisitos aplicables</p> <p>Incluye un compromiso de mejora continua del SGC?</p>	0
5.2.2 Comunicación de la política de la calidad	
<p>15. ¿La política de la calidad:</p> <p>Está disponible y se mantiene como información documentada</p> <p>Se comunica, entiende y aplica dentro de la organización</p> <p>Está disponible para las partes interesadas pertinentes, según corresponda?</p>	0
5.3 Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	
<p>16. ¿La alta dirección asegura que las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes se asignen, se comuniquen y se entiendan en toda la organización?</p>	45

...continuación

<p>17. ¿La alta dirección asigna la responsabilidad y autoridad para: Asegurar de que el SGC es conforme con los requisitos de la Norma Asegurar de que los procesos están generando y proporcionando las salidas previstas Informar a la alta dirección sobre el desempeño del SGC y sobre las oportunidades de mejora (véase 10.1) Asegurar de que se promueve el enfoque al cliente en toda la organización Asegurar de que la integridad del SGC se mantiene cuando se planifican e implementan cambios en el SGC?</p>	10
6. PLANIFICACIÓN	
6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades	
6.1.1	
<p>18. ¿La organización considera las cuestiones referidas a la organización y su contexto (véase 4.1) y los requisitos de las partes interesadas (véase 4.2), y determina los riesgos y oportunidades que es necesario abordar?</p>	25
6.1.2.	
<p>19. ¿La organización planifica las acciones para abordar los riesgos y oportunidades y la manera de integrar, implementar y evaluar estas acciones?</p>	25
6.2 Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos	
6.2.1	
<p>20. ¿La organización establece objetivos de calidad para las funciones y niveles pertinentes y los procesos necesarios para el SGC?</p>	10
<p>21. ¿Los objetivos de la calidad son coherentes, medibles, tienen en cuenta los requisitos aplicables, pertinentes para la conformidad de los productos y servicios, objeto de seguimiento, comunicados y actualizados?</p>	10
<p>22. ¿La organización mantiene información documentada sobre los objetivos de la calidad?</p>	0
6.2.2	
<p>23. ¿La organización al planificar cómo lograr sus objetivos de la calidad determina:</p>	10
Qué se va a hacer	
Qué recursos se requerirán	
Quién será responsable	
Cuándo se finalizará	
Cómo se evaluarán los resultados?	

...continuación

6.3 Planificación de los cambios	
24. ¿La organización lleva a cabo de manera planificada (véase 4.4) la necesidad de cambios en el SGC?	0
25. ¿La organización considera?: El propósito de los cambios y sus consecuencias potenciales Integridad del SGC Disponibilidad de recursos Asignación o reasignación de responsabilidades y autoridades	0
7. APOYO	
7.1 Recursos	
7.1.1. Generalidades	
26. ¿La organización determina y proporciona los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC?	0
27. ¿La organización considera las capacidades y limitaciones de los recursos existente y qué necesita obtener de los proveedores externos?	65
7.1.2. Personas	
28. ¿La organización determina y proporciona las personas necesarias para la implementación eficaz de su SGC y para la operación y control de sus procesos?	60
7.1.3. Infraestructura	
29. ¿La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos y lograr la conformidad de los productos y servicios?	60
7.1.4. Ambiente para la operación de los procesos	
30. ¿La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios?	60
7.1.5. Recursos de seguimiento y medición	
7.1.5.1. Generalidades	
31. ¿La organización determina y proporciona los recursos necesarios para asegurar la validez y fiabilidad de los resultados cuando se realice el seguimiento o la medición para verificar la conformidad de los productos y servicios con los requisitos?	60
32. ¿La organización se asegura de que los recursos proporcionados sean apropiados para el tipo específico de actividades de seguimiento y medición realizadas; y que se mantienen para asegurar la idoneidad continua para su propósito?	65

...continuación

<p>33. ¿La organización conserva la información documentada apropiada como evidencia de que los recursos de seguimientos y medición son idóneos para su propósito?</p>	<p>65</p>
<p>7.1.5.2. Trazabilidad de las mediciones</p>	
<p>34. Si la trazabilidad de las mediciones es un requisito esencial de la organización, ¿el equipo de medición está calibrado, determinado su estado y protegido contra ajustes, daños o deterioro?</p>	<p>0</p>
<p>35. ¿La organización determina si la validez de los resultados de medición previos se ha visto afectada de manera adversa cuando el equipo de medición se considera no apto para su propósito previsto y toma las acciones adecuadas cuando es necesario?</p>	<p>0</p>
<p>7.1.6. Conocimientos de la organización</p>	
<p>36. ¿La organización determina los conocimientos necesarios para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios?</p>	<p>25</p>
<p>37. ¿Los conocimientos se mantienen y se ponen a disposición en la medida en que sea necesario?</p>	<p>20</p>
<p>38. ¿Cuándo se abordan las necesidades y tendencias cambiantes, la organización considera sus conocimientos actuales y determina como adquirir o acceder a los conocimientos adicionales necesarios y a las actualizaciones requeridas?</p>	<p>10</p>
<p>7.2 Competencia</p>	
<p>39. ¿La organización: Determina la competencia necesaria de las personas que realizan, bajo su control, un trabajo que afecta al desempeño y eficacia del SGC Asegura que estas personas sean competentes, basándose en la educación, formación o experiencia apropiada Cuando sea aplicable, tomar acciones para adquirir la competencia necesaria y evaluar la eficacia de las acciones tomadas Conserva la información documentada apropiada como evidencia de la competencia?</p>	<p>25</p>
<p>7.3. Toma de conciencia</p>	
<p>40. ¿La organización se asegura de que las personas que realizan el trabajo bajo el control de la organización tomen conciencia de: La política de calidad Los objetivos de la calidad pertinentes Su contribución a la eficacia del SGC, incluidos los beneficios de una mejora del desempeño Implicaciones del incumplimiento de los requisitos del SGC?</p>	<p>10</p>

...continuación

7.4 Comunicación	
41. ¿La organización determina las comunicaciones internas y externas pertinentes al SGC?	10
7.5 Información documentada	
7.5.1. Generalidades	
42. ¿El SGC incluye: La información documentada requerida por la Norma técnica Información documentada que la organización determina como necesaria para la eficacia del SGC?	0
7.5.2. Creación y actualización	
43. Al crear y actualizar la información documentada, ¿la organización se asegura de que lo siguiente sea apropiado: La identificación y descripción El formato La revisión y aprobación con respecto a la conveniencia y adecuación?	40
7.5.3. Control de la información documentada	
7.5.3.1.	
44. ¿La organización se asegura de que la información documentada requerida por el SGC y por la Norma esté disponible y sea idónea para su uso; esté protegida adecuadamente?	20
7.5.3.2.	
45. ¿La organización aborda las actividades necesarias para el control de la información documentada interna y externa?	40
8. OPERACIÓN	
8.1 Planificación y control operacional	
46. ¿La organización planifica, implanta y controla los procesos (véase 4.4) necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de productos y servicios, y para implementar las acciones determinadas en el capítulo 6?	65
47. ¿La organización controla los cambios planificados y revisa las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso, según sea necesario?	60
48. ¿La organización se asegura de que los procesos contratados externamente estén controlados (véase 8.4)?	50
8.2 Requisitos para los productos y servicios	
8.2.1 Comunicación con el cliente	

...continuación

<p>49. ¿La comunicación incluye?: Información relativa a los productos y servicios Tratar las consultas, los contratos o los pedidos, incluyendo los cambios La retroalimentación de los clientes Manipulación o control de la propiedad del cliente Requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente</p>	<p>65</p>
<p>8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios</p>	
<p>50. Cuando se determinan los requisitos para los productos y servicios que se van a ofrecer a los clientes, ¿la organización se asegura de que los requisitos para los productos y servicios se definen y que se cumple las declaraciones acerca de los productos y servicios que ofrece?</p>	<p>65</p>
<p>8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios</p>	
<p>8.2.3.1</p>	
<p>51. ¿La organización se asegura de que tiene la capacidad de cumplir los requisitos para los productos y servicios que va a ofrecer a los clientes y lleva a cabo una revisión antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a un cliente?</p>	<p>65</p>
<p>52. ¿La organización se asegura de que se resuelven las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido?</p>	<p>45</p>
<p>53. ¿La organización confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación, cuando el cliente no proporcione una declaración documentada de sus requisitos?</p>	<p>40</p>
<p>8.2.3.2.</p>	
<p>54. ¿La organización conserva la información documentada sobre los resultados de la revisión y nuevos requisitos?</p>	<p>45</p>
<p>8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios</p>	
<p>55. ¿La organización se asegura de que, cuando se cambien los requisitos para los productos y servicios, la información documentada pertinente sea modificada, y de que las personas pertinentes sean conscientes de los requisitos modificados?</p>	<p>45</p>
<p>8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios</p>	
<p>8.3.1. Generalidades</p>	
<p>56. ¿La organización establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurarse de la posterior provisión de productos y servicios?</p>	<p>60</p>

...continuación

8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo	
<p>57. Al terminar las etapas y controles para el diseño y desarrollo, ¿la organización considera:</p> <p>La naturaleza, duración y complejidad de las actividades</p> <p>Etapas del proceso requeridas</p> <p>Actividades de verificación y validación</p> <p>Responsabilidades y autoridades involucradas</p> <p>Necesidades de recursos internos y externos</p> <p>Controlar las interfaces entre las personas que participan</p> <p>Participación activa de los clientes y usuarios</p> <p>Requisitos para la posterior provisión</p> <p>Nivel de control del proceso esperado por los clientes y partes interesadas</p> <p>Información documentada para demostrar que se han cumplido los requisitos del diseño?</p>	25
8.3.3. Entradas para el diseño y desarrollo	
<p>58. ¿La organización determina los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a diseñar y desarrollar?</p>	25
<p>59. ¿La organización conserva la información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo?</p>	25
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo	
<p>60. ¿La organización aplica controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que:</p> <p>Se definen los resultados a lograr</p> <p>Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos</p>	0
Se realizan actividades de verificación para asegurarse de que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas	
Se realizan actividades de validación para asegurarse de que los productos y servicios satisfacen los requisitos	
Se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones	
Se conserva la información documentada de estas actividades?	
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo	
<p>61. ¿La organización se asegura de que las salidas del diseño y desarrollos cumplan los requisitos de las entradas, sean adecuadas para los procesos posteriores, incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, especifican las características de los productos y servicios que son esenciales para su propósito?</p>	40
<p>62. ¿La organización conserva la información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo?</p>	10

...continuación

8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo	
63. ¿La organización identifica, revisa y controla los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios?	20
64. ¿La organización conserva la información documentada sobre los cambios, los resultados, la autorización de los cambios y las acciones tomadas por prevenir los impactos adversos?	10
8.4 Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente	
8.4.1 Generalidades	
65. ¿La organización se asegura de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conformes a los requisitos?	25
66. ¿La organización determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente cuando: Los productos y servicios de proveedores externos están destinados a incorporarse dentro de los propios productos y servicios de la organización Los productos y servicios son proporcionados directamente a los clientes por proveedores externos en nombre de la organización Un proceso, o una parte del proceso, es proporcionado por un proveedor externo como resultado de una decisión de la organización?	10
67. ¿La organización determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos, basándose en su capacidad para proporcionar procesos o productos y servicios de acuerdo con los requisitos?	10
68. ¿La organización conserva la información documentada de estas actividades y de cualquier acción necesaria que surga de las evaluaciones?	10
8.4.2 Tipo y alcance del control	
69. ¿La organización se asegura de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afecten de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios conformes de manera coherente a sus clientes?	25
70. ¿La organización:	10
Asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro de su SGC	
Define los controles que pretende aplicar a un proveedor externo y los que pretende aplicar a las salidas resultantes	
Tiene en consideración el impacto de los procesos suministrados y la eficacia de los controles aplicados por el proveedor externo	
Determina la verificación u otras actividades necesarias para asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente cumplen los requisitos?	

...continuación

8.4.3 Información para los proveedores externos	
71. ¿La organización asegura la adecuación de los requisitos antes de su comunicación al proveedor externo?	25
72. ¿La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, aprobación, competencia, interacciones, control y seguimiento, actividades de verificación o validación?	25
8.5 Producción y provisión del servicio	
8.5.1 Control de la producción y la provisión del servicio	
73. ¿La organización implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas?	45
8.5.2 Identificación y trazabilidad	
74. ¿La organización utiliza los medios apropiados para identificar las salidas, cuando sea necesario, para asegurar la conformidad de los productos y servicios?	10
75. ¿La organización identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos de seguimiento y medición a través de la producción y prestación del servicio?	10
76. ¿La organización controla la identificación única de las salidas cuando la trazabilidad sea un requisito, y conserva la información documentada necesaria para permitir la trazabilidad?	25
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos	
77. ¿La organización cuida la propiedad perteneciente a los clientes o a proveedores externos mientras esté bajo su control de o esté siendo utilizado por la misma?	10
78. ¿La organización identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación dentro de los productos y servicios?	10
79. Cuando la propiedad de un cliente o de un proveedor externo se pierde, deteriora o de algún modo se considera inadecuada para su uso, ¿la organización informa de esto al cliente o proveedor externo y conserva la información documentada sobre lo ocurrido?	0
8.5.4 Preservación	
80. ¿La organización preserva las salidas durante la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurarse de la conformidad con los requisitos?	10
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega	
81. ¿La organización cumple con los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios?	25

...continuación

8.5.6 Control de los cambios	
82. ¿La organización revisa y controla los cambios para la producción o la prestación del servicio, en la extensión necesaria para asegurarse de la continuidad en la conformidad con los requisitos?	0
83. ¿La organización conserva información documentada que describa los resultados de la revisión de los cambios, las personas que autorizan el cambio y de cualquier acción necesaria que surge de la revisión?	0
8.6 Liberación de los productos y servicios	
84. ¿La organización implementa las disposiciones planificadas, en las etapas adecuadas, para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios?	20
85. ¿La organización conserva la información documentada sobre la liberación de los productos o servicios, la cual incluye evidencia y trazabilidad?	10
8.7 Control de las salidas no conformes	
8.7.1	
86. ¿La organización se asegura de que las salidas que no sean conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir uso o entrega no intencionada?	0
87. ¿La organización toma las acciones adecuadas basándose en la naturaleza de la no conformidad y en su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios?	0
88. ¿La organización trata las salidas no conformes de una o más de las siguientes maneras: corrección, separación e información al cliente?	0
89. ¿Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrige las salidas no conformes?	45
8.7.2	
90. ¿La organización conserva la información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas y el responsable de la acción?	45
9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	
9.1 Seguimiento, medición, análisis y evaluación	
9.1.1 Generalidades	
91. ¿La organización determina qué necesita seguimiento, métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación necesarios para asegurar resultados válidos; cuándo llevar a cabo el seguimiento y la medición, y cuándo analizar los resultados?	10

..continuación

92. ¿La organización evalúa el desempeño y la eficacia del SGC?	0
93. ¿La organización conserva la información documentada apropiada como evidencia de los resultados?	0
9.1.2 Satisfacción del cliente	
94. ¿La organización realiza el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplan sus necesidades y expectativas?	40
9.1.3 Análisis y evaluación	
95. ¿La organización analiza y evalúa los datos y la información apropiados que surgen por el seguimiento y la medición?	45
9.2 Auditoría interna	
9.2.1	
96. ¿La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca del SGC?	0
9.2.2.	
97. ¿La organización Planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría que incluyen la frecuencia, los métodos, las responsabilidades, los requisitos de planificación y la elaboración de informes, que deben tener en consideración la importancia de los procesos involucrados, los cambios que afectan a la organización y los resultados de las auditorías previas Define los criterios de la auditoría y el alcance para cada auditoría Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso de auditoría Asegura que los resultados de las auditorías se informen a la dirección pertinente Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas sin demora injustificada Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y de los resultados de las auditorías?	0
9.3 Revisión por la dirección	
9.3.1 Generalidades	
98. ¿La alta dirección revisa el SGC de la organización, a intervalos planificados, para asegurarse de su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continuas con la dirección estratégica de la organización?	10
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección	

...continuación

<p>99. La revisión por la dirección se planifica y se lleva a cabo incluyendo consideraciones sobre:</p> <p>El estado de las acciones de las revisiones por la dirección previas Los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC La información sobre el desempeño y la eficacia del SGC Adecuación de los recursos Eficacia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades (véase 6.1) Oportunidades de mejora</p>	25
<p>9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección</p>	
<p>100. ¿Las salidas de la revisión por la dirección incluyen las decisiones y acciones relacionadas con?:</p> <p>Las oportunidades de mejora Cualquier necesidad de cambio en el sistema de gestión de la calidad Las necesidades de recursos</p>	25
<p>101. ¿La organización conserva la información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones por la dirección?</p>	25
<p>10. MEJORA</p>	
<p>10.1 Generalidades</p>	
<p>102. ¿La organización determina y selecciona las oportunidades de mejora e implementa cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente?</p>	25
<p>10.2 No conformidad y acción correctiva</p>	
<p>10.2.1</p>	
<p>103. Cuando ocurre una no conformidad, incluida cualquiera originada por quejas, ¿la organización reacciona ante la no conformidad y evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir ni ocurra en otra parte?</p>	25
<p>10.2.2</p>	
<p>104. ¿La organización conserva la información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades y cualquier acción tomada posteriormente y los resultados de cualquier acción correctiva?</p>	10
<p>10.3 Mejora continua</p>	
<p>105. ¿La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC?</p>	10
<p>106. ¿La organización considera los resultados del análisis y la evaluación, y las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades que deben considerarse como parte de la mejora continua?</p>	20

ANEXO 13: CUADRO BASE PARA LA CALIFICACIÓN DE LA LISTA DE VERIFICACIÓN

ESTADO	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
Requisito no desarrollado	El requisito de la norma no ha sido desarrollado por la organización a través de la gestión de sus procesos o actividades	Del 0 a 20
Requisito desarrollado parcialmente	El requisito de la norma se cumple de manera incipiente, esporádica o anecdótica como resultado de las buenas prácticas del personal responsable. No hay desarrollo sistemático ni estandarizado.	De 21 a 40
Requisito desarrollado de manera no sistemática	Existe desarrollo sistemático parcial en el cumplimiento del requisito de la norma. Este cumplimiento no se encuentra estandarizado o su estandarización es inicial.	De 41 a 60
Requisito desarrollado sistemáticamente	El cumplimiento del requisito se desarrolla sistemáticamente de acuerdo a lo requerido por la norma aunque restan algunas pocas actividades o controles por implementar para el logro de resultados efectivos. El cumplimiento está parcialmente estandarizado.	De 61 a 80
Requisito totalmente conforme	El requisito se cumple sistemáticamente con resultados efectivos a través de las actividades previamente programadas en una gestión por procesos. Este cumplimiento está plenamente estandarizado.	De 81 a 100

ANEXO 14: LLUVIA DE IDEAS DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN REALIZADO CON EL EQUIPO DEL CAP

1. Nuestro sistema de inscripción no es lo suficientemente flexible.
2. Existe un cuello de botella en la revisión de documentos.
3. Casi nunca llega la constancia de inscripción al correo del postulante.
4. La ficha de inscripción electrónica no asegura el completo llenado de los datos requeridos.
5. Demora en llegar o no llega el código del prospecto enviado a provincia porque pagan con el N° de DNI en vez de con su "Nombre".
6. Ficha de inscripción engorrosa.
7. No se imprimen las boletas de pago por derecho de inscripción a tiempo.
8. No están actualizados los convenios con los bachilleratos con la UNALM.
9. Falla el equipo de toma de huella digital.
10. No hay un protocolo de atención al cliente (teléfono, correo, atención personalizada y redes sociales).
11. Falta de un procedimiento para la atención de quejas y reclamos.
12. No hay un proceso de digitalización de documentos, ni un sistema para ingresar los datos de postulantes de años anteriores.
13. No se tiene una cartera de proveedores.
14. La encuesta realizada en la inscripción al examen de admisión no es adecuada.
15. Falta de comunicación interna y falta de reuniones semanales.
16. No hay un manual de procedimientos del CAP.
17. El CAP no tiene su propio servidor.
18. La encuesta realizada en la inscripción al examen no arroja data para tener una buena base de datos.
19. No hay un protocolo de atención al cliente.
20. Dependencia de oficinas como la OSI y servicios generales.
21. Las instalaciones y distribución no son las adecuadas para el proceso de inscripción y atención.
22. Organización vertical y falta de funciones asignadas en el proceso.
23. La información vital en el prospecto no es sencilla.

24. Revisión de video / filmación de rostros. Se filmó aulas sin estudiantes, por tanto no se pudo identificar al ingresante en los videos (fueron 25 casos), indicar al Jurado de Admisión que la filmación debe ser con aula llena.
25. Baja capacitación de los docentes que participarán el día del examen de admisión (Huella, videos, visto bueno, fotos selladas, firma del docente, otros). Para el procedimiento de verificación de la identidad del postulante
26. La información vital en el prospecto no está priorizada, no hay ejemplos didácticos, sencillo.
27. No se tiene una guía y capacitación al personal para los procesos de admisión.
28. El ambiente y distribución no son los adecuados para el proceso de admisión (sillas en el exterior del CAP).
29. Demora en llegar o no llega el código del prospecto enviado a provincia.
30. No están definidas las actividades en un manual de procedimientos
31. El SIP no es un sistema moderno ni flexible
32. Cuello de botella en la revisión de documentos
33. Aseguramiento deficiente de la identidad del postulante
34. Los medios de comunicación utilizados no tienen el impacto esperado
35. Limitación de días establecidos en el Calendario de Admisión para la inscripción de postulantes

ANEXO 16: CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA

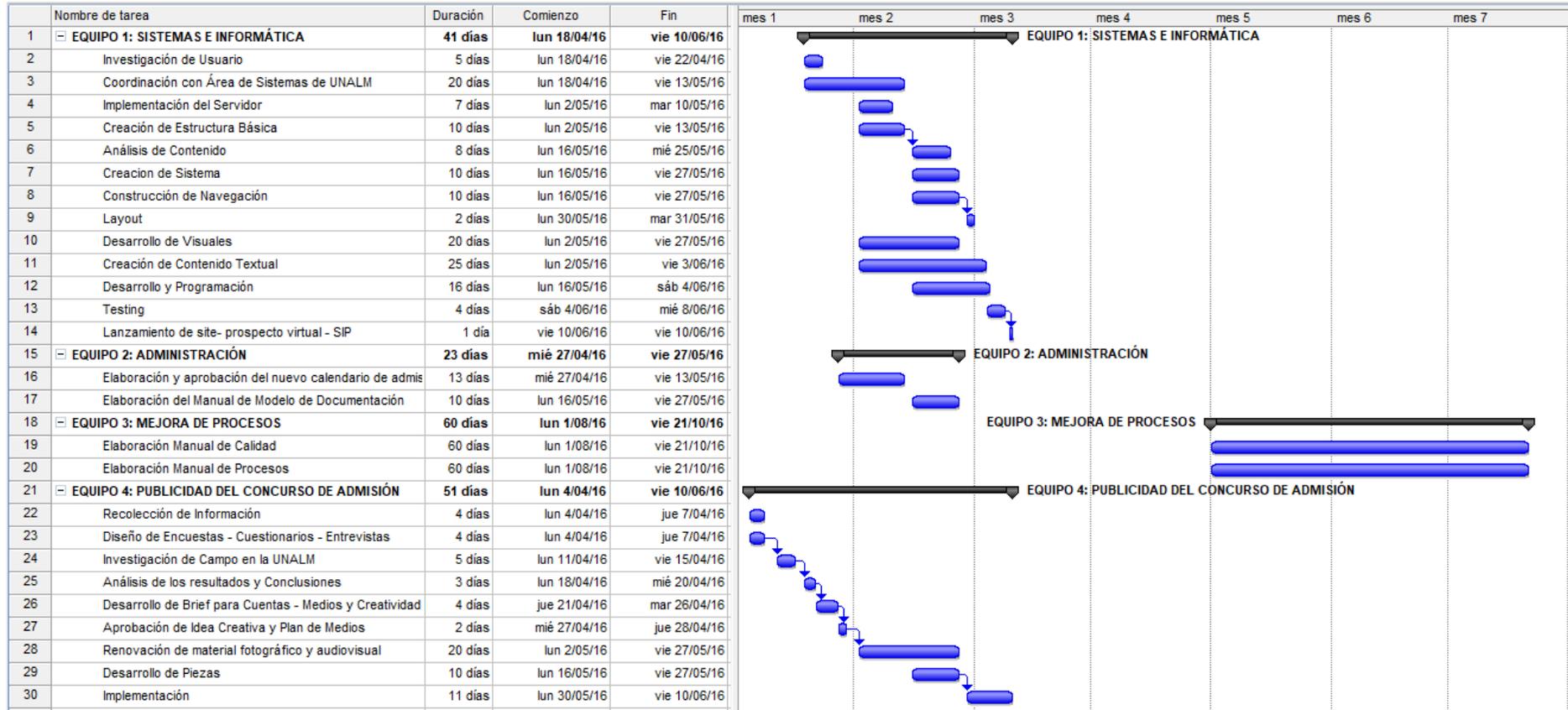


Figura 90: Cronograma de actividades de los Equipos de Trabajo

FUENTE: Elaboración Propia

ANEXO 17: MANUAL DE CALIDAD DEL CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN DE LA UNALM

El Manual de Calidad es una guía específica para la comprensión, uso y aplicación de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015, para el Proceso de Inscripción.

Este manual y la documentación en él están estructurados de acuerdo a la ISO 9001:2015 y tienen como propósito dar a los clientes, proveedores, equipo de trabajo y otras partes interesadas, una descripción de la estructura del Sistema de Gestión de la Calidad del Proceso de Inscripción del Centro de Admisión y Promoción del CAP.

**MANUAL DE CALIDAD
PARA EL PROCESO DE
INSCRIPCIÓN DEL CENTRO
DE ADMISIÓN Y
PROMOCIÓN UNALM**

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 1 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

ÍNDICE

1.	OBJETIVO DEL MANUAL DE CALIDAD	4
2.	REFERENCIAS NORMATIVAS	4
3.	TÉRMINOS Y DEFINICIONES.....	4
4.	CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	5
4.1.	COMPRESIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y DE SU CONTEXTO	5
4.2.	COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS	6
4.3.	DETERMINACIÓN DEL ALCANCE DE LA NORMA Y APLICABILIDAD	7
4.4.	SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SUS PROCESOS	7
5.	LIDERAZGO.....	8
5.1.	LIDERAZGO Y COMPROMISO	8
5.1.1.	GENERALIDADES.....	8
5.1.2.	ENFOQUE AL CLIENTE.....	9
5.2.	POLÍTICA.....	10
5.2.1.	ESTABLECIMIENTO DE LA POLÍTICA DE LA CALIDAD	10
6.	PLANIFICACIÓN.....	12
6.1.	ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES	12
6.2.	OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACIÓN PARA LOGRARLOS	12
6.3.	PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS	12
7.	APOYO	13
7.1.	RECURSOS	13
7.1.1.	GENERALIDADES.....	13
7.1.2.	PERSONAS	13
7.1.3.	INFRAESTRUCTURA.....	13
7.1.4.	AMBIENTE PARA LA OPERACIÓN DE LOS PROCESOS	14
7.1.5.	CONOCIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	14
7.2.	COMPETENCIA	15

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
Página 2 de 42			

7.3. TOMA DE CONCIENCIA	15
7.4. COMUNICACIÓN	15
7.5. INFORMACIÓN DOCUMENTADA	16
7.5.1. GENERALIDADES	16
7.5.2. CREACIÓN Y ACTUALIZACIÓN	16
7.5.3. CONTROL DE LA INFORMACIÓN DOCUMENTADA	17
8. OPERACIONES	17
8.1. PLANIFICACIÓN Y CONTROL OPERACIONAL	17
8.2. REQUISITOS PARA LOS SERVICIOS	18
8.2.1. COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE.....	18
8.2.2. DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS PARA LOS SERVICIOS.....	19
8.2.3. REVISIÓN DE LOS REQUISITOS PARA LOS SERVICIOS.....	19
8.2.4. CAMBIOS EN LOS REQUISITOS PARA LOS SERVICIOS	20
8.3. DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS SERVICIOS	20
8.3.1. GENERALIDADES.....	20
8.3.2. PLANIFICACIÓN DEL DISEÑO Y DESARROLLO.....	20
8.3.3. ENTRADAS PARA EL DISEÑO Y DESARROLLO	21
8.3.4. CONTROLES DEL DISEÑO Y DESARROLLO	21
8.3.5. SALIDAS DEL DISEÑO Y DESARROLLO.....	22
8.3.6. CAMBIOS DEL DISEÑO Y DESARROLLO	22
8.4. CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE.....	23
8.4.1. GENERALIDADES.....	23
8.4.2. TIPO Y ALCANCEL DEL CONTROL	24
8.4.3. INFORMACIÓN PARA LOS PROVEEDORES EXTERNOS	25
8.5. PRODUCCIÓN Y PROVISIÓN DEL SERVICIO	25
8.5.1. CONTROL DE LA PRODUCCIÓN Y DE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO	25
8.5.2. IDENTIFICACIÓN Y TRAZABILIDAD	26
8.5.3. PROPIEDAD PERTENECIENTE A LOS CLIENTES O PROVEEDORES EXTERNOS	26

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
			Página 3 de 42

8.5.4. PRESERVACIÓN.....	27
8.5.5. ACTIVIDADES POSTERIORES A LA ENTREGA.....	27
8.5.6. CONTROL DE LOS CAMBIOS.....	27
8.7. CONTROL DE LAS SALIDAD NO CONFORMES	28
9. OPERACIONES	29
9.1. SEGUIMIENTO, MEDICIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN	29
9.1.1. GENERALIDADES.....	29
9.1.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	29
9.1.3. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN	30
9.2. AUDITORÍA INTERNA	30
9.3. REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN	31
9.3.1. GENERALIDADES.....	31
9.3.2. ENTRADAS DE LA REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN.....	31
9.3.3. SALIDAS DE LA REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN	31
10. MEJORA	32
10.1. GENERALIDADES	32
10.2. NO CONFORMIDAD Y ACCIÓN CORRECTIVA	32
10.3. MEJORA CONTINUA	32
ANEXOS	33
ANEXO A: MAPA DE PROCESOS.....	34
ANEXO B: CARACTERIZACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS	35

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
			Página 4 de 42

1. OBJETIVO DEL MANUAL DE CALIDAD

El presente manual tiene por objetivo describir la estructura, contexto, procesos, actividades, responsables, medición, control y mejoramiento continuo del Sistema de Gestión de Calidad del Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina.

Este manual proporciona los lineamientos para los colaboradores del Centro de Admisión y Promoción, para poder alcanzar los objetivos planteados y asegurar la satisfacción de las partes interesadas.

2. REFERENCIAS NORMATIVAS

- Norma Internacional ISO 9001:2015. Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos.
- Norma Internacional ISO 9000:2015. Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario.
- Ley N° 30220 – Ley Universitaria
- Estatuto de la UNALM 2015
- Reglamento General de la Universidad Nacional Agraria La Molina. Resolución N° 001-2013-AU-UNALM.2013.
- Reglamento del Centro de Admisión y Promoción

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

- CAP: Centro de Admisión y Promoción
- UNALM: Universidad Nacional Agraria La Molina

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 5 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

4.1. COMPRENSIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y DE SU CONTEXTO

El CAP es una dependencia del Vicerrectorado Académico y es el encargado de realizar la convocatoria para el concurso de admisión a las diversas especialidades que brinda a la universidad.

El CAP tiene el principal propósito de difundir las carreras profesionales que ofrece la UNALM, esto a través de ferias vocacionales a alumnos de nivel secundaria, charlas en la universidad a alumnos de cuarto y quinto de secundaria y alumnos de academias pre universitarias, y todo público interesado en seguir estudios de pregrado en la UNALM.

En cada concurso de admisión, el CAP tiene como funciones el apoyar al Jurado del Concurso en la planificación, supervisión y evaluación de los procesos de admisión e ingreso; además de llevar el registro de los postulantes para las modalidades de ingreso. El concurso de admisión de la UNALM se anuncia mediante convocatoria pública y realiza una selección que evalúa la capacidad de razonamiento, los conocimientos y el pensamiento crítico de los postulantes, y examina tanto sus actitudes como aptitudes.

La misión y la visión del CAP son las siguientes:

- **MISIÓN:** “El Centro de Admisión y Promoción de la Universidad Nacional Agraria La Molina (CAP - UNALM) tiene la misión de planificar, diseñar, organizar, ejecutar y evaluar los procesos de admisión en pregrado, así como promocionar las diferentes carreras profesionales que ofrece la universidad y realizar investigaciones que permitan seleccionar candidatos con las condiciones básicas para iniciar o continuar estudios en la UNALM”.
- **VISIÓN:** “Ser una unidad acreditada y reconocida dentro y fuera del país por planificar, organizar, implementar, controlar y evaluar las actividades relacionadas con la Promoción de Carreras Profesionales y con el Concurso de Admisión en

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
			Página 6 de 42

sus diferentes modalidades en el marco de una filosofía de calidad. Llegar a ser una unidad directamente dependiente del Vicerrectorado Académico y formar parte integrante de un Sistema de Admisión en la UNALM".

Los valores del CAP son:

- **Responsabilidad:** capacidad para cumplir con los deberes adquiridos, con puntualidad, asistencia y productividad.
- **Justicia:** aplicación de la normatividad legal, con equidad, para la administración de conflictos.
- **Honestidad:** verdad y transparencia en lo académico y administrativo.
- **Tolerancia:** respeto a las diferencias de sexo, religión, etnia y clase social.
- **Solidaridad:** ayuda de unos a otros cuando se requiera.
- **Prudencia:** cautela al actuar.
- **Libertad de expresión:** potencial para manifestar y defender opiniones propias.
- **Convivencia pacífica:** capacidad para solucionar problemas con la negociación.
- **Identificación:** cumplimiento de normas y políticas para el desarrollo de la institución.
- **Compromiso:** voluntad para afrontar retos en pro de un bien común.

4.2. COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS

Partes interesadas

- **Postulantes:** toda aquella persona interesada en obtener una vacante de pre-grado en la Universidad Nacional Agraria La Molina, mediante el concurso de admisión y que cumple con los requisitos establecidos para poder postular mediante una de las modalidades de ingreso.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 7 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

- **Proveedores:** organizaciones que cumplen con las condiciones idóneas para proporcionar un producto o servicio al CAP y que esperan una relación estratégica de negocios a largo plazo.
- **Jurado del Concurso:** responsable del desarrollo del Concurso de Admisión y elegido por el Consejo Universitario a propuesta del Vicerrector Académico, quienes esperan que los objetivos del proceso de inscripción y del concurso de admisión se cumplan satisfactoriamente.
- **Equipo del CAP:** personal permanente y de apoyo que participan activamente en el proceso de inscripción y las actividades correspondiente para el logro de los resultados.
- **UNALM:** las autoridades y dependencias de la universidad que esperan que los postulantes admitidos mediante el examen de admisión, cubran las vacantes determinadas para el concurso de admisión.

4.3. DETERMINACIÓN DEL ALCANCE DE LA NORMA Y APLICABILIDAD

El sistema de gestión de calidad alcanza al proceso de inscripción del CAP y sus procedimientos realizados para que el postulante participe en el concurso de admisión, cualquiera que sea su modalidad de ingreso.

Exclusiones

Numeral 7.1.5. Recursos de seguimiento y medición

4.4. SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SUS PROCESOS

El CAP, en su búsqueda por el mejoramiento continuo del proceso de inscripción y el lograr la mayor satisfacción de los postulantes, ha establecido un sistema de calidad basado en los requisitos de la Norma ISO 9001:2015.

El CAP ha identificado los procesos que se encuentran involucrados directamente con el sistema de gestión de calidad, así como la interacción de los mismos y los recursos necesarios para su funcionamiento y mejora continua. El CAP cuenta con un mapa de procesos del

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 8 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

Proceso de inscripción, identificando al postulante no inscrito como elemento de entrada y al postulante con identidad verificada como elemento de salida (Ver Anexo A).

El sistema de gestión de calidad del proceso de inscripción del CAP incluye la caracterización de cada uno de sus procedimientos (Ver Anexo B):

- Elaboración del cronograma de admisión
- Elaboración del prospecto virtual de admisión
- Determinación de vacantes
- Publicidad y Promoción del concurso de admisión
- Inscripción virtual de postulantes
- Recepción y revisión de documentos
- Validación y verificación de la identidad del postulante

5. LIDERAZGO

La jefatura del CAP, el Vicerrectorado Académico y el Jurado del Concurso están comprometidos con la implementación del sistema de gestión de calidad, ya que el interés está basado en la mejora continua y la eficacia del proceso de inscripción del CAP.

5.1. LIDERAZGO Y COMPROMISO

5.1.1. GENERALIDADES

La jefatura muestra su liderazgo y compromiso con respecto al sistema de gestión de la calidad a través de los siguientes aspectos:

- Asume la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad.
- Establece una política de la calidad y los objetivos para el sistema de gestión de la calidad, y que estos sean compatibles con el contexto del CAP.
- Asegura la integración de los requisitos del sistema de gestión de la calidad en los procesos de inscripción.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 9 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

- Promueve el uso del enfoque basado en procesos.
- Asegura que los recursos para el sistema de gestión de la calidad estén disponibles.
- Comunica la importancia de una gestión de calidad y conforme los requisitos del sistema de gestión de calidad.
- Asegura que se logren los resultados previstos.
- Dirige y apoya al equipo de trabajo.
- Identifica los cambios y mejoras necesarias para el proceso de inscripción.

5.1.2. ENFOQUE AL CLIENTE

La jefatura del CAP demuestra su liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose que:

- se conozcan, se comprendan y se cumplan los requisitos de los postulantes,
- que se considere los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad del proceso de inscripción y a la capacidad de aumentar la satisfacción del postulante, y
- se mantenga el enfoque en el aumento de la satisfacción del postulante.

Asimismo, en el manual de calidad existen tres numerales que extienden lo relacionado a los puntos anteriormente mencionados:

8.2.1. Comunicación con el cliente

8.2.2. Determinación de los requisitos para los servicios

8.2.3. Revisión de los requisitos para los servicios

9.1.2. Satisfacción del cliente

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 10 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

5.2. POLÍTICA

5.2.1. ESTABLECIMIENTO DE LA POLÍTICA DE LA CALIDAD

La política de calidad del CAP es la siguiente:

El Centro de Admisión y Promoción de la UNALM es responsable de las actividades relacionadas con la promoción de carreras profesionales y el concurso de admisión en sus diferentes modalidades, permitiendo a los postulantes participar del examen de admisión y elegir las carreras profesionales ofrecidas por la universidad.

Por tanto, la implementación del sistema de gestión de calidad orienta al CAP hacia la mejora continua y el cumplimiento de los objetivos, así como el cumplimiento de las expectativas de los postulantes, utilizando los recursos necesarios y sistemas de información modernos que permitan optimizar los procesos estratégicos y de apoyo.

5.2.2. COMUNICACIÓN DE LA POLÍTICA DE LA CALIDAD

La jefatura es la responsable de que la política de calidad:

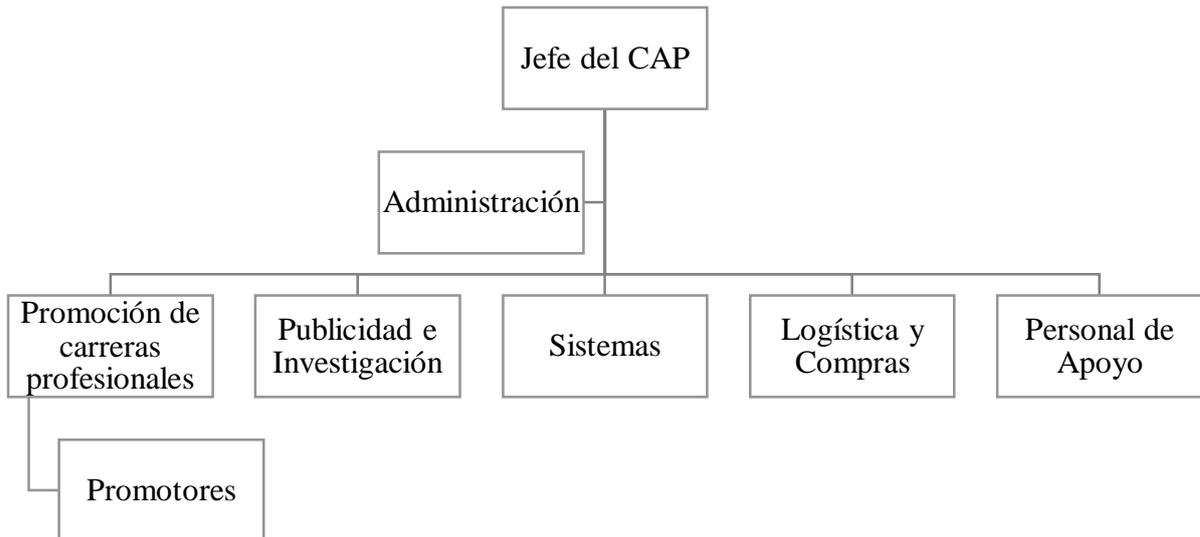
- esté disponible y se mantenga documentada
- se comunique, entienda y se aplique dentro del CAP
- esté disponible para las partes interesadas

5.2.3. ROLES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN

La jefatura del CAP ha establecido un organigrama con el fin de evidenciar la relación entre los miembros del equipo de trabajo (permanentes y de apoyo), además de evidenciar las responsabilidades y autoridades de cada uno de ellos.

El organigrama del CAP, es el siguiente:

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
Página 11 de 42			



La jefatura asigna la responsabilidad y autoridad para:

- asegurarse de que el sistema de gestión de la calidad es conforme a los requisitos de la norma
- asegurarse de que el proceso de inscripción esté generando las salidas previstas
- informar sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y sobre las oportunidades de mejora
- asegurarse de que se promueve el enfoque al cliente (postulante)
- asegurarse de que la integridad del sistema de gestión de la calidad se mantiene cuando se planifican e implementa cambios.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 12 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

6. PLANIFICACIÓN

6.1. ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES

El CAP, considerando su contexto organizacional y las expectativas de los postulantes, determina cuales son los riesgos y oportunidades que son necesarios abordar con el fin de que se puedan lograr los resultados previstos, aumentar los efectos deseables, prevenir o reducir los efectos no deseados y lograr la mejora.

Para ello, se construye una matriz de riesgos y oportunidades, estableciendo las acciones necesarias para reducir el riesgo o aprovechar la oportunidad, así como los responsables del monitoreo de las mismas.

6.2. OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACIÓN PARA LOGRARLOS

El CAP ha establecido los siguientes objetivos de calidad para el proceso de inscripción de postulantes.

- Incrementar el número de postulantes en cada proceso de admisión.
- Aprobar el Reglamento del Concurso de Admisión.
- Actualizar el plan de promoción de carreras profesionales.
- Sistematizar la emisión de documentos del área administrativa.
- Capacitar al equipo de trabajo en temas de promoción, publicidad e investigación de mercados.
- Mantener actualizado el sistema de inscripción y la página web del CAP.

6.3. PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS

Los cambios en el sistema de gestión de la calidad deben ser autorizados por la jefatura del CAP y realizarse de forma planificada. Además el CAP considera el propósito de los cambios y las consecuencias que tendrá, que se mantenga la integridad del sistema de gestión de la calidad, que se tengan los recursos necesarios y que se asigne o reasigne las responsabilidades y autoridades que correspondan.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 13 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

7. APOYO

7.1. RECURSOS

7.1.1. GENERALIDADES

El CAP determina y proporciona los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del sistema de gestión de la calidad. Además, el CAP considera las capacidades y limitaciones de los recursos internos existentes y qué se necesita obtener de los proveedores externos.

7.1.2. PERSONAS

El CAP está conformado por cinco personas de plaza permanente y un grupo de apoyo, además de los promotores (estudiantes y docentes) quienes participan en las ferias y charlas ofrecidas para el público objetivo.

El Jefe del CAP es un docente ordinario elegido por concurso interno de méritos y tiene bajo su responsabilidad el planificar, dirigir, supervisar y controlar los procedimientos realizados por la dependencia a fin que cumpla con las disposiciones finales establecidas.

El personal permanente es personal administrativo o técnico que están sujetos al régimen de los servidores públicos, el grupo de apoyo y los promotores son docentes y alumnos que colaboran con el cumplimiento de las funciones del CAP.

7.1.3. INFRAESTRUCTURA

Con el fin de proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para la operación del proceso de inscripción, el CAP ha implementado una oficina de una planta, la cual esta compartida en un área de trabajo, oficina del jefe, un *kitchen*, servicios higiénicos para damas y caballeros, y dos depósitos de materiales y archivos.

En el área de trabajo están ubicadas las mesas y los escritorios del personal permanente del CAP. Asimismo, se encuentran instaladas las líneas telefónicas anexas a la línea principal

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
			Página 14 de 42

de la UNALM y dos líneas independientes, cableado de red y señal inalámbrica. Se cuenta con computadoras de escritorio, computadoras personales e impresoras.

Se tiene un servidor con el que funciona el sistema de inscripción y la página web www.carrerasquepasionan.pe, además del convenio establecido con RENIEC para el uso del sistema biométrico en el concurso de admisión, para la verificación de la identidad del postulante.

Se cuenta además con una camioneta para las actividades relacionadas con la promoción de carreras profesionales y traslado de materiales del CAP, y por último, puntos de comunicación de paneles dentro y fuera del campus universitario de la UNALM.

7.1.4. AMBIENTE PARA LA OPERACIÓN DE LOS PROCESOS

El CAP determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los procesos.

El ambiente de trabajo se basa en el respeto entre los trabajadores, personal permanente y el grupo de apoyo, quienes además tienen constante contacto con el postulante, para brindarles la información necesaria de las carreras profesionales y resolver sus dudas y así decidir por la UNALM como opción de casa de estudio.

7.1.5. CONOCIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

A efectos de la correcta operación del proceso de inscripción y de garantizar la conformidad del servicio, se ha determinado que los conocimientos necesarios son:

- Normas legales y reglamentarias aplicables al CAP y la UNALM.
- Conocimiento de la competencia y expectativas de los postulantes.
- Posicionamiento del CAP.
- Conocimientos técnicos relativos a la actividad (publicidad, investigación de mercados, sistemas).

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 15 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

7.2. COMPETENCIA

EL CAP ha determinado la competencia necesaria de las personas que realizan el trabajo que afecta al desempeño y eficacia del sistema de gestión de la calidad. Además, se asegura que estas personas sean competentes, basándose en la educación, formación o experiencia apropiada y por último, conserva la información documentada como evidencia de la competencia.

7.3. TOMA DE CONCIENCIA

Es muy importante que el CAP se asegure que las personas que realizan las actividades del proceso de inscripción de postulantes, tomen conciencia de:

- la política de la calidad
- los objetivos de la calidad
- su contribución a la eficacia del sistema de gestión de la calidad
- las implicancias del incumplimiento de los requisitos del sistema de gestión de la calidad

7.4. COMUNICACIÓN

EL CAP ha determinado las comunicaciones internas y externas pertinentes al sistema de gestión de la calidad, que incluye:

- que se comunica
- cuando se comunica
- a quien comunicar
- canales de comunicación
- quien es el responsable de comunicar

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 16 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

7.5. INFORMACIÓN DOCUMENTADA

7.5.1. GENERALIDADES

La documentación del sistema de gestión de la calidad del CAP es distribuido de acuerdo a los requisitos establecidos en el sistema de gestión de la calidad. La información documentada que el CAP determina como necesario para la eficacia del sistema de gestión de la calidad se encuentra descrita en el presente manual de calidad.

7.5.2. CREACIÓN Y ACTUALIZACIÓN

El CAP se asegura de que al crear y actualizar la información documentada esté identificada con los siguientes datos:

- nombre descriptivo del documento
- código del documento
- numero de versión del documento
- fecha de creación y revisión (si corresponde) del documento
- número de página
- autor del documento
- nombre de quien aprobó el documento

Por tanto se recomienda el uso del siguiente encabezado

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	Nombre descriptivo del documento			
	Código:	Versión:	Fecha:	Página # de #
	Autor:		Aprobado por:	

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 17 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

7.5.3. CONTROL DE LA INFORMACIÓN DOCUMENTADA

EL CAP es responsable de que la información documentada requerida por el sistema de gestión de la calidad y por la Norma ISO 9001 sea controlada para asegurar que esté disponible para su uso y protegida del uso inadecuado.

Además, para el control de la información documentada, el CAP distribuye la información, la almacena y preserva, controla los cambios de versión. El historial de cambios se documenta tanto en el número de versión del encabezado, como en el historial de cambios al final del documento. De esta revisión, podrá surgir que el documento fue “revisado, sin cambios” o si es necesario hacer cambios, se genera una nueva versión.

Al final del documento, el historial de cambios será de la siguiente forma:

HISTÓRICO DE REVISIONES

Fecha	Versión	Descripción	Autor
xx/xx/xx	0	Elaboración del documento	XX

Para el caso de los documentos de origen externo, como leyes, reglamentos, directivas y normas, están identificadas por el CAP y controladas, pues son necesarias para la planificación y operación del sistema de gestión de la calidad.

8. OPERACIONES

8.1. PLANIFICACIÓN Y CONTROL OPERACIONAL

El CAP planifica, implementa y controla los procesos relacionados con el Proceso de Inscripción de Postulantes, para cumplir con los requisitos y expectativas, y para implementar las acciones determinadas para abordar riesgos y oportunidades de mejora, el logro de los objetivos de la calidad y la planificación de los cambios.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
			Página 18 de 42

La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones realizadas por el CAP. Además, el CAP se asegura de que los procesos contratados externamente estén controlados.

8.2. REQUISITOS PARA LOS SERVICIOS

8.2.1. COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

Para la comunicación con el cliente, el CAP ha implementado un procedimiento eficaz a través de la creación de un chat en línea usando la aplicación TAWK, que permite realizar el seguimiento constante y en tiempo real a los postulantes en el momento de la inscripción virtual.

En la página web, se encuentra el formulario para que el postulante pueda realizar su consulta y automáticamente el equipo del CAP recibe una alerta al correo electrónico o al app de TAWK y puede responder la consulta.

Desconectado
v .7 x

Rellene el formulario a continuación y le contestaremos lo antes posible.

Enviar

Powered by tawk.to

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 19 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

8.2.2. DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS PARA LOS SERVICIOS

El CAP ha determinado como factor principal de cumplimiento de las expectativas de los postulantes, tener en cuenta aspectos como:

- Requisitos especificados por el postulante, incluyendo todas las actividades relacionadas con el proceso de inscripción.
- Requisitos no establecidos por el postulante, pero indispensables para el correcto funcionamiento.
- Requisitos legales y reglamentarios implicados con la inscripción.
- Requisitos adicionales determinados por el CAP como necesarios.

El CAP realiza una encuesta al postulante para poder obtener información acerca de las expectativas que tiene y los requisitos que se cumplen y faltan por cumplir, respecto del proceso de inscripción, durante la inscripción virtual y en la página web.

8.2.3. REVISIÓN DE LOS REQUISITOS PARA LOS SERVICIOS

El CAP realiza la revisión de los requisitos del proceso de inscripción antes del inicio del concurso de admisión. Se verifica que:

- Los requisitos especificados por el postulante estén definidos.
- El CAP está en la capacidad de dar cumplimiento a los requisitos no establecidos por el postulante, pero necesarios para el funcionamiento.
- El CAP está en la capacidad de dar cumplimiento a los requisitos adicionales determinados internamente como necesarios.
- Los requisitos legales y reglamentarios aplicables al proceso de inscripción estén definidos.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 20 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

8.2.4. CAMBIOS EN LOS REQUISITOS PARA LOS SERVICIOS

El CAP se asegura de que, cuando se cambien los requisitos para los servicios, la información documentada pertinente sea modificada, y de que las personas pertinentes sean conscientes de los requisitos modificados.

8.3. DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS SERVICIOS

8.3.1. GENERALIDADES

El CAP establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo adecuado para asegurar la posterior provisión del servicio.

8.3.2. PLANIFICACIÓN DEL DISEÑO Y DESARROLLO

Al determinar las etapas y controles para el diseño y desarrollo, el CAP considera:

- La naturaleza, duración y complejidad de las actividades de diseño y desarrollo.
- Las etapas del proceso requeridas, incluyendo las revisiones del diseño y desarrollo aplicables.
- Las actividades requeridas de verificación y validación del diseño y desarrollo.
- Las responsabilidades y autoridades involucradas en el proceso de diseño y desarrollo.
- Las necesidades de recursos internos y externos para el diseño y desarrollo de los servicios.
- La necesidad de controlar las interfaces entre las personas que participan activamente en el proceso de diseño y desarrollo.
- La necesidad de la participación activa de los postulantes y usuarios en el proceso de diseño y desarrollo.
- Los requisitos para la posterior provisión de servicios.
- El nivel de control del proceso de diseño y desarrollo esperado por los postulantes y otras partes interesadas pertinentes.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 21 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

- La información documentada necesaria para demostrar que se han cumplido los requisitos del diseño y desarrollo.

8.3.3. ENTRADAS PARA EL DISEÑO Y DESARROLLO

El CAP determina los requisitos esenciales para los tipos específicos de los servicios a diseñar y desarrollar. El CAP considera:

- Los requisitos funcionales y de desempeño
- La información proveniente de actividades previas de diseño y desarrollo similares
- El Estatuto y Reglamento General de la UNALM
- El reglamento del concurso de admisión
- Las consecuencias potenciales de fallar debido a la naturaleza de los servicios

Las entradas son adecuadas para los fines del diseño y desarrollo, son completas y sin ambigüedades y no deben ser contradictorias.

El CAP conserva la información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.

8.3.4. CONTROLES DEL DISEÑO Y DESARROLLO

El CAP aplica controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que:

- Se definen los resultados a lograr.
- Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.
- Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.
- Se realizan actividades de validación para asegurar que los servicios resultantes satisfacen los requisitos para su aplicación especificada o uso previsto.
- Se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación
- Se conserva la información documentada de estas actividades.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 22 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

8.3.5. SALIDAS DEL DISEÑO Y DESARROLLO

El CAP se asegura de que las salidas del diseño y desarrollo

- cumplen los requisitos de las entradas
- son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de servicios
- incluyen los requisitos de seguimiento y medición, cuando es apropiado, y a los criterios de aceptación
- especifican las características de los productos y servicios que son esenciales para su propósito y su provisión segura y correcta

El CAP conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.

8.3.6. CAMBIOS DEL DISEÑO Y DESARROLLO

El CAP identifica, revisa y controla los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios, o posteriormente en la medida necesaria para asegurarse de que no haya un impacto adverso en la conformidad con los requisitos.

El CAP conserva la información documentada sobre:

- los cambios del diseño y desarrollo
- los resultados de las revisiones
- la autorización de los cambios
- las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 23 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

8.4. CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE

8.4.1. GENERALIDADES

Los productos y servicios que sean comprados o contratados por el CAP a proveedores externos y que están destinados a incorporarse dentro del proceso de inscripción o a formar parte de un proceso del CAP, o sean entregados directamente a los postulantes en nombre del CAP y de la UNALM, deben ser controlados.

Ellos son:

- Imprenta
- Venta de tarjeta del prospecto virtual
- *Snacks*
- Publicidad y Community Management
- Insumos informáticos – SIP
- Sistema de consulta de datos personales
- Sistema biométrico de reconocimiento de huella dactilar
- Servicio electrónico de interacción bancaria

Existe un proceso de logística y compras, donde se realizan los pedidos, aprobación, orden de compra, recepción, conformidad y orden de pago, de los productos y servicios que deben estar bajo control, sin perjuicio de utilización.

La UNALM, al ser una entidad del Estado, debe realizar la adquisición de bienes o la contratación de prestación de un servicio por medio del sistema de contrataciones y adquisiciones del Estado. Por ende, cada dependencia de la UNALM debe seguir los procedimientos de la Oficina Administrativa de Economía, quien es la encargada de organizar, programar, dirigir, controlar y evaluar el Sistema de Contabilidad, así mismo, registrar contablemente las operaciones financieras y presupuestarias, controlar la ejecución

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 24 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

presupuestal, fuentes de financiamiento y asegurar el correcto empleo de los fondos públicos, mediante un control de ingresos y egresos.

El CAP aplica criterios para la evaluación, la selección, el desempeño y reevaluación de los proveedores externos, basados no solo en la capacidad que tienen para proporcionar los productos o servicios de acuerdo con los requisitos, sino también en base al factor precio, uno de los principales factores de decisión en los procesos de adquisiciones del Estado.

El CAP conserva la información documentada de estas actividades y de cualquier acción necesaria que surja de las evaluaciones.

8.4.2. TIPO Y ALCANCEL DEL CONTROL

El CAP se asegura de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios conformes de manera coherente a los postulantes.

El CAP:

- Se asegura de que los productos y servicios suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.
- Define los controles que pretende aplicar a un proveedor externo y los que pretende aplicar a las salidas resultantes.
- Tiene en consideración el impacto de los productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de cumplir con los requisitos del postulante y los legales y reglamentarios aplicables, y la eficacia de los controles aplicados por el proveedor externo.
- Determina la verificación para asegurar de que los productos y servicios suministrados externamente cumplen los requisitos.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 25 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

8.4.3. INFORMACIÓN PARA LOS PROVEEDORES EXTERNOS

La información referente a la adquisición de productos o servicios necesarios para el CAP se realiza a través de la jefatura, quien está encargada de identificar la mejor opción de proveedores e informar cuales son los proveedores seleccionados.

El CAP define los requisitos de los productos o servicios que desea obtener del proveedor, ofrece una pluralidad de competidores que puedan entregar el mismo producto o servicio, y lo que espera recibir del proveedor en cuanto al desempeño y cumplimiento de lo entregado para los fines del proceso de inscripción.

Los requisitos son enviados a la Oficina Administrativa de Economía por medio de:

- solicitud de proformas para la compra de un bien o servicio
- órdenes de compra
- ordenes de servicio
- vales rosados
- otros

El formato de requisito (especificaciones técnicas que debe cumplir y otorgar el proveedor) debe contener y describir de manera específica el producto o servicio, además de establecer las cantidades, valor unitario, valor total, tiempo de entrega, forma de pago y otros datos relevantes dependiendo del producto o servicio a adquirir.

8.5. PRODUCCIÓN Y PROVISIÓN DEL SERVICIO

8.5.1. CONTROL DE LA PRODUCCIÓN Y DE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO

El CAP implementa la provisión del proceso de inscripción como servicio al postulante bajo condiciones controladas de los factores que puedan influir directamente o indirectamente en la calidad. Estos se evidencian en la caracterización de cada proceso, como también en los procedimientos basados en la normatividad.

Las condiciones controladas incluyen:

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 26 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

- información documentada de las características del proceso de inscripción.
- Los resultados que se pretenden alcanzar al finalizar el proceso de inscripción y el concurso de admisión.
- El uso de la infraestructura y el ambiente de trabajo adecuado para la operación de los procesos.
- Designación de personas competentes.
- Implementación de acciones para prevenir los errores humanos
- Implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.

8.5.2. IDENTIFICACIÓN Y TRAZABILIDAD

El CAP realiza la identificación y trazabilidad en los procesos desde el momento que entra en contacto con el postulante, así como también la selección de proveedores que cumplen con los requisitos y que dan la garantía necesaria para asegurar la calidad del proceso de inscripción.

Es por ello que el CAP posee una serie de registros que evidencian la calidad de proveedores que abastecen los servicios y productos necesarios para el proceso de inscripción.

8.5.3. PROPIEDAD PERTENECIENTE A LOS CLIENTES O PROVEEDORES EXTERNOS

El CAP cuida la propiedad perteneciente a los postulantes y proveedores externos mientras esté bajo el control del CAP o esté siendo utilizado por el mismo.

El CAP identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los postulantes (por ejemplo: datos personales del postulante menor o mayor de edad) o de los proveedores externos (materiales de publicidad, software) suministrada para su utilización o incorporación dentro del proceso de inscripción.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 27 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

8.5.4. PRESERVACIÓN

El CAP preserva las salidas durante el proceso de inscripción, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos del postulante. El Equipo del CAP cumple con los procedimientos de seguimiento al postulante hasta concluir con la inscripción del mismo.

8.5.5. ACTIVIDADES POSTERIORES A LA ENTREGA

El CAP cumple con los requisitos para las actividades posteriores al fin de la inscripción del postulante. Considera para esto:

- Requisitos legales y reglamentarios
- Requisitos del postulante
- Retroalimentación del postulante

8.5.6. CONTROL DE LOS CAMBIOS

El CAP revisa y controla los cambios del proceso de inscripción, en la extensión necesaria para asegurar la continuidad en la conformidad con los requisitos.

El CAP conserva información documentada que describe los resultados de la revisión de los cambios, las personas que autorizan el cambio y de cualquier acción necesaria que surja de la revisión.

8.6. LIBERACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

El CAP implementa disposiciones planificadas, en las etapas del pago de derecho de admisión, inscripción virtual de postulante y finalmente en la verificación de datos personales del postulante, para verificar que se cumplen con los requisitos del proceso de inscripción.

La finalización del proceso de inscripción no debe llevarse a cabo hasta que se haya cumplido satisfactoriamente las disposiciones planificadas, es decir que el postulante este correctamente inscrito en el concurso de admisión.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 28 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

El CAP conserva la información documentada sobre la finalización de la inscripción del postulante mediante el registro completo y conforme del postulante.

8.7. CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES

8.7.1. El CAP asegura que la salida que no sea conforme con el requisito se identifican y se controlan para prevenir su uso o continúe el proceso en el concurso de admisión.

El CAP toma las acciones adecuadas basándose en la naturaleza de la no conformidad y en su efecto sobre la conformidad del proceso de inscripción. El CAP trata las salidas no conformes de la siguiente manera:

- Corrección
- Información al postulante

Se verifica además la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.

8.7.2. El CAP debe conservar la información documentada que:

- Describa la no conformidad
- Describa las acciones tomadas
- Identificar la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 29 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

9. OPERACIONES

9.1. SEGUIMIENTO, MEDICIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN

9.1.1. GENERALIDADES

El CAP ha decidido implementar herramientas de seguimiento, medición y análisis que conlleven a la mejora continua de sus procesos en un ámbito de eficacia y acciones oportunas para el buen desarrollo del sistema de gestión de calidad y la demostración de la conformidad de los requisitos del proceso de inscripción.

Estas son algunas de las actividades que se realizan para dar cumplimiento y hacer su respectivo análisis, medición y control, algunas de ellas son:

- Revisión por la jefatura
- Tratamiento de quejas y consultas de los postulantes
- Tratamiento de inscripciones incorrectas
- Evaluación de satisfacción del postulante
- Acciones correctivas y preventivas

El CAP conserva la información documentada apropiada como evidencia de los resultados.

9.1.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

El CAP realiza el seguimiento de la percepción de los postulantes a través de encuestas durante la inscripción virtual, encuestas a los ingresantes sobre su percepción del proceso de inscripción y si es aplicable, se utiliza herramientas como focus group.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 30 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

9.1.3. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN

El CAP analiza y evalúa los datos y la información apropiada que surgen por el seguimiento y la medición, estos resultados se utilizan para evaluar:

- La conformidad de la inscripción del postulante
- El grado de satisfacción del postulante
- El desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad
- Desempeño de los proveedores externos
- Oportunidad de mejoras en el proceso de inscripción

9.2. AUDITORÍA INTERNA

9.2.1. El CAP lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca de si el sistema de gestión de la calidad es conforme con los requisitos del sistema de gestión de la calidad y los requisitos de la Norma ISO 9001, y si se implementa y mantiene eficazmente.

9.2.2. El CAP:

- planifica, establece, implementa y mantiene un programa de auditoría que incluye la frecuencia, métodos, responsabilidades, requisitos de planificación y elaboración de informes, que debe tener en consideración la importancia del proceso de inscripción, los cambios que afecten a este y los resultados de las auditorías previas.
- Define los criterios y alcance de la auditoría
- Selecciona los auditores
- Informa los resultados de las auditorías
- Realiza las correcciones y toma las acciones necesarias para eliminar las no conformidades
- Conserva la información documentada como evidencia del resultado de la auditoría

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 31 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

9.3. REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

9.3.1. GENERALIDADES

La jefatura del CAP revisará el sistema de gestión de la calidad en 1 vez cada seis meses, tiempo aproximado de intervalo entre cada concurso de admisión, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación, además de incluir la planificación de oportunidades de mejora y la implementación de los cambios pertinentes.

9.3.2. ENTRADAS DE LA REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

La jefatura se encarga de la revisión de la siguiente información:

- Resultados de auditorías externas y/o internas
- Retroalimentación del postulante
- Desempeño del proceso de inscripción
- Estado de las acciones correctivas y preventivas
- Recomendaciones de mejoras
- Desempeño de los proveedores externos

9.3.3. SALIDAS DE LA REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

Las salidas de la revisión por la jefatura deben incluir las decisiones y acciones relacionadas con:

- Las oportunidades de mejora
- Cualquier necesidad de cambio en el sistema de gestión de la calidad
- La necesidades de recursos

El CAP conserva la información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones por la jefatura.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 32 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

10. MEJORA

10.1. GENERALIDADES

El CAP determina y selecciona las oportunidades de mejora e implementa cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del postulante y aumentar su satisfacción, las cuales incluyen mejoras en el sistema de inscripción virtual, mejora continua en la atención al postulante y el seguimiento en su proceso de inscripción, atención a las quejas y consultas de los postulantes, además de tener en cuenta otros aspectos que puedan afectar el no cumplimiento de los requerimientos del sistema de gestión de la calidad.

10.2. NO CONFORMIDAD Y ACCIÓN CORRECTIVA

10.2.1. Cuando ocurre una no conformidad, incluida cualquiera originada por quejas, el CAP:

- Toma las acciones para controlarla y corregirla
- Hace frente a las consecuencias
- Evalúa la necesidad de adoptar acciones para garantizar que las no conformidades no se repitan
- Revisa la acción correctiva emprendida

10.2.2. El CAP conserva la información documentada como evidencia de la naturaleza de la no conformidad y la acción tomada para corregirla, y los resultados de la acción correctiva.

10.3. MEJORA CONTINUA

La jefatura del CAP y el equipo de trabajo son los encargados de mejorar continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del sistema de gestión de la calidad. Deben considerar además los resultados en cada concurso de admisión para determinar si hay oportunidades de mejora a implementar o necesidades nuevas del postulante por satisfacer, y de esta manera implementar acciones que puedan ayudar en la mejora continua del proceso de inscripción.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD			
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 33 de 42
	Autor:		Aprobado por:	

ANEXOS

ANEXO A

Mapa de Procesos

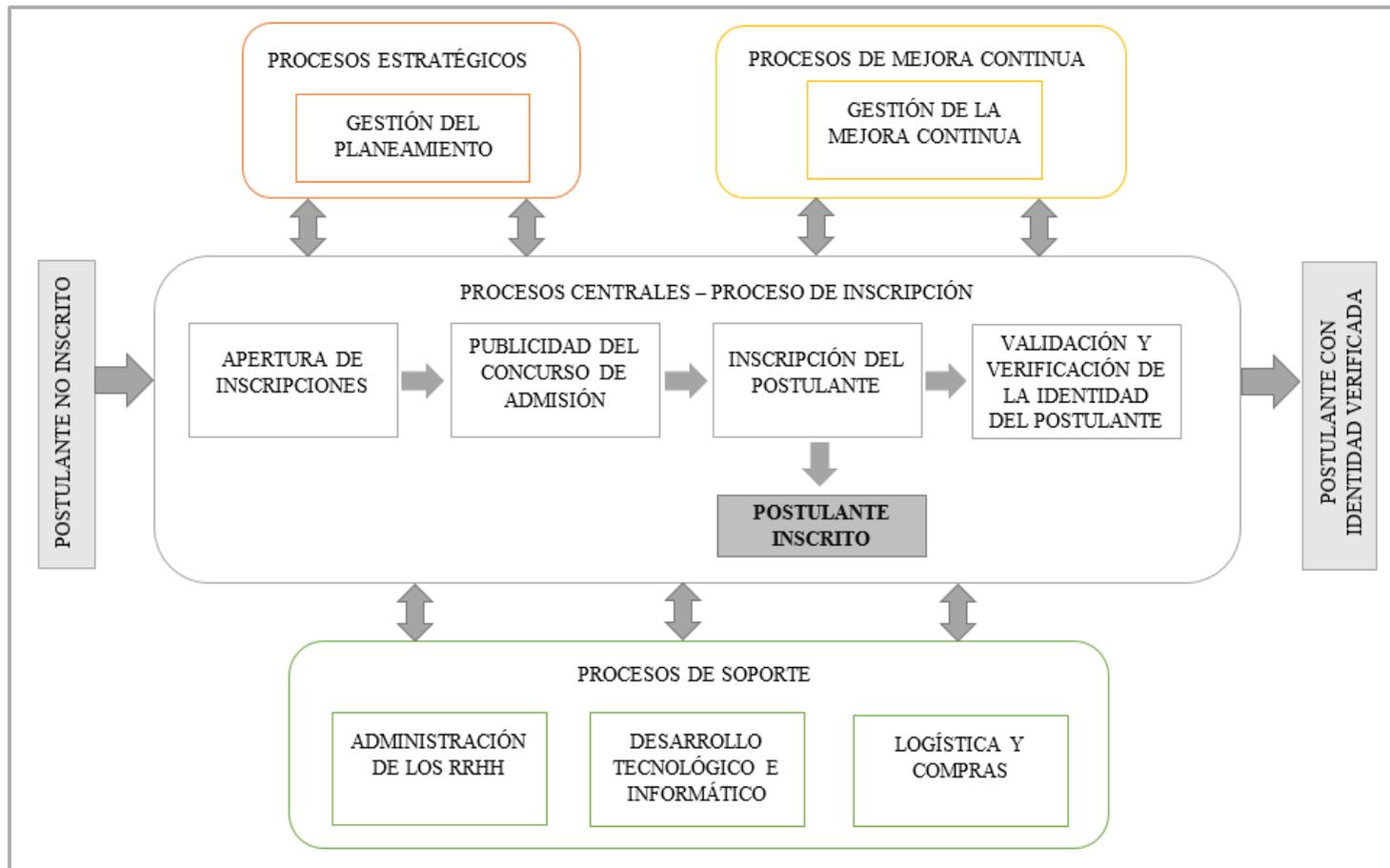
ANEXO B

Caracterización de los procedimientos

- Elaboración del cronograma de admisión
- Elaboración del prospecto virtual de admisión
- Determinación de vacantes
- Publicidad y Promoción del concurso de admisión
- Inscripción virtual de postulantes
- Recepción y revisión de documentos
- Validación y verificación de la identidad del postulante
- Venta del prospecto de admisión

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
	Página 34 de 42		

ANEXO A: MAPA DE PROCESOS

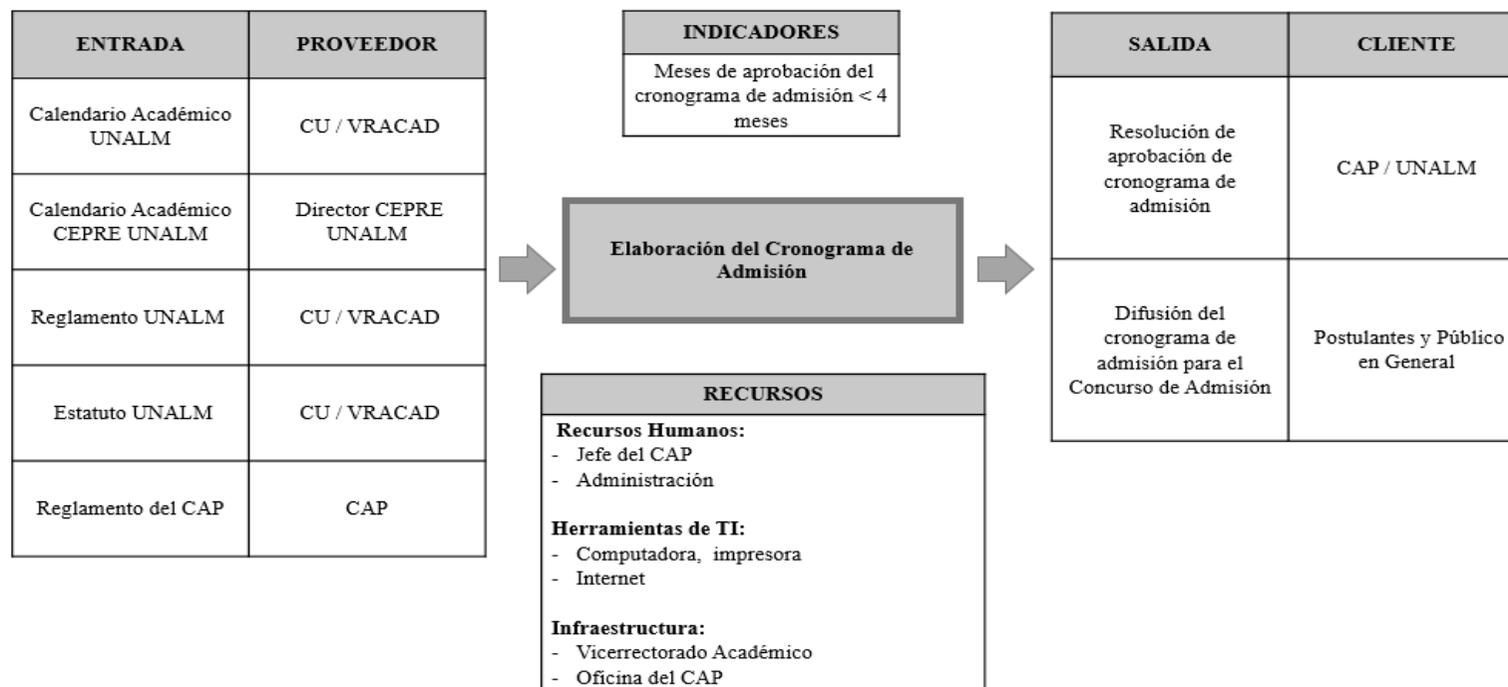


CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Página 35 de 42		
Autor:		Aprobado por:	

ANEXO B: CARACTERIZACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS

CARACTERIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE ELABORACIÓN DEL CRONOGRAMA DE ADMISIÓN

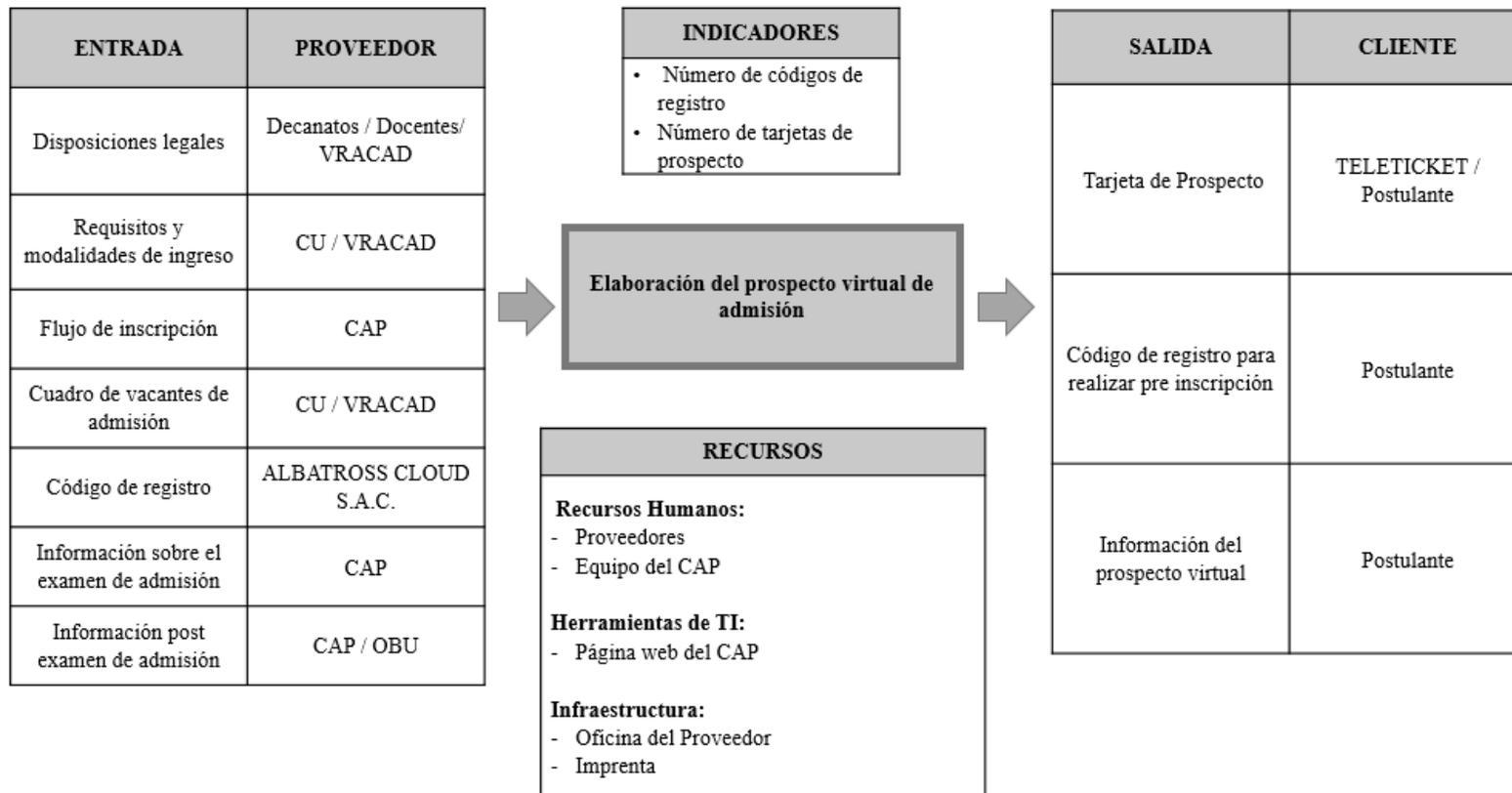
Objetivo: la finalidad del cronograma de admisión es establecer el rango de fechas en el que se realizará los dos concursos de admisión por año: fechas de inscripción y día de examen de admisión y extemporáneos.



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
	Página 36 de 42		

CARACTERIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE ELABORACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL DE ADMISIÓN

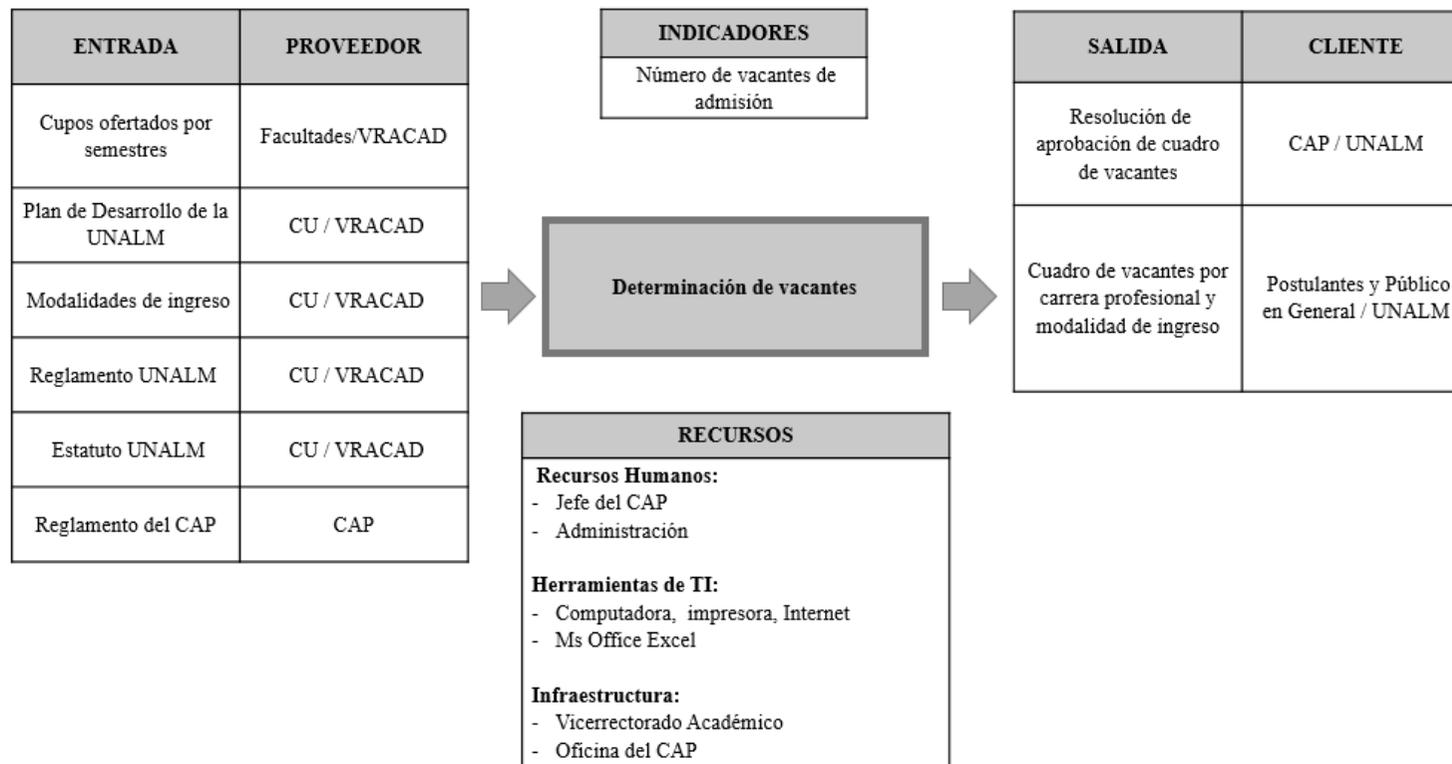
Objetivo: ofrecer de manera virtual y didáctica al postulante la información que requiere para participar del concurso de admisión.



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Página 37 de 42		
Autor:		Aprobado por:	

CARACTERIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE DETERMINACIÓN DE VACANTES

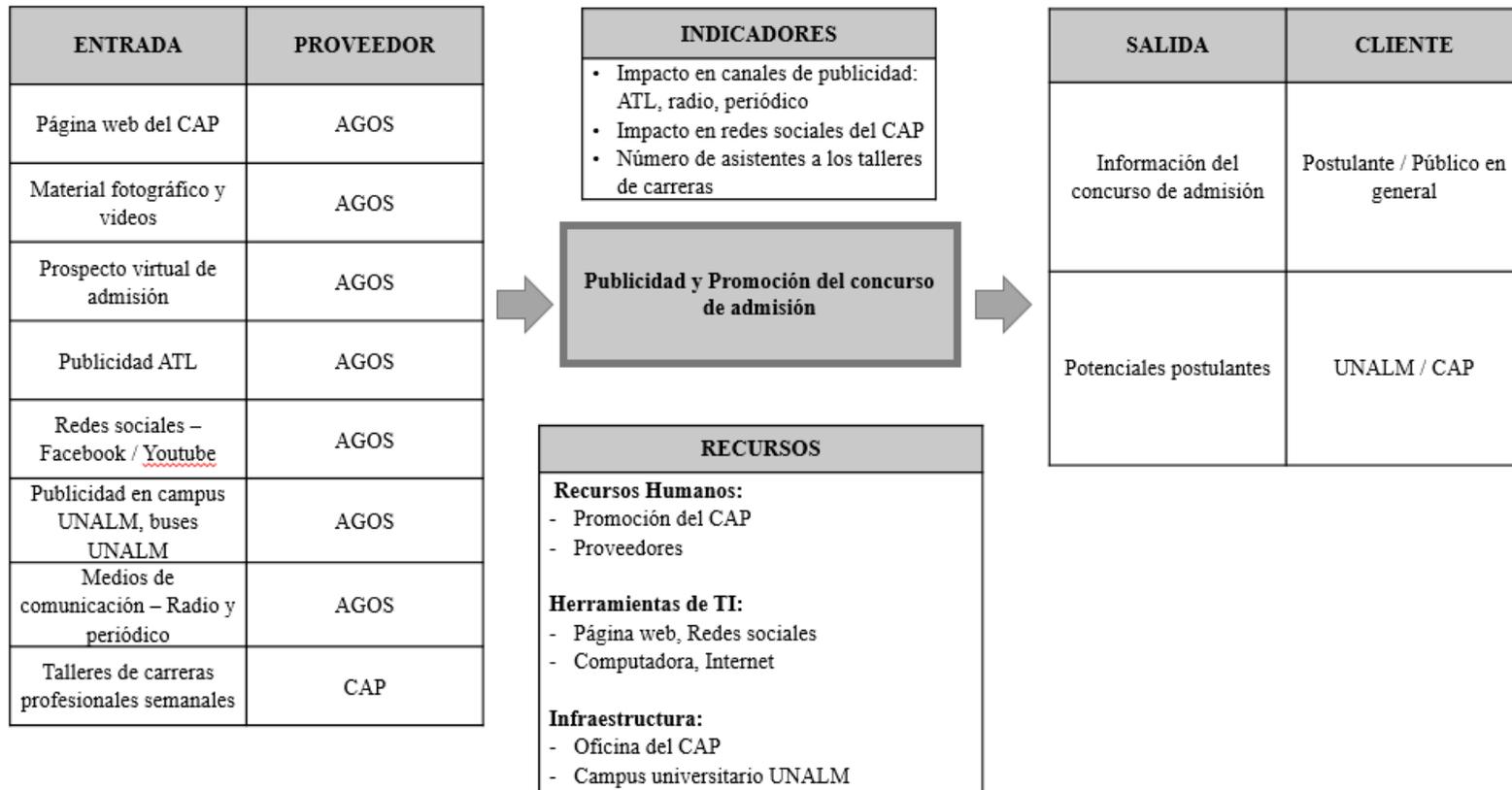
Objetivo: determinar las vacantes asignadas para cada modalidad de ingreso previa evaluación de recursos, facilidades de enseñanza y capacidad de servicios.



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
	Página 38 de 42		

CARACTERIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CONCURSO DE ADMISIÓN

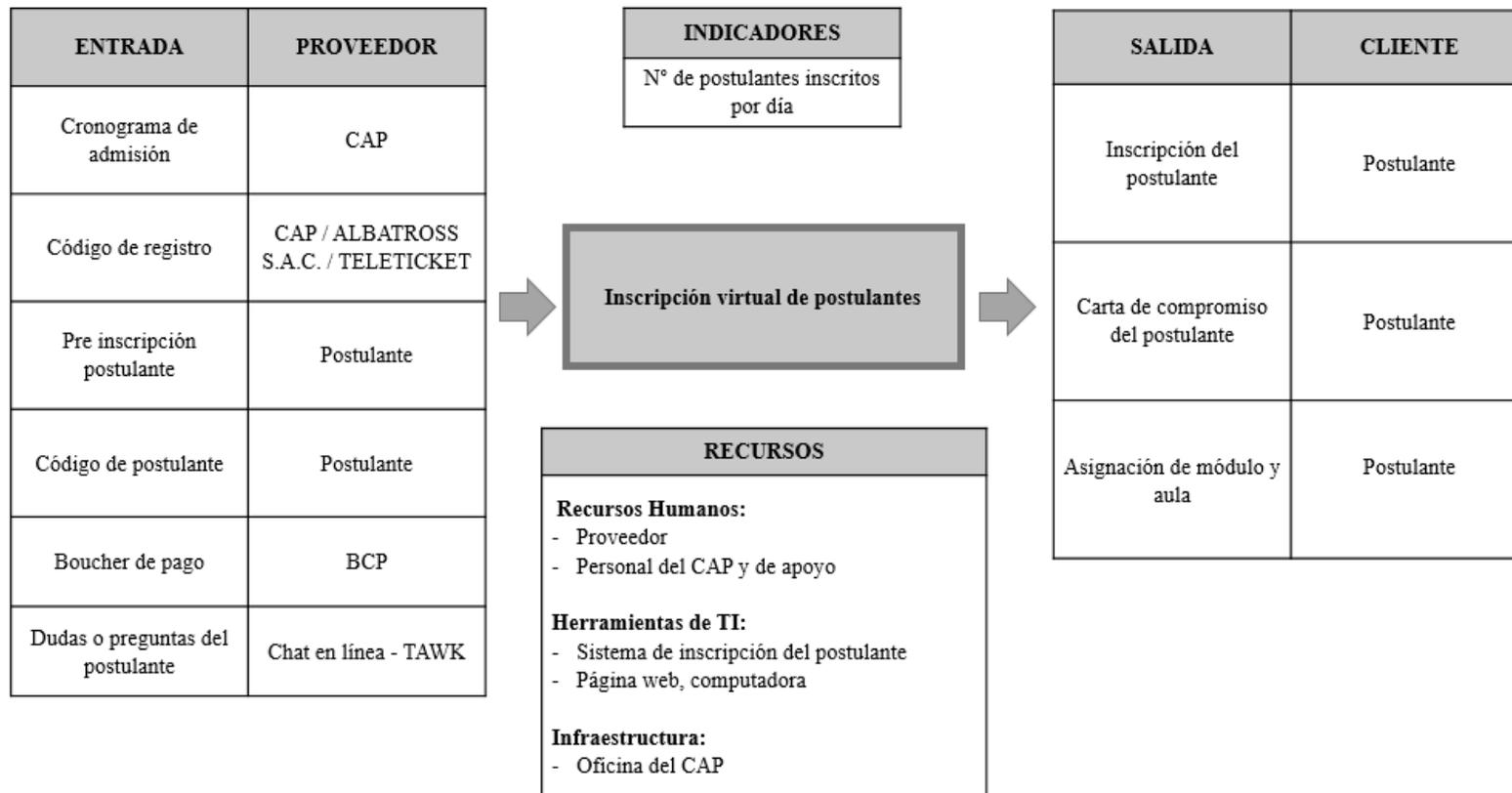
Objetivo: informar a los postulantes y público en general sobre el concurso de admisión.



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
	Página 39 de 42		

CARACTERIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE INSCRIPCIÓN VIRTUAL DE POSTULANTES

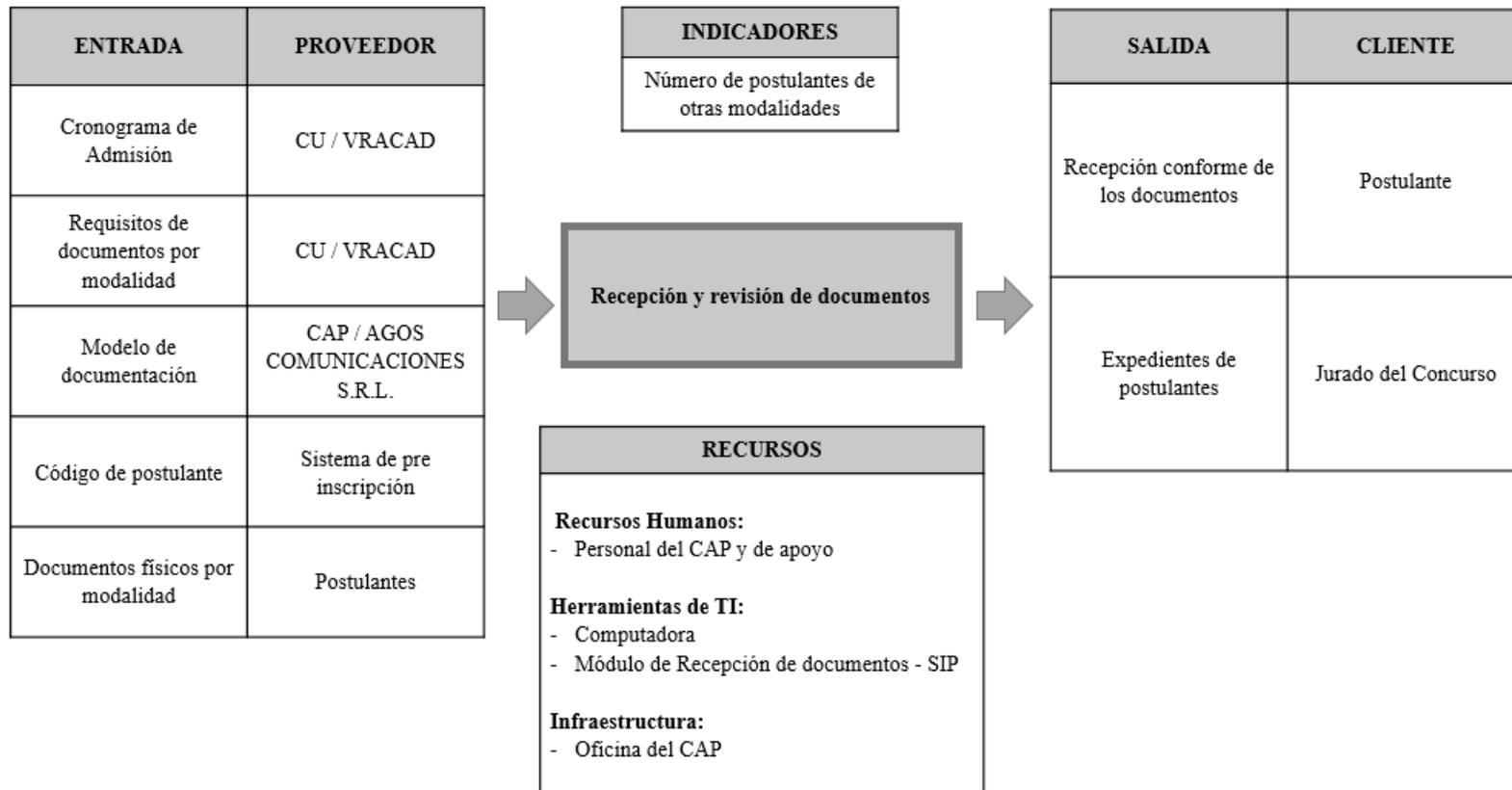
Objetivo: registrar la información personal del postulante, modalidad de ingreso y opciones de carreras profesionales a la que postula.



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
	Página 40 de 42		

CARACTERIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE RECEPCIÓN Y REVISIÓN DE DOCUMENTOS

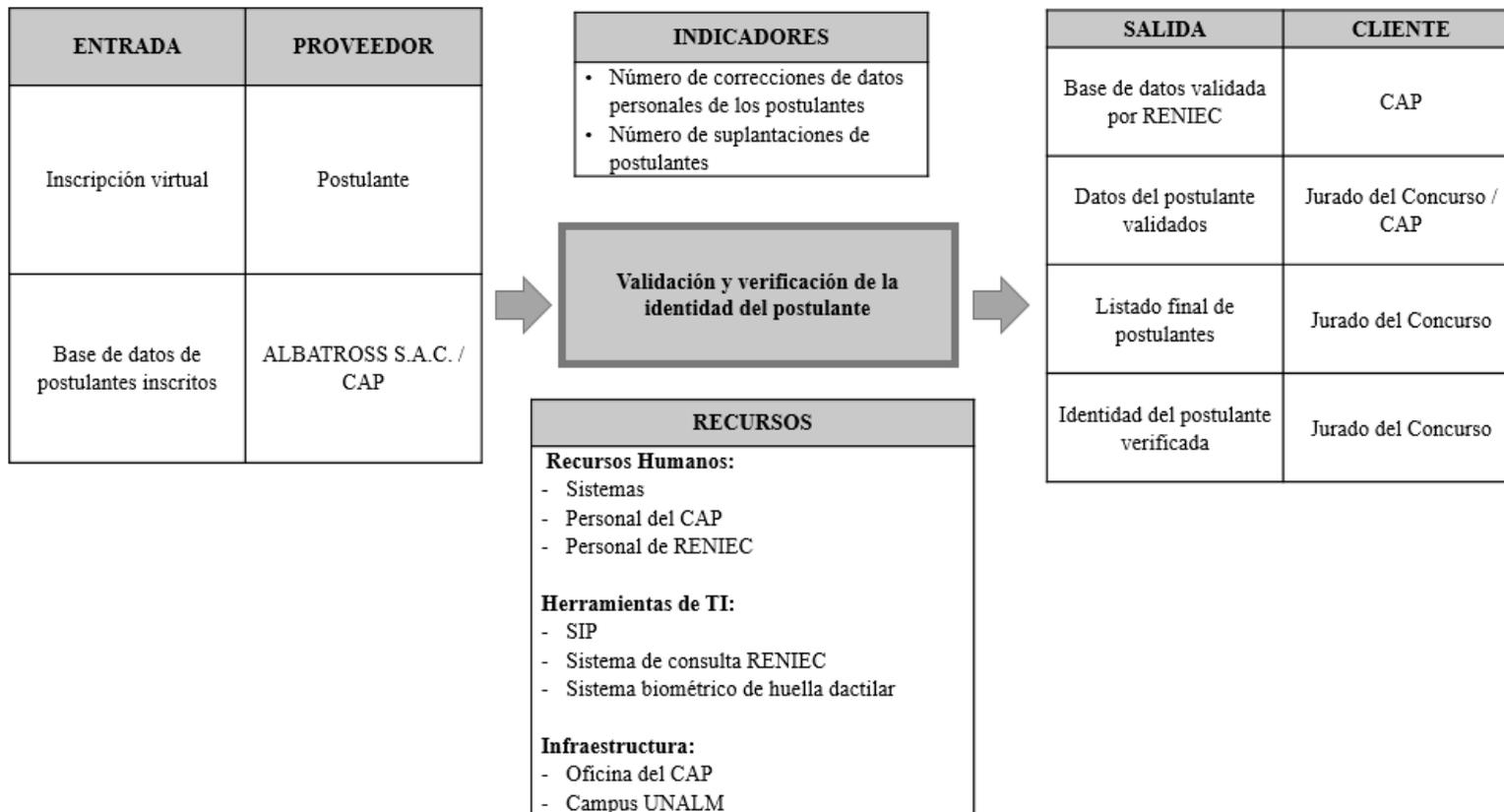
Objetivo: recepcionar y revisar los documentos de los postulantes de otras modalidades a fin de que cumplan con los requisitos para poder postular.



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Página 41 de 42		
Autor:		Aprobado por:	

CARACTERIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD DEL POSTULANTE

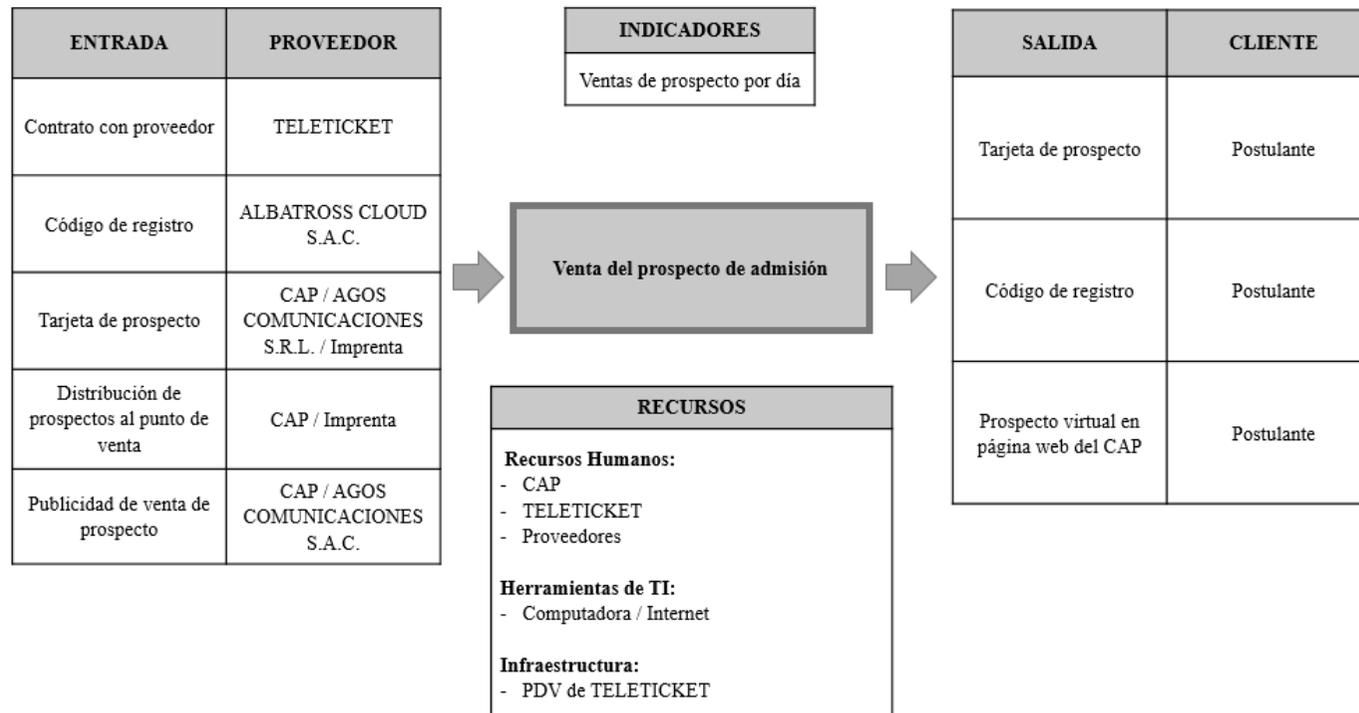
Objetivo: asegurar que los datos personales del postulante sean correctos y verdaderos, de tal forma que este no pueda ser suplantado en el examen.



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	MANUAL DE CALIDAD		
	SGC-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Página 42 de 42		
Autor:		Aprobado por:	

CARACTERIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE VENTA DEL PROSPECTO DE ADMISIÓN

Objetivo: hacer llegar al postulante las tarjetas de prospecto que contiene el código de registro y que pueda visualizar la información necesaria.



ANEXO 18: MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN DEL CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN UNALM

El presente Manual de Procedimientos contiene la base documentaria del Sistema de Gestión de la Calidad del Proceso de Inscripción del Centro de Admisión y Promoción. Forma parte de este manual 8 procedimientos que corresponden al Proceso de Inscripción desarrollado por el Centro de Admisión y Promoción y que afectan directamente a la calidad del servicio.

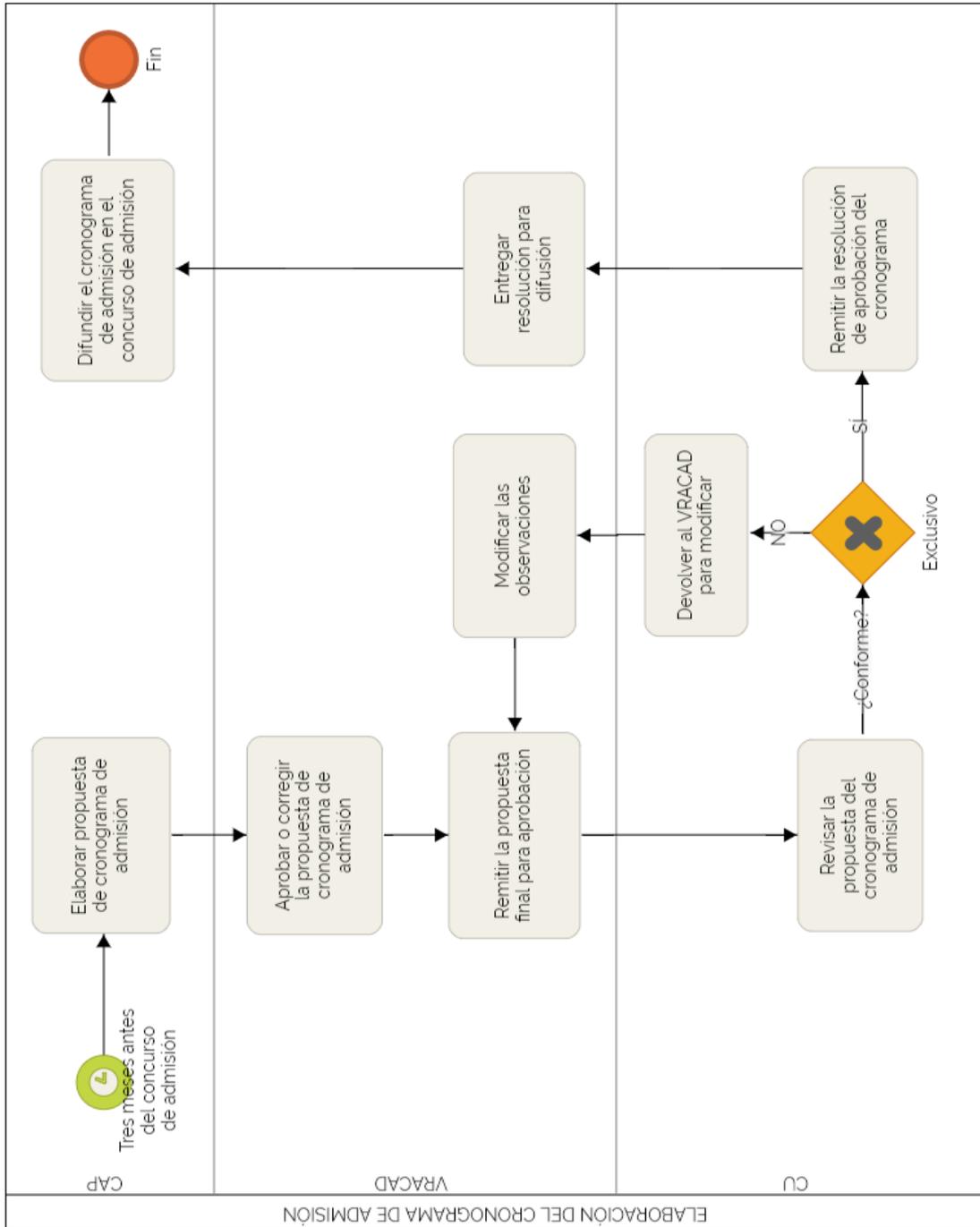
Procedimientos:

- PR-001-CAP: Elaboración del Calendario de Admisión
- PR-002-CAP: Elaboración del Prospecto Virtual de Admisión
- PR-003-CAP: Determinación de Vacantes
- PR-004-CAP: Inscripción Virtual de Postulantes
- PR-005-CAP: Recepción y Revisión de Documentos
- PR-006-CAP: Validación y verificación del Postulante
- PR-007-CAP: Publicidad y Promoción del Concurso de Admisión
- PR-008-CAP: Venta del Prospecto de Admisión

MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS
PARA EL PROCESO DE
INSCRIPCIÓN DEL CENTRO
DE ADMISIÓN Y
PROMOCIÓN UNALM

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL CRONOGRAMA DE ADMISIÓN			
	PR-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 1 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

ELABORACIÓN DEL CRONOGRAMA DE ADMISIÓN



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL CRONOGRAMA DE ADMISIÓN		
	PR-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
		Página 3 de 6	

1. OBJETIVO

Aprobar el calendario de admisión mediante resolución universitaria emitida por Consejo Universitario y propuesta por el Vicerrectorado Académico, a fin de establecer las fechas de inscripción, extemporánea y examen de admisión; con un plazo no menor de cuatro meses de anticipación al proceso de inscripción.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para los dos concursos de admisión realizados en el año.

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- CAP: Centro de Admisión y Promoción
- Cronograma de admisión: programación de fechas en que se desarrolla el concurso de admisión.
- CU: Consejo Universitario
- Extemporáneos: fechas adicionales para realizar la inscripción del postulante
- UNALM: Universidad Nacional Agraria La Molina
- VRACAD: Vicerrectorado Académico

4. RESPONSABILIDADES

- Consejo Universitario: aprobación anual del cronograma de admisión.
- Vicerrectorado académico: presentación de propuesta del cronograma de admisión.
- CAP: apoyo al VRACAD en la propuesta del cronograma de admisión.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL CRONOGRAMA DE ADMISIÓN		
	PR-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
		Página 4 de 6	

5. ENTRADAS Y SALIDAS DEL PROCEDIMIENTO

Entradas	Criterios
Calendario Académico UNALM	Se deben establecer las fechas del concurso de admisión con respecto al ciclo académico
Calendario Académico CEPRE UNALM	Se deben establecer las fechas del concurso de admisión con respecto a los ciclos regulares e intensivo
Reglamento UNALM	Establece que se debe aprobar los plazos de inscripción para los postulantes
Estatuto UNALM	Establece que se debe aprobar los plazos de inscripción para los postulantes
Reglamento del CAP	Establece que se debe aprobar los plazos de inscripción para los postulantes
Salidas	Criterios
Resolución de aprobación del cronograma de admisión	Es la determinación definitiva del cronograma de admisión
Difusión del cronograma de admisión	Se debe hacer conocer al postulante y público en general, las fechas del concurso de admisión y los plazos de inscripción para los postulantes

6. RECURSOS

- Recursos Humanos:
 - Vicerrector Académico
 - Miembros del Consejo Universitario
 - Jefe del CAP
 - Administración del CA

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL CRONOGRAMA DE ADMISIÓN			
	PR-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 5 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

- Herramientas de TI:
 - Computadora, impresora
 - Internet
- Infraestructura:
 - Vicerrectorado Académico
 - Oficina del CAP

7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Nº	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	En el mes de noviembre de cada año junto propone el cronograma de admisión del año siguiente.	CAP
2	Aprueba o modifica el cronograma de admisión propuesto por el CAP.	VRACAD
3	Remite la propuesta final al Consejo Universitario, para su aprobación.	
4	Revisa la propuesta del cronograma de admisión del año, que sea afín con el calendario académico y de la CEPRE UNALM y si es conforme emite la resolución de aprobación. Sino es conforme devuelve al VRACAD con las observaciones a considerar.	CU
5	Remite la resolución al VRACAD y al CAP para la difusión del mismo.	
6	Publica el cronograma en la página web del CAP (www.carrerasqueapasionan.pe), en redes sociales, afiches y medios de comunicación como radio y periódicos	CAP

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL CRONOGRAMA DE ADMISIÓN		
	PR-001-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
			Página 6 de 6

8. CONTROLES DEL PROCEDIMIENTO

- Reglamento de la UNALM
- Estatuto de la UNALM
- Reglamento del CAP
- Resolución del calendario académico UNALM

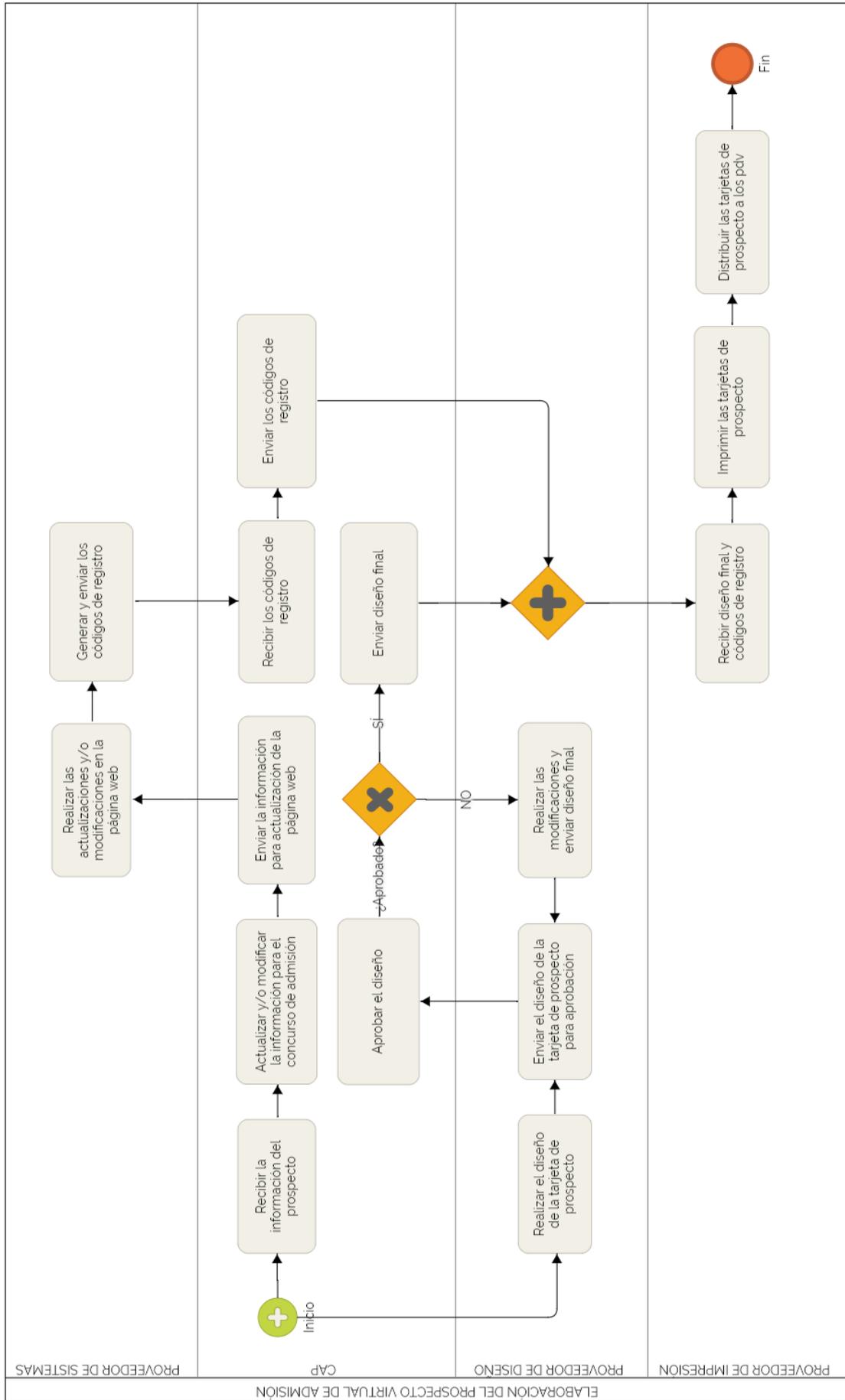
9. MÉTRICAS DEL PROCEDIMIENTO

- Meses de aprobación del cronograma de admisión

10. DIAGRAMA DE FLUJO

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL DE ADMISIÓN			
	PR-002-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 1 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

ELABORACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL DE ADMISIÓN



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL DE ADMISIÓN			
	PR-002-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 3 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

1. OBJETIVO

Ofrecer de manera virtual y didáctica al postulante la información que requiere para participar del concurso de admisión; además de un acercamiento general a la UNALM, informándolo sobre la visión, misión y valores de la universidad, las autoridades, descripción de carreras profesionales; instrucciones para la inscripción al examen de admisión y los requisitos por modalidad; examen de admisión y la información en caso se alcance una vacante.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para los dos concursos de admisión realizados en el año.

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- CAP: Centro de Admisión y Promoción
- Código de registro: código realizado por el proveedor de sistemas impreso en la tarjeta de prospecto. Código con el que se realiza la pre inscripción
- Código de postulante: código que identifica al postulante. Se obtiene una vez concluida la pre inscripción.
- SIP: Sistema de Inscripción del Postulante
- Tarjeta de prospecto: tarjeta que contiene los códigos de registro
- UNALM: Universidad Nacional Agraria La Molina

4. RESPONSABILIDADES

- CAP: actualiza y/o modifica la información brindada en el prospecto de admisión.
- Proveedor de diseño: diseña la imagen de la tarjeta de prospecto
- Proveedor de impresión: impresión de tarjetas de prospecto.
- Proveedor de sistemas: elaboración de los códigos de registro.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL DE ADMISIÓN			
	PR-002-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 4 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

5. ENTRADAS Y SALIDAS DEL PROCEDIMIENTO

Entradas	Criterios
Disposiciones legales	El CAP debe publicar el reglamento de admisión y el cronograma de actividades.
Requisitos y modalidades de ingreso	El postulante debe conocer la documentación y requisitos completos exigidos por la modalidad a la que postule.
Flujo de inscripción	El postulante debe conocer el procedimiento que debe realizar para la inscripción al examen de admisión.
Cuadro de vacantes de admisión	El postulante debe conocer el número de vacantes asignadas para cada modalidad de ingreso.
Código de registro	El acceso al prospecto virtual de admisión requiere un código de registro generado en el sistema.
Información sobre el examen de admisión	El postulante debe conocer las condiciones y actividades en el día del examen de admisión.
Información post examen de admisión	El postulante debe conocer cuáles son los pasos a seguir en caso alcance una vacante de admisión.
Salidas	Criterios
Tarjeta de prospecto	La tarjeta de prospecto es un formato físico que contiene el código de registro
Código de registro para realizar pre inscripción	Permite acceder al postulante al sistema de pre inscripción y al prospecto de admisión virtual
Información del prospecto virtual	La información brindada es la que el postulante debe conocer para el proceso de inscripción, examen de admisión e información en caso alcance una vacante de ingreso.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL DE ADMISIÓN			
	PR-002-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 5 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

6. RECURSOS

- Recursos Humanos:
 - Proveedores
 - Equipo del CAP
- Herramientas de TI:
 - Página web del CAP
- Infraestructura:
 - Oficina del proveedor
 - Imprenta

7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Recibe la información del prospecto preparada por cada facultad	CAP
2	Actualiza y/o modifica la información para el concurso de admisión respectivo	
3	Envía la información del prospecto al proveedor de sistemas para la realización de los cambios en la página web	
4	Realiza las actualizaciones y/o modificaciones con la información del concurso de admisión	Proveedor de sistemas
5	Envía los códigos de registro al CAP que se utilizarán en el concurso de admisión	

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO ELABORACIÓN DEL PROSPECTO VIRTUAL DE ADMISIÓN		
	PR-002-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
		Página 6 de 6	

6	Realiza el diseño de la tarjeta de prospecto con las características específicas	Proveedor de diseño
7	Envía el diseño de la tarjeta de prospecto para su aprobación	
8	Realiza las modificaciones (sí se diera el caso) en la tarjeta de prospecto y envía el diseño final	
9	Recibe los códigos de registro y envía la relación de códigos al proveedor de impresión seleccionado en base a los lineamientos establecidos para la realización de adquisición de bienes y servicios	CAP
10	Aprueba el diseño de tarjeta de prospecto y lo envía al proveedor de impresión seleccionado en base a los lineamientos establecidos para la realización de adquisición de bienes y servicios	
11	Imprime las tarjetas de prospecto en el material específico y lo prepara para su distribución y venta	Proveedor de impresión
11	Entrega las tarjetas de prospecto listas al proveedor de ventas	

8. CONTROLES DEL PROCEDIMIENTO

- Código de registro único para cada prospecto
- Disposiciones legales

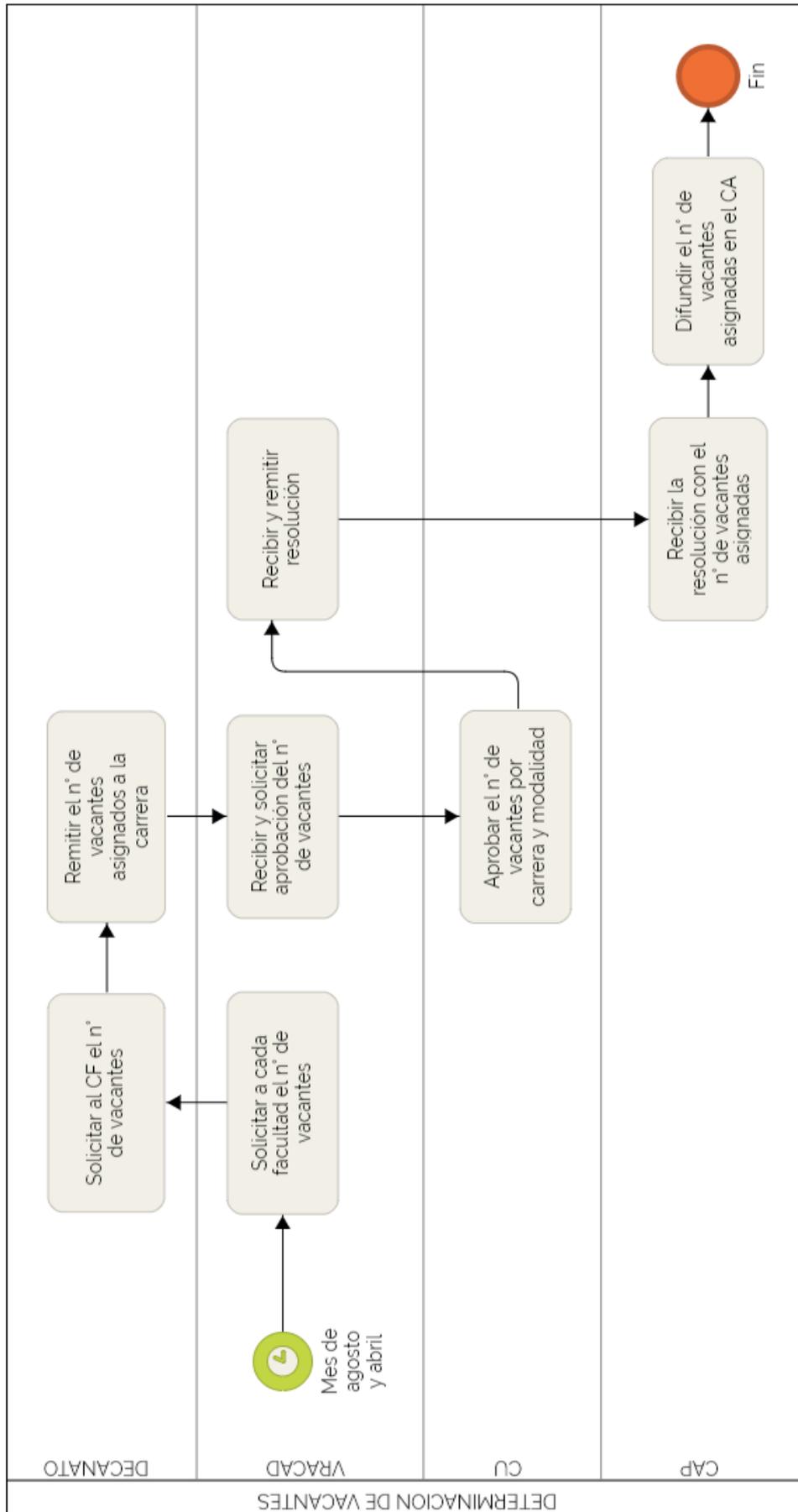
9. MÉTRICAS DEL PROCEDIMIENTO

- Número de códigos de registro
- Número de tarjetas de prospecto impresas

10. DIAGRAMA DE FLUJO

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO DETERMINACIÓN DE VACANTES		
	PR-003-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
			Página 1 de 6

DETERMINACIÓN DE VACANTES



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO DETERMINACIÓN DE VACANTES			
	PR-003-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 3 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

1. OBJETIVO

Determinar las vacantes asignadas para cada modalidad de ingreso a la UNALM, previa evaluación de los recursos, facilidades de enseñanza, servicios y de acuerdo al Plan de Desarrollo de la Universidad.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para los dos concursos de admisión realizados en el año.

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- CA: Concurso de Admisión
- CAP: Centro de Admisión y Promoción
- CF: Consejo de Facultad
- CU: Consejo Universitario
- UNALM: Universidad Nacional Agraria La Molina
- Vacantes: cifras de las plazas que cada universidad o entidad posee, para ser cubiertas por los postulantes aptos, mediante el concurso.
- VRACAD: Vicerrectorado Académico

4. RESPONSABILIDADES

- Consejo Universitario: aprobación del número de vacantes.
- Consejo de Facultad: entrega el número de vacantes.
- Decano: solicita el número de vacantes al Consejo de Facultad.
- Vicerrectorado académico: presentación de vacantes al CU.
- CAP: recibe y difunde el número de vacantes aprobadas para el concurso de admisión.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO DETERMINACIÓN DE VACANTES		
	PR-003-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
		Página 4 de 6	

5. ENTRADAS Y SALIDAS DEL PROCEDIMIENTO

Entradas	Criterios
Cupos ofertados por semestre	Cada facultad propone anualmente el número de vacantes de ingreso, considerando las necesidades y el interés nacional debidamente justificado.
Plan de Desarrollo de la UNALM	Las vacantes deben estar acordes con el plan de desarrollo para no afectar la calidad de educación.
Modalidades de ingreso	Se debe asignar vacantes a cada modalidad de ingreso de la UNALM.
Reglamento UNALM	Establece que se debe determinar el número de vacantes.
Estatuto UNALM	Establece que se debe determinar el número de vacantes.
Reglamento del CAP	Establece que se debe determinar el número de vacantes.
Salidas	Criterios
Resolución de aprobación de cuadro de vacantes	Es la determinación definitiva del número de vacantes para el concurso de admisión.
Cuadro de vacantes por carrera profesional y modalidad de ingreso	Se debe hacer conocer al postulante y público en general, el número de vacantes asignadas al concurso de admisión.

6. RECURSOS

- Recursos Humanos:
 - Vicerrector Académico
 - Miembros del Consejo Universitario
 - Jefe del CAP
 - Administración del CA

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO DETERMINACIÓN DE VACANTES			
	PR-003-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 5 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

- Herramientas de TI:
 - Computadora, impresora, Internet
 - Ms Office Excel
- Infraestructura:
 - Vicerrectorado Académico
 - Oficina del CAP

7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Nº	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	En el mes de agosto y abril de cada año solicita a cada facultad el número de vacantes previsto para el ingreso semestral a la universidad	VRACAD
2	Solicita al Consejo de Facultad el número de vacantes para la carrera (s) y el semestre respectivo tomando en consideración lo establecido en el plan operativo y presupuesto	Decanato
3	Remite al Vicerrector Académico el número de vacantes aprobadas en Consejo de Facultad	
4	Recibe el número de vacantes por facultad y solicita al Consejo Universitario que lo apruebe	VRACAD
5	Aprueba el número de vacantes asignadas para cada modalidad de ingreso a la UNALM según presupuesto y el plan de desarrollo de la universidad y emite resolución respectiva	CU
6	Recibe la resolución, toma conocimiento y remite al CAP	VRACAD
7	Recibe la resolución del número de vacantes aprobadas para cada modalidad de ingreso	CAP
8	Difunde el cuadro de vacantes aprobadas	

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	PROCEDIMIENTO DETERMINACIÓN DE VACANTES			
	PR-003-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 6 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

8. CONTROLES DEL PROCEDIMIENTO

- Reglamento de la UNALM
- Estatuto de la UNALM
- Reglamento del CAP
- Resolución del número de vacantes por concurso de admisión

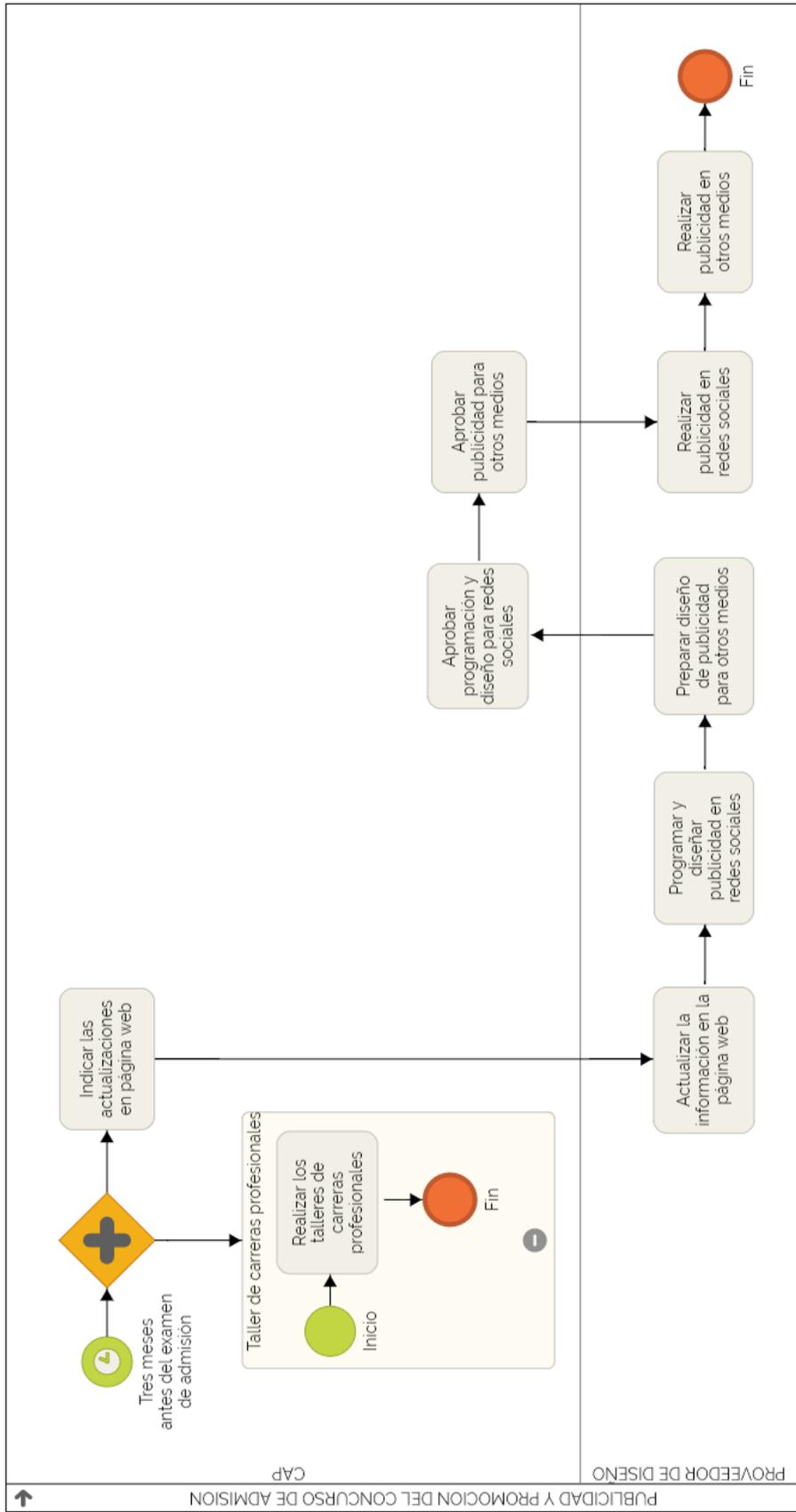
9. MÉTRICAS DEL PROCEDIMIENTO

- Número de vacantes de admisión por modalidad y por carrera

10. DIAGRAMA DE FLUJO

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CONCURSO DE ADMISIÓN			
	PR-004-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 1 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

**PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN
DEL CONCURSO DE
ADMISIÓN**



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CONCURSO DE ADMISIÓN			
	PR-004-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 3 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

1. OBJETIVO

Informar a los postulantes y público en general sobre el concurso de admisión, resaltando la fecha del examen de admisión.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para los dos concursos de admisión realizados en el año.

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- ATL: Above the line. Publicidad sobre la línea, tipo de publicidad que utiliza medios publicitarios convencionales.
- CAP: Centro de Admisión y Promoción
- INDDA: Instituto de Desarrollo Agroindustrial
- Página web: información electrónica que contiene textos, video, sonidos, imágenes, entre otras cosas; y que puede ser accedida mediante un navegador.
- Redes sociales: páginas web donde se intercambia información creando una comunidad virtual. Ejemplos: Facebook, Youtube
- UNALM: Universidad Nacional Agraria La Molina

4. RESPONSABILIDADES

- CAP: conocimiento de la información a difundir.
- Proveedor: diseño, manejo y elaboración de resultados de los medios de comunicación utilizados.

<p style="text-align: center;">CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN</p> 	PROCEDIMIENTO PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CONCURSO DE ADMISIÓN			
	PR-004-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 4 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

5. ENTRADAS Y SALIDAS DEL PROCEDIMIENTO

Entradas	Criterios
Página web del CAP	Contiene toda la información que el postulante requiere para participar del concurso de admisión y conocer más sobre la UNALM.
Material fotográfico y videos	Realizado para poder crear la página web, publicidad ATL, difusión en las redes sociales, entre otras. Muestra la infraestructura del campus universitario y la comunidad universitaria.
Prospecto virtual de admisión	Contiene la información que el postulante requiere para participar del concurso de admisión e iniciar el proceso de inscripción.
Publicidad ATL	Publicidad convencional utilizando paneles publicitarios en la ciudad.
Redes sociales – Facebook / Youtube	Redes sociales utilizadas comúnmente por el público objetivo.
Publicidad en campus UNALM, buses UNALM	Los estudiantes de la universidad pueden también ser difusores de la información del concurso de admisión.
Medios de comunicación – Radio y periódico	Medios utilizados por público en general (padres de familia, amistades, etc.) que pueden ser difusores de la información del concurso de admisión.
Talleres de carreras profesionales semanales	Experiencias vivenciales que se le ofrece a los postulantes y público en general para que puedan conocer más sobre la UNALM.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CONCURSO DE ADMISIÓN			
	PR-004-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 5 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

Salidas	Criterios
Información del concurso de admisión	El postulante debe conocer la información correcta y completa sobre el concurso de admisión: fechas de inscripción, examen de admisión y pasos a seguir para poder participar.
Potenciales postulantes	La publicidad y promoción del concurso de admisión de la UNALM puede influir en nuevo público objetivo.

6. RECURSOS

- Recursos Humanos:
 - Promoción CAP
 - Proveedores
- Herramientas de TI:
 - Página web, redes sociales
 - Computadora, Internet
- Infraestructura:
 - Oficina del CAP
 - Campus universitario UNALM

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CONCURSO DE ADMISIÓN			
	PR-004-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 6 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Nº	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Tres meses antes de la fecha del examen de admisión, se inicia la publicidad del concurso teniendo el cronograma de admisión y el cuadro de vacantes aprobados por el CU.	CAP
2	Indica al proveedor de diseño cuales son las actualizaciones que se deben realizar en la página web del CAP (www.carrerasqueapasionan.pe)	
3	Simultáneamente se realizan los talleres de carreras profesionales semanales, invitando a academias de preparación universitaria, público en general y alumnos de educación secundaria perteneciente a 4to y 5to.	
4	Actualiza la información a difundir correspondiente al concurso de admisión	Proveedor
5	Prepara un cronograma y diseño de publicaciones durante el tiempo de publicidad para el concurso, las cuales se difundirán por redes sociales, sobretodo en Facebook. En el caso de Youtube se propone un cronograma de elaboración de videos nuevos para la actualización de la cuenta.	
6	Prepara el diseño de la publicidad para el resto de medios de comunicación: publicidad ATL, radio, periódicos, paneles en el campus universitario, publicidad para los buses de la UNALM	

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CONCURSO DE ADMISIÓN			
	PR-004-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 7 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

7	Aprueba el cronograma y diseño de las publicaciones que se difundirán en redes sociales. Aprueba si se realizará o no un video para la actualización de la cuenta en Youtube.	CAP
8	Aprueba el diseño de la publicidad para los demás medios de comunicación.	
9	Realiza la publicación en redes sociales según el cronograma y diseño aprobado.	Proveedor
10	Realiza las gestiones para poner en marcha la publicidad en los demás medios de comunicación.	

8. CONTROLES DEL PROCEDIMIENTO

- Información correspondiente al concurso de admisión
- Información del impacto de la publicidad del concurso de admisión

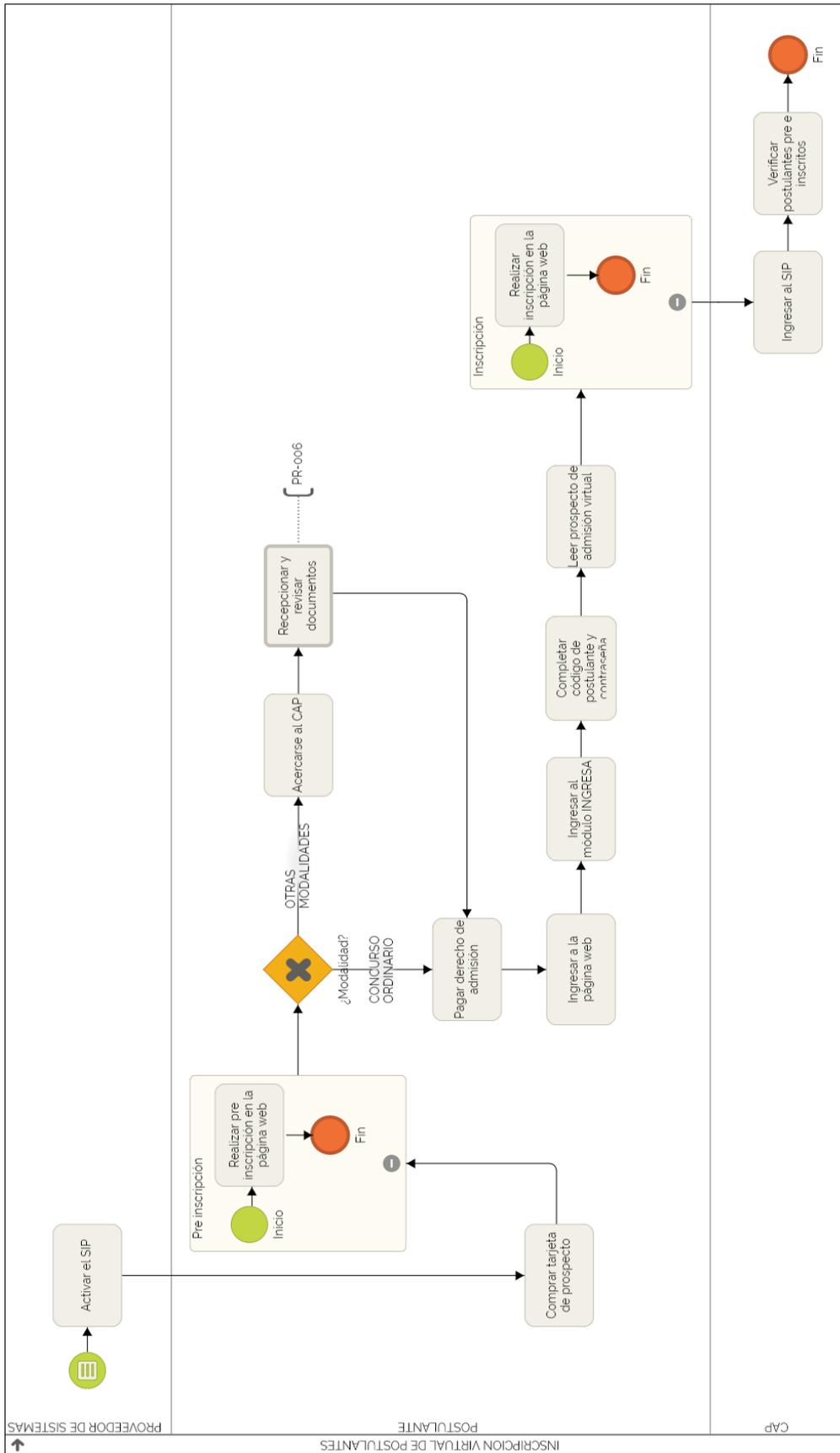
9. MÉTRICAS DEL PROCEDIMIENTO

- Impacto en redes sociales
- Impacto en los demás medios de comunicación
- Número de asistentes a los talleres de carreras

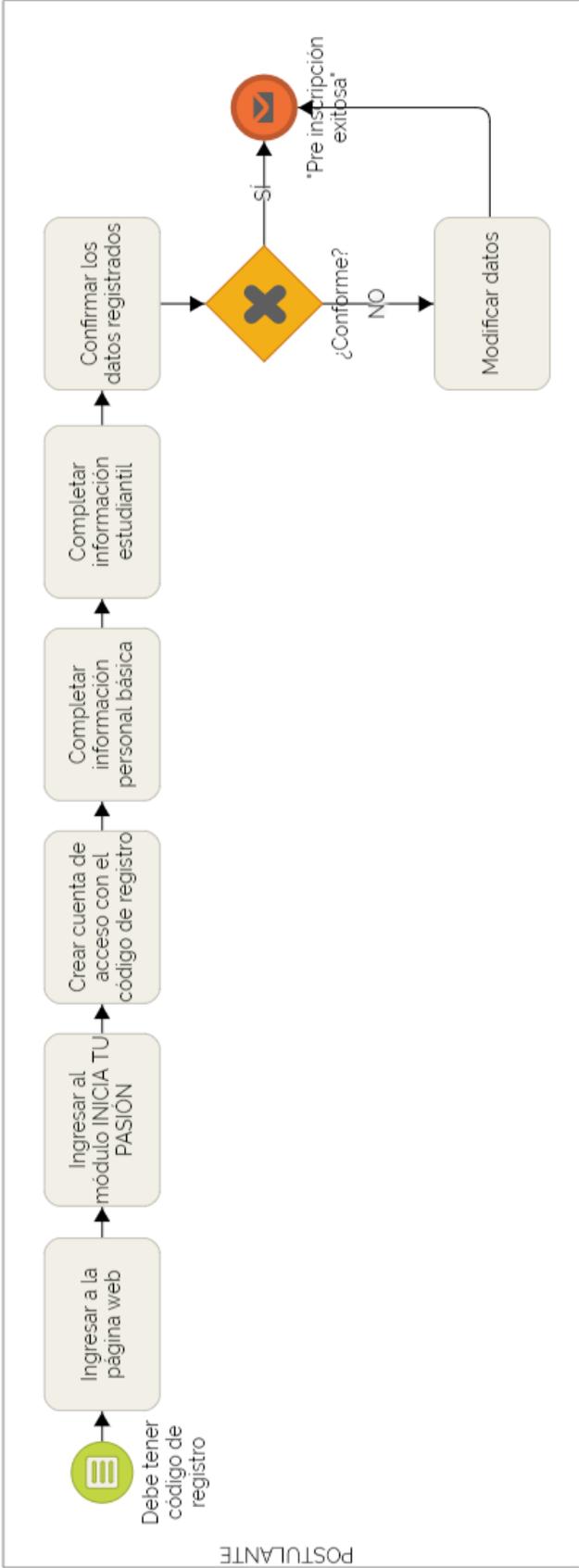
10. DIAGRAMA DE FLUJO

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO INSCRIPCIÓN VIRTUAL DE POSTULANTES			
	PR-005-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 1 de 10
	Autor:		Aprobado por:	

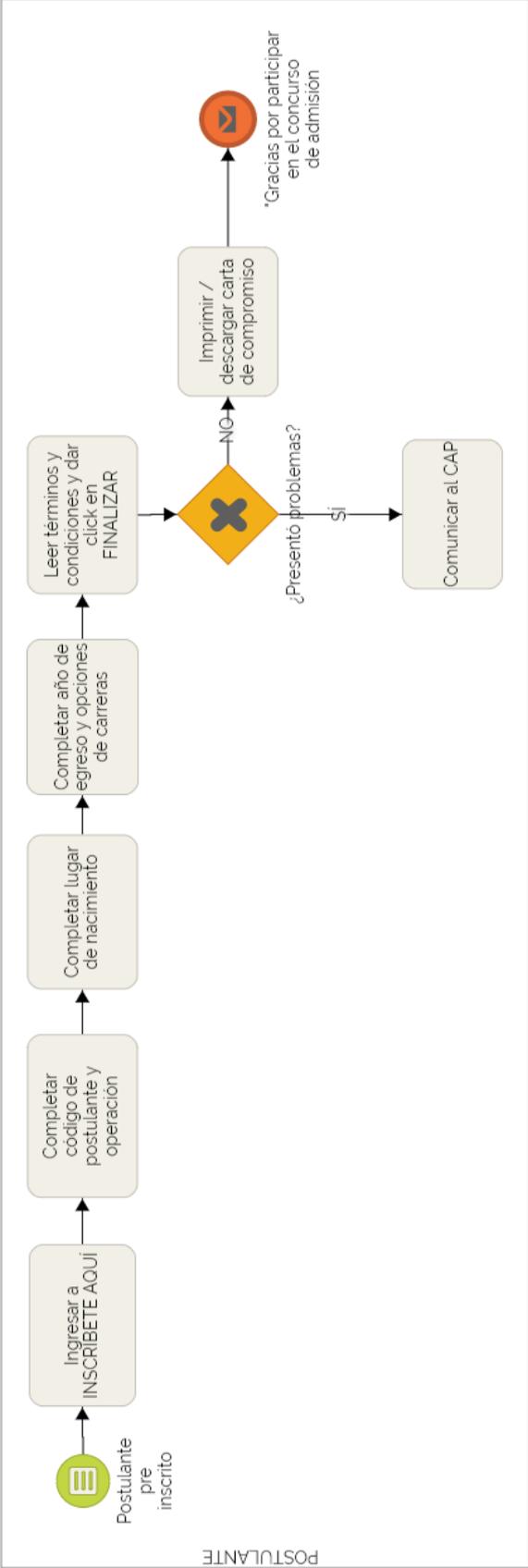
INSCRIPCIÓN VIRTUAL DE POSTULANTES



Subproceso de pre inscripción del postulante



Subproceso de inscripción del postulante



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO INSCRIPCIÓN VIRTUAL DE POSTULANTES			
	PR-005-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 5 de 10
	Autor:		Aprobado por:	

1. OBJETIVO

Registrar la información personal del postulante, modalidad de ingreso y opciones de carreras profesionales a la que postula vía internet. El postulante debe de contar con la documentación y requisitos completos exigidos por la modalidad a la que postule, se efectuarán los pagos respectivos por el prospecto virtual de admisión y derecho de inscripción según la modalidad.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para los dos concursos de admisión realizados en el año.

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- BCP: Banco de Crédito del Perú
- CAP: Centro de Admisión y Promoción
- UNALM: Universidad Nacional Agraria La Molina
- SIP: Sistema de Inscripción del Postulante
- TAWK: chat en línea

4. RESPONSABILIDADES

- CAP: conduce el procedimiento de inscripción virtual
- Postulante: realiza los pasos para la inscripción virtual
- Proveedor: monitorea el SIP y su correcto funcionamiento.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO INSCRIPCIÓN VIRTUAL DE POSTULANTES		
	PR-005-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:

5. ENTRADAS Y SALIDAS DEL PROCEDIMIENTO

Entradas	Criterios
Cronograma de admisión	Las fechas de inscripción virtual están determinadas en el cronograma de admisión, según modalidad de ingreso.
Código de registro	Permite iniciar el proceso de pre inscripción y acceder a la información del prospecto virtual.
Pre inscripción postulante	Registra los datos personales del postulante y la modalidad de ingreso a la que se postula.
Código de postulante	Código que identifica a cada postulante.
Boucher de pago	Contiene el número de operación del banco, el cual identifica el pago por derecho de admisión realizado por el postulante.
Dudas o preguntas del postulante	Permiten asesorar y acompañar al postulante durante la inscripción virtual.
Salidas	Criterios
Inscripción del postulante	Resultado de la inscripción virtual que permite al postulante inscrito participar en el examen de admisión.
Carta de compromiso del postulante	Declaración jurada del postulante inscrito aceptando los términos y condiciones del concurso de admisión.
Asignación de módulo y aula	Ubicación del postulante inscrito para rendir el examen de admisión.

6. RECURSOS

- Recursos Humanos:
 - Proveedor
 - Personal del CAP y Equipo de apoyo

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO INSCRIPCIÓN VIRTUAL DE POSTULANTES			
	PR-005-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 7 de 10
	Autor:		Aprobado por:	

- Herramientas de TI:
 - SIP
 - Página web, Internet, computadora
- Infraestructura:
 - Oficina del CAP

7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Activación del SIP desde el primer día de inscripciones según cronograma de admisión y según modalidad de ingreso	Proveedor de Sistemas
2	Compra de la tarjeta de prospecto en los puntos de venta indicados.	Postulante
SUBPROCESO – PRE INSCRIPCION		
3	Ingresar a la página web del CAP (www.carrerasqueapasionan.pe)	Postulante
4	Ingresar al módulo INICIA TU PASIÓN, ubicado en la parte superior derecha de la página web	
5	Crear la cuenta de acceso con un correo electrónico personal y una contraseña personal fácil de recordar; ingresar además con el código de registro de la tarjeta de prospecto.	
6	Completar información personal básica: nombres, apellidos, números telefónicos (fijo y/o celular), tipo y número de documento de identidad, fecha de nacimiento, sexo; departamento, provincia, distrito y dirección.	

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO INSCRIPCIÓN VIRTUAL DE POSTULANTES			
	PR-005-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 8 de 10
	Autor:		Aprobado por:	

7	Completar información estudiantil: colegio, modalidad de ingreso, nombre del colegio donde termino los estudios secundarios y tipo de gestión (nacional o privado). El sistema le indicará el monto a pagar por derecho de admisión. Finalmente dar click en GRABAR.	Postulante
8	Confirmar los datos registrados y dar click en GRABAR, en caso se deba modificar algún dato, dar click en EDITAR y corregir.	
9	En caso de no existir error, el sistema generará una pantalla de PRE INSCRIPCIÓN EXITOSA, en donde se mostrará el código de postulante, la información de pago para inscripción, el monto a pagar y el correo electrónico con el que se creó la cuenta, y a donde será enviada la información. Dar click en IMPRIMIR o IR AL HOME. Si hubiese un error, comunicarse con el CAP, mediante el chat en línea – TAWK o llamada telefónica.	

FIN DEL SUBPROCESO DE PRE INSCRIPCIÓN

10	Si la modalidad de ingreso es CONCURSO ORDINARIO, Pagar en el banco indicado el pago por derecho de admisión con el código de postulante obtenido en la pre inscripción. Si la modalidad de ingreso es OTRAS MODALIDADES, acercarse al CAP con los requisitos y documentos solicitados en el prospecto de admisión virtual, según la modalidad a la que postula (ver Procedimiento PR-006).	Postulante
11	Ingresar a la página web del CAP (www.carrerasqueapasionan.pe)	
12	Ingresar al módulo INGRESA, ubicado en la parte superior derecha de la página web (al lado del módulo INICIA TU PASIÓN)	

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO INSCRIPCIÓN VIRTUAL DE POSTULANTES			
	PR-005-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 9 de 10
	Autor:		Aprobado por:	

13	Completar el código de postulante y la contraseña, y dar click en INGRESAR.	Postulante
14	Leer el prospecto de admisión virtual, ubicado en el menú lateral izquierdo de la página web.	

SUBPROCESO DE INSCRIPCIÓN

15	Ingresar a la opción INSCRÍBETE AQUÍ del menú del prospecto de admisión virtual.	Postulante
16	Completar el código de postulante y el número de operación bancaria ubicado en el boucher de pago del banco, y dar click en CONTINUAR.	
17	Completar el lugar de nacimiento (país y nacionalidad) y dar click en SIGUIENTE.	
18	Completar el año de egreso de educación secundaria y las opciones de carreras profesionales a postular (puede ser una, dos o tres opciones y no deben ser repetibles). Dar click en CONTINUAR.	
19	Leer los términos y condiciones del concurso de admisión y dar click en ACEPTO.	
20	El sistema mostrará la CARTA DE COMPROMISO que contiene los datos del postulante como declaración jurada. Si los datos son correctos, dar click en FINALIZAR. El sistema solicitará imprimir la CARTA DE COMPROMISO o DESCARGARLA. Si hubiese un error en la información, dar click en ATRÁS y corregir. Si el sistema no emite la CARTA DE COMPROMISO, comunicarse con el CAP, mediante el chat en línea – TAWK o llamada telefónica.	

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO INSCRIPCIÓN VIRTUAL DE POSTULANTES			
	PR-005-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 10 de 10
	Autor:		Aprobado por:	

21	Descargar y/o guardar la CARTA DE COMPROMISO. El sistema mostrará el mensaje “Gracias por participar en el Concurso de Admisión”.	Postulante
FIN DEL SUBPROCESO DE INSCRIPCIÓN		
22	Ingresar al SIP con el (los) usuario(s) asignado(s) al personal del CAP.	CAP
23	Verificar el listado de postulantes pre-inscritos e inscritos en el módulo POSTULANTES.	

8. CONTROLES DEL PROCEDIMIENTO

- Reglamento de la UNALM
- Estatuto de la UNALM
- Reglamento del CAP
- Cronograma de admisión
- Pagos por derecho de admisión
- Requisitos y documentos por modalidad

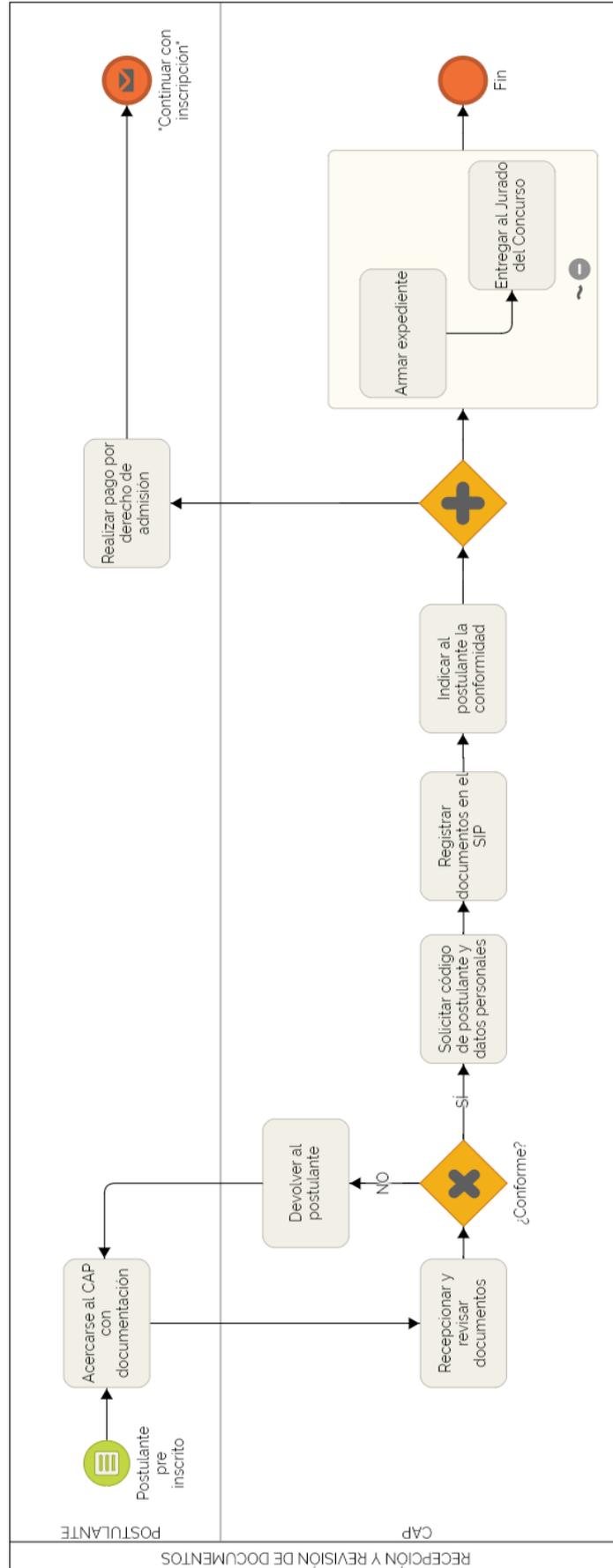
9. MÉTRICAS DEL PROCEDIMIENTO

- Número de postulantes inscritos por días

10. DIAGRAMA DE FLUJO

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO RECEPCIÓN Y REVISIÓN DE DOCUMENTOS			
	PR-006-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 1 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

RECEPCIÓN Y REVISIÓN DE DOCUMENTOS



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO RECEPCIÓN Y REVISIÓN DE DOCUMENTOS		
	PR-006-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
		Página 3 de 6	

1. OBJETIVO

Recepcionar y revisar los documentos de los postulantes de otras modalidades a fin de que cumplan con los requisitos para postular. Los postulantes luego de la pre inscripción virtual y según cronograma de admisión, deben presentar en el CAP los documentos señalados en el Artº18 del Reglamento del Concurso de Admisión.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para los dos concursos de admisión realizados en el año.

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- CAP: Centro de Admisión y Promoción
- Código de postulante: código que identifica al postulante. Se obtiene una vez concluida la pre inscripción.
- Cronograma de admisión: programación de fechas en que se desarrolla el concurso de admisión.
- DNI: Documento Nacional de Identidad
- UNALM: Universidad Nacional Agraria La Molina

4. RESPONSABILIDADES

- CAP: recepción y revisión de documentos.
- Postulante: entrega de documentos exigidos en otras modalidades de ingreso.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO RECEPCIÓN Y REVISIÓN DE DOCUMENTOS		
	PR-006-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
		Página 4 de 6	

5. ENTRADAS Y SALIDAS DEL PROCEDIMIENTO

Entradas	Criterios
Cronograma de admisión	Se deben Recepcionar y revisar documentos sólo en los plazos establecidos en el cronograma de admisión.
Requisitos de documentos por modalidad	Están definidos en el reglamento del concurso de admisión y son informados al postulante en el prospecto virtual de admisión.
Modelo de documentación	Modelo de documentos a presentar indicando los campos e información que debe contener para proceder con la inscripción virtual.
Código de postulante	Código que identifica a cada postulante y permite ingresar al SIP para registrar los documentos requeridos.
Documentos físicos por modalidad	Documentos originales del postulante.
Salidas	Criterios
Recepción conforme de los documentos	El postulante de otras modalidades está apto para continuar con el proceso de inscripción virtual.
Expedientes de postulantes	Expediente a entregar al Jurado de Admisión, con los documentos originales y conformes al reglamento del concurso de admisión.

6. RECURSOS

- Recursos Humanos:
 - Personal del CAP
 - Equipo de apoyo del CAP

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO RECEPCIÓN Y REVISIÓN DE DOCUMENTOS			
	PR-006-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 5 de 6
	Autor:		Aprobado por:	

- Herramientas de TI:
 - Computadora
 - SIP – Módulo de recepción de documentos
- Infraestructura:
 - Oficina del CAP

7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Obtiene su código de postulante al finalizar la pre inscripción virtual en la página web del CAP.	Postulante
2	Se acerca a la oficina del CAP con los documentos requeridos para la modalidad de ingreso a la que postula, en los días establecidos según cronograma de admisión.	
3	Recepciona los documentos de los postulantes de otras modalidades y revisa que cumpla con los requisitos establecidos en el Reglamento del Concurso de Admisión. Si cumple, continúa con la actividad n° 4. Si los documentos no cumplen los requisitos establecidos, se le devuelve al postulante y le solicita que corrija las observaciones encontradas. El postulante regresa cuando las observaciones estén corregidas y en el plazo definido en el cronograma de admisión.	CAP
4	Solicita al postulante su código de postulante, nombres y apellidos.	
5	Accede al módulo de recepción de documentos del SIP y registra los documentos entregados por el postulante.	
6	Indica al postulante que los documentos han sido recepcionados correctamente.	

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO RECEPCIÓN Y REVISIÓN DE DOCUMENTOS		
	PR-006-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
		Página 6 de 6	

7	Realiza el pago por derecho de admisión y continua con la inscripción virtual en la página web del CAP.	Postulante
8	Arma el expediente por postulante de otras modalidades con los documentos recepcionados y que cumplen los requisitos del reglamento del concurso de admisión.	CAP
9	Entrega los expedientes al Jurado del Concurso.	

8. CONTROLES DEL PROCEDIMIENTO

- Reglamento del Concurso del Admisión
- Cronograma de admisión

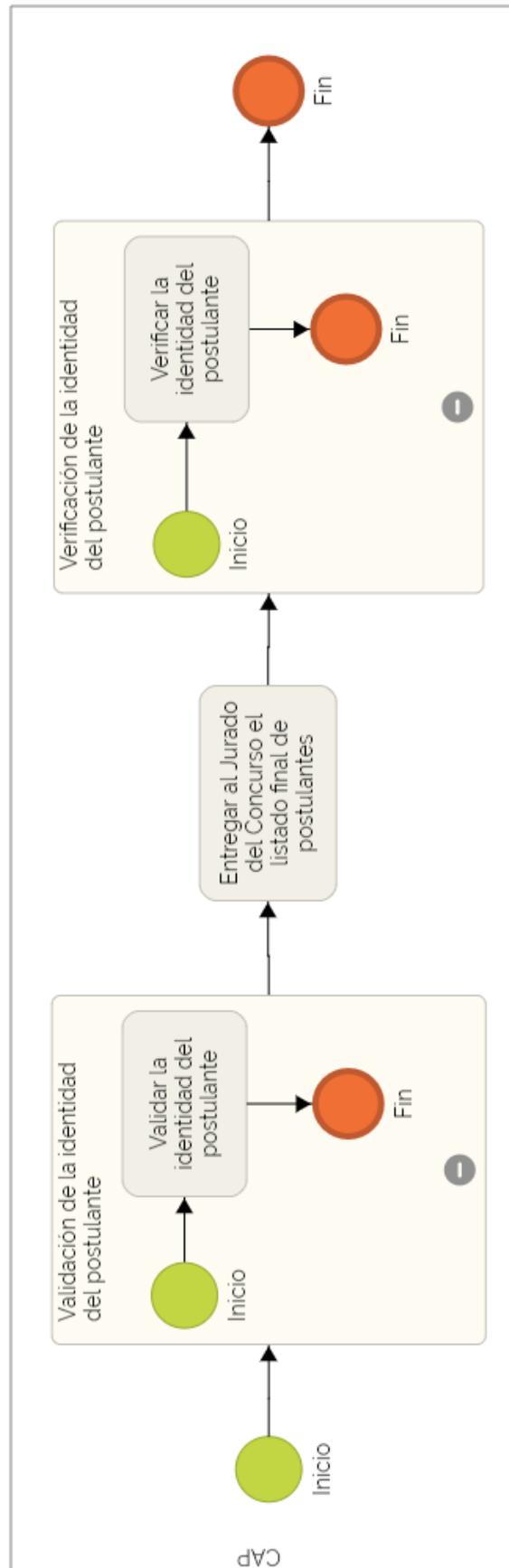
9. MÉTRICAS DEL PROCEDIMIENTO

- Numero de postulantes de otras modalidades

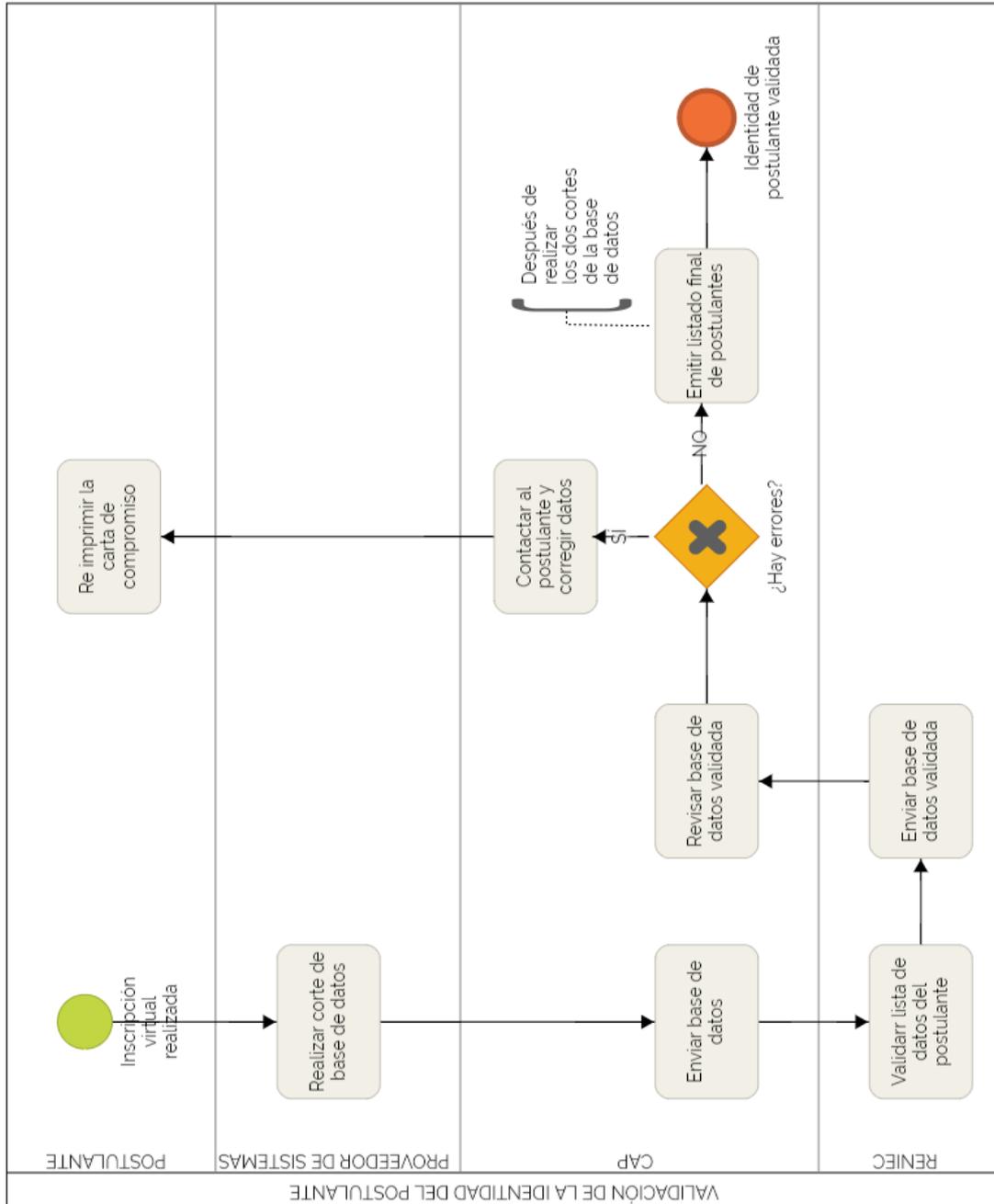
10. DIAGRAMA DE FLUJO

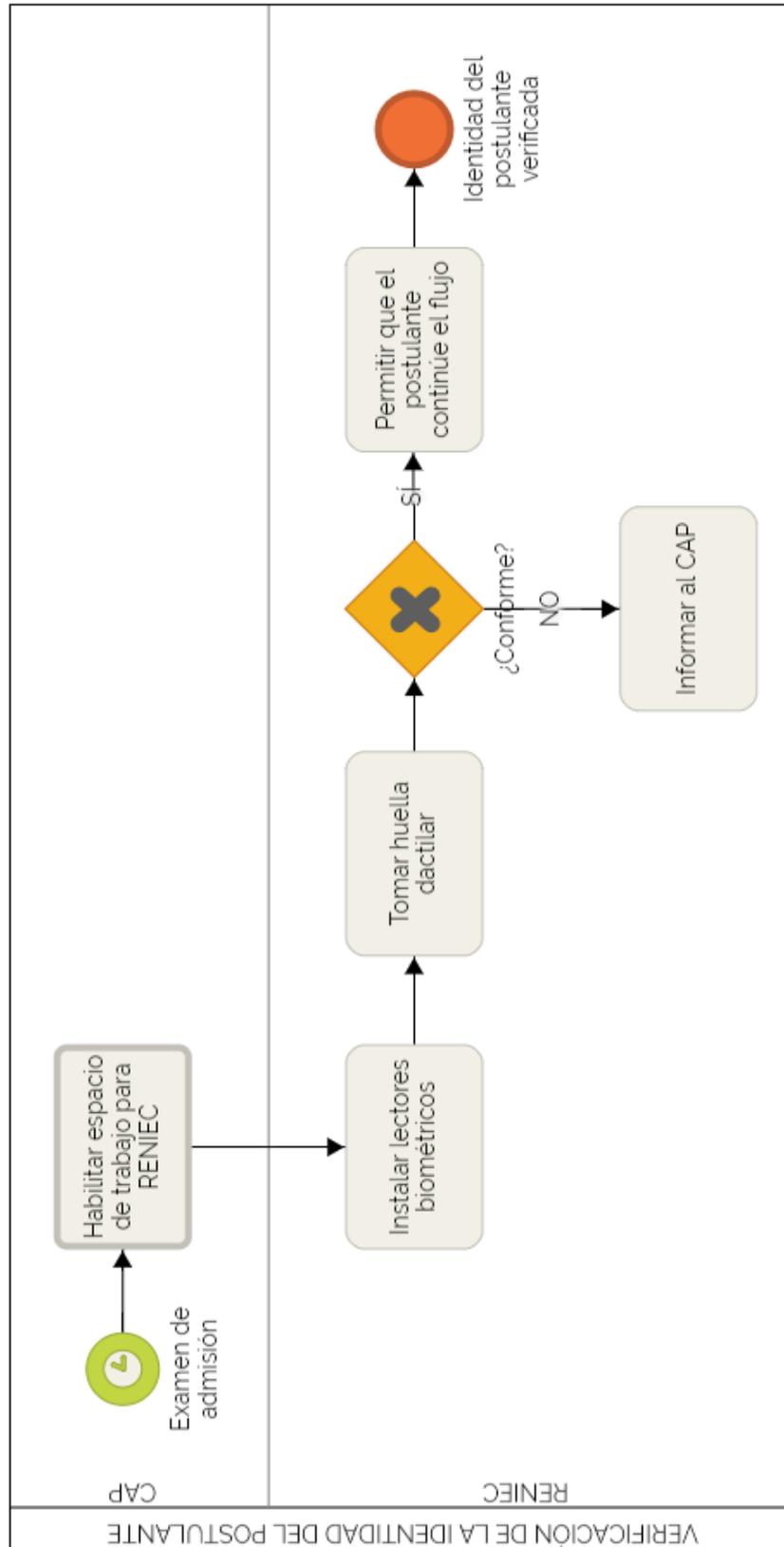
CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD DEL POSTULANTE			
	PR-007-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 1 de 9
	Autor:		Aprobado por:	

**VALIDACIÓN Y
VERIFICACIÓN DE LA
IDENTIDAD DEL
POSTULANTE**



Subproceso de validación de la identidad del postulante



Subproceso verificación de la identidad del postulante

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD DEL POSTULANTE			
	PR-007-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 5 de 9
	Autor:		Aprobado por:	

1. OBJETIVO

Asegurar que los datos de los postulantes sean correctos y verdaderos, de tal forma que este no pueda ser suplantado en el examen de admisión.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para los dos concursos de admisión realizados en el año.

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- CAP: Centro de Admisión y Promoción
- RENIEC: Registro Nacional de Identidad y Estado Civil
- Sistema Biométrico de Huella Dactilar: sistema utilizado por RENIEC para validar la identidad de una persona.
- Suplantación: caso dado en que el postulante inscrito virtualmente no es la misma persona que está por rendir el examen de admisión.
- UNALM: Universidad Nacional Agraria La Molina
- Validación de datos personales: comparación de datos personales registrados en el SIP con los datos personales registrados en la base de datos nacional de RENIEC.
- Verificación de identidad del postulante: comparación de huella dactilar del postulante tomada en el examen de admisión con la huella dactilar registrada en la base de datos nacional de RENIEC.

4. RESPONSABILIDADES

- CAP: asegurar la identidad del postulante.
- Proveedor de sistemas: entrega de la base de datos de postulantes inscritos al CAP.
- RENIEC: comparación de bases de datos y uso del sistema biométrico de huella dactilar.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD DEL POSTULANTE		
	PR-007-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
		Página 6 de 9	

5. ENTRADAS Y SALIDAS DEL PROCEDIMIENTO

Entradas	Criterios
Inscripción virtual	El postulante está inscrito al finalizar la pre inscripción y la inscripción virtual.
Base de datos de postulantes inscritos	Relación de postulantes que han realizado la pre inscripción y la inscripción virtual.
Salidas	Criterios
Base de datos verificadas por RENIEC	Relación de datos personales de postulantes inscritos, validados por RENIEC.
Datos de postulantes verificados	Nombres, apellidos y documento de identidad validados por RENIEC.
Listado final de postulantes	Listado final de postulantes inscritos y validados aptos para rendir el examen de admisión.
Identidad del postulante verificada	Identidad del postulante verificada mediante el sistema de huella dactilar el día del examen de admisión.

6. RECURSOS

- Recursos Humanos:
 - Personal del CAP
 - Proveedor de sistemas
 - Personal de RENIEC
- Herramientas de TI:
 - SIP
 - Sistema de consulta de RENIEC
 - Sistema biométrico de huella dactilar

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD DEL POSTULANTE			
	PR-007-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 7 de 9
	Autor:		Aprobado por:	

- Infraestructura:
 - Oficina del CAP
 - Campus UNALM

7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
SUBPROCESO DE VALIDACIÓN DE DATOS PERSONALES DEL POSTULANTE		
1	Concluye su proceso de inscripción virtual en la página web del CAP.	Postulante
2	Realiza el primer corte de la base de datos de postulantes inscritos (80% de los postulantes inscritos)	Proveedor de Sistemas
3	Envía la base de datos en formato Excel a RENIEC (N° de documento de identidad, nombres, apellido paterno y apellido materno)	CAP
4	Valida que los datos registrados corresponda con la base de datos nacional de peruanos de RENIEC	RENIEC
5	Envía la base de datos validada en formato Excel	
6	Revisa la data enviada por RENIEC. Si no hay errores, la data está conforme. Si hay errores, se contacta al postulante y se corrige en el SIP los datos personales. El postulante debe imprimir nuevamente su carta de compromiso.	CAP

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD DEL POSTULANTE			
	PR-007-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 8 de 9
	Autor:		Aprobado por:	

7	Realiza el segundo corte de la base de datos de postulantes inscritos (20% de postulantes inscritos restantes).	Proveedor de sistemas
8	Repite las actividades n°3 a la n°6.	CAP
9	Cuando tiene ambos cortes validados y los errores detectados corregidos, emite el listado final de postulantes inscritos.	

FIN DEL SUBPROCESO DE VALIDACIÓN DE DATOS PERSONALES DEL POSTULANTE

10	Entrega al Jurado del Concurso el listado final de postulantes inscritos e imprime las listas para cada docente responsable de aula el día del examen de admisión.	CAP
----	--	-----

SUBPROCESO DE VERIFICACIÓN DE IDENTIDAD DEL POSTULANTE

11	El día del examen de admisión, habilita en el flujo de ingreso del postulante al campus de la universidad, un espacio con el personal de RENIEC para la toma de huella dactilar.	CAP
12	Instala los lectores biométricos de huella dactilar.	RENIEC
13	Toma la huella dactilar de cada postulante respetando el flujo de ingreso de los postulantes. Si las huellas no coinciden, informa al CAP y el postulante es separado de la fila de ingreso. Es una suplantación. Si las huellas coinciden, permite que el postulante continúe con el flujo de ingreso hacia el aula correspondiente.	
14	Finaliza con el último postulante en el flujo de ingreso y retira los lectores biométricos.	

FIN DEL SUBPROCESO DE IDENTIDAD DEL POSTULANTE

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD DEL POSTULANTE		
	PR-007-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
			Página 9 de 9

8. CONTROLES DEL PROCEDIMIENTO

- Base de datos nacional de peruanos de RENIEC
- Sistema biométrico de reconocimiento de huella dactilar

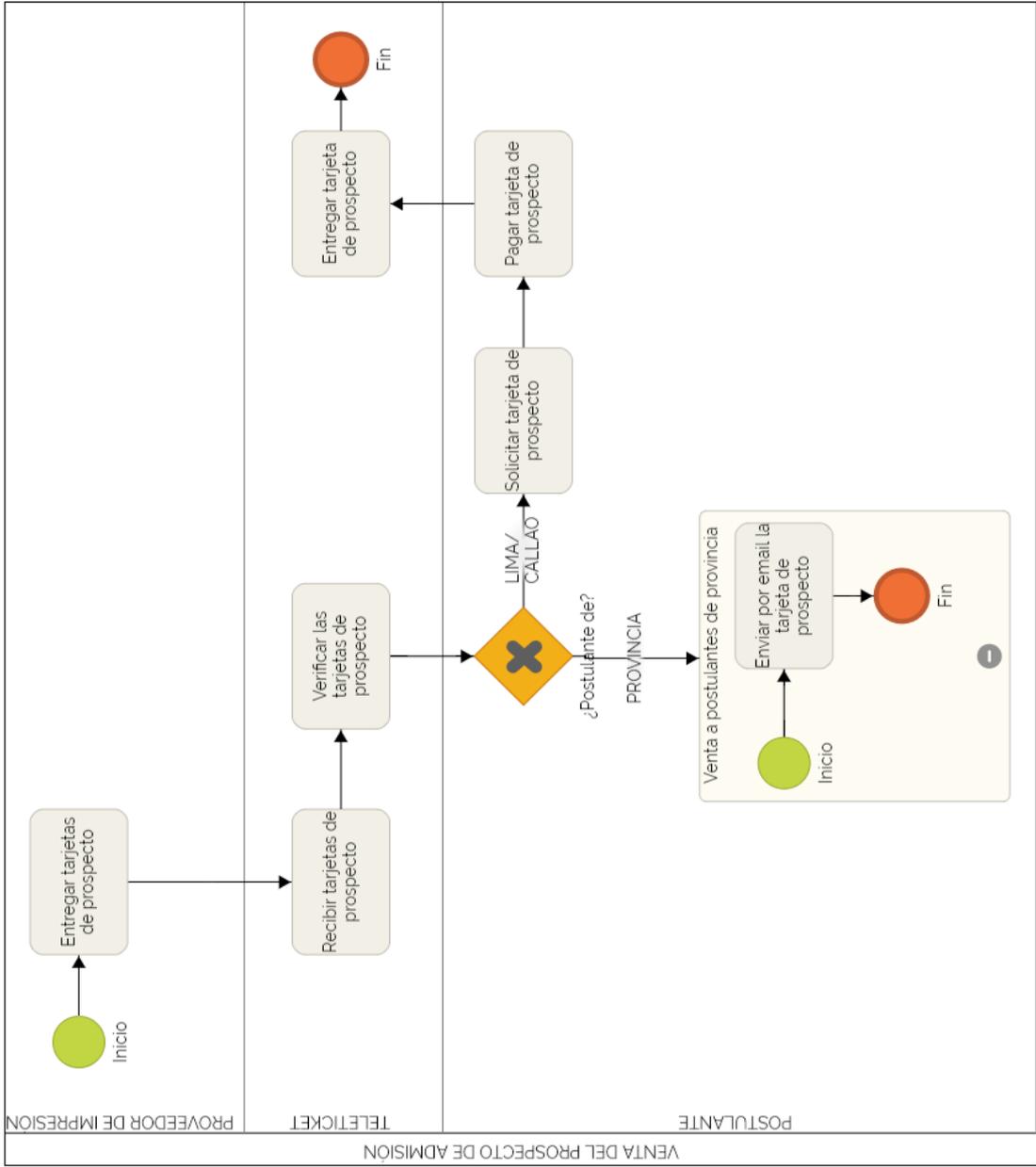
9. MÉTRICAS DEL PROCEDIMIENTO

- Número de correcciones de datos de postulantes inscritos
- Número de suplantaciones de postulantes

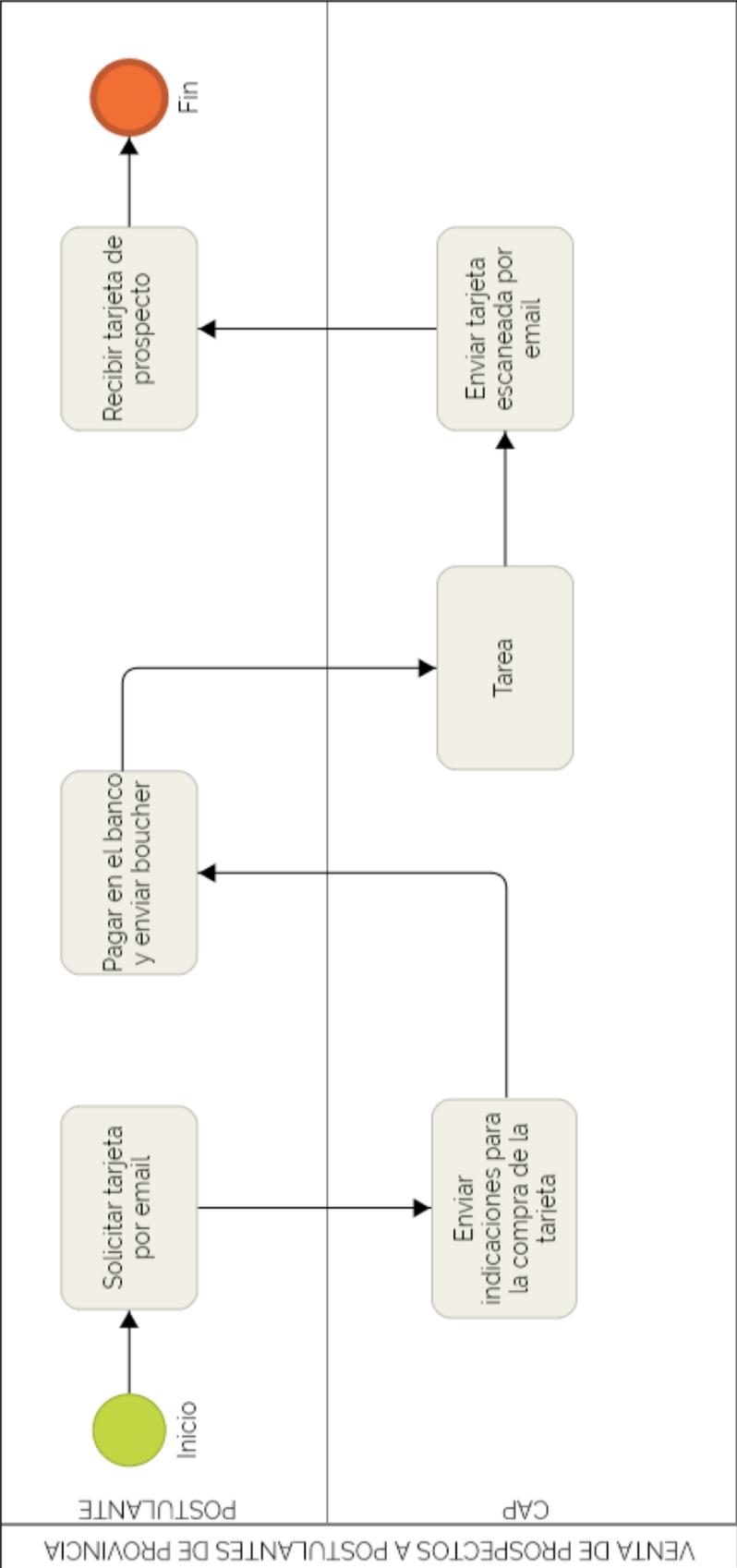
10. DIAGRAMA DE FLUJO

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VENTA DEL PROSPECTO DE ADMISIÓN			
	PR-008-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 1 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

VENTA DEL PROSPECTO DE ADMISIÓN



Subproceso de venta de prospecto a postulantes de provincia



CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VENTA DEL PROSPECTO DE ADMISIÓN			
	PR-008-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 4 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

1. OBJETIVO

Hacer llegar al postulante las tarjetas de prospecto de admisión que contiene el código de registro, con el que podrá acceder a la página web del CAP, y mediante el inicio de sesión, podrá visualizar la información necesaria para participar del concurso de admisión.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para los dos concursos de admisión realizados en el año.

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- CAP: Centro de Admisión y Promoción
- Código de registro: código realizado por el proveedor de sistemas impreso en la tarjeta de prospecto. Código con el que se realiza la pre inscripción
- Pdv: punto de venta
- Tarjeta de prospecto: tarjeta que contiene los códigos de registro
- TELETICKET: Teledistribución S.A. Proveedor encargado de las ventas de las tarjetas de prospecto de admisión.
- UNALM: Universidad Nacional Agraria La Molina

4. RESPONSABILIDADES

- CAP: publicidad y supervisión de las ventas de la tarjeta de prospecto.
- Proveedor de impresión: impresión de tarjetas de prospecto.
- TELETICKET: ventas de la tarjeta de prospecto.

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VENTA DEL PROSPECTO DE ADMISIÓN		
	PR-008-CAP	Versión: 1.0	Fecha:
	Autor:		Aprobado por:
		Página 5 de 7	

5. ENTRADAS Y SALIDAS DEL PROCEDIMIENTO

Entradas	Criterios
Contrato con TELETICKET	Firmar contrato de servicio de ventas del prospecto de admisión al nivel de Lima y Callao.
Código de registro	Toda tarjeta de prospecto debe contener un código de registro válido y único emitido por el proveedor de sistemas.
Tarjeta de prospecto	La tarjeta debe estar dentro del sobre cerrado y embolsado.
Distribución de prospectos al pdv	Se deben entregar la cantidad de prospectos correspondientes a cada pdv de TELETICKET.
Publicidad de venta del prospecto	Se debe publicitar la venta del prospecto a través de los medios de comunicación utilizados por el CAP.
Salidas	Criterios
Tarjeta de prospecto	El postulante después de pagar el valor del prospecto debe recibir la tarjeta de prospecto de admisión.
Código de registro	El código asignado a la tarjeta del prospecto permitirá al postulante ingresar al sistema de pre inscripción en la página web del CAP.
Prospecto virtual en la página web del CAP	Después de la pre inscripción, el postulante podrá acceder al prospecto de admisión virtual y leer la información necesaria para su participación en el concurso de admisión.

6. RECURSOS

- Recursos Humanos:
 - Equipo del CAP
 - TELETICKET
 - Proveedor de impresión

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VENTA DEL PROSPECTO DE ADMISIÓN			
	PR-008-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 6 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

- Herramientas de TI:
 - Computadora, Internet
- Infraestructura:
 - Pdv de TELETICKET

7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	El proveedor de impresión entrega la cantidad indicada de tarjetas de prospectos al CAP (para casos de postulantes de provincias y alumnos del CEPRE UNALM).	Proveedor de impresión
2	Recibe las tarjetas de prospecto de admisión por parte del proveedor de impresión.	TELETICKET
3	Verifica que las tarjetas de prospecto estén embolsadas correctamente.	
4	Se acerca a los puntos de venta de TELETICKET de Lima y Callao y solicita una tarjeta de prospecto de admisión. Si el postulante es de provincia, obtendrá su código de registro a través del CAP.	Postulante
5	Paga el valor asignado a la tarjeta de prospecto de admisión y recibe su comprobante de pago.	
6	Entrega la tarjeta de prospecto de admisión y finaliza la venta. Si la tarjeta de prospecto de admisión presentará algún error, el postulante debe comunicarse con el CAP.	TELETICKET

CENTRO DE ADMISIÓN DE Y PROMOCIÓN 	PROCEDIMIENTO VENTA DEL PROSPECTO DE ADMISIÓN			
	PR-008-CAP	Versión: 1.0	Fecha:	Página 7 de 7
	Autor:		Aprobado por:	

SUBPROCESO DE VENTA DE PROSPECTO A POSTULANTES EN PROVINCIA

7	Envía un correo electrónico, solicitando su tarjeta de prospecto de admisión al CAP.	Postulante
8	Envía las indicaciones para obtener la tarjeta de prospecto de admisión.	CAP
9	Deposita en el banco BCP el valor asignado a la tarjeta de prospecto de admisión y envía el boucher al CAP a través del correo electrónico.	Postulante
10	Verifica el depósito realizado a la cuenta de venta de prospectos de admisión y envía la tarjeta scaneada al postulante.	CAP
12	Recibe la imagen de la tarjeta de prospecto y obtiene así su código de registro para iniciar su pre inscripción.	Postulante

FIN DEL SUBPROCESO DE VENTA DE PROSPECTO A POSTULANTES EN PROVINCIA

8. CONTROLES DEL PROCEDIMIENTO

- Reporte de ventas de las tarjetas de prospecto
- Número de tarjetas de prospecto impresas

9. MÉTRICAS DEL PROCEDIMIENTO

- Tarjetas de prospecto vendidas por día

10. DIAGRAMA DE FLUJO

ANEXO 19: RESULTADOS DEL FOCUS GROUP REALIZADO POR AGOS COMUNICACIONES S.R.L

El focus group realizado por el proveedor Agos Comunicaciones S.R.L tuvo por finalidad obtener conocimiento sobre la UNALM para el desarrollo de las ideas creativas que serían insumo para la creación de la nueva página web, el desarrollo del prospecto virtual, el nuevo SIP y la publicidad del Concurso de Admisión 2016 – II.

El focus group tuvo 6 secciones y fue realizado a los alumnos ingresantes del semestre 2016-II

1. Los conocimientos de la UNALM
2. Las motivaciones de postular a la UNALM
3. Las percepciones sobre la UNALM
4. El proceso de inscripción de admisión de la UNALM
5. La percepción de la web y fan page de la UNALM
6. Hábitos de uso de la Internet

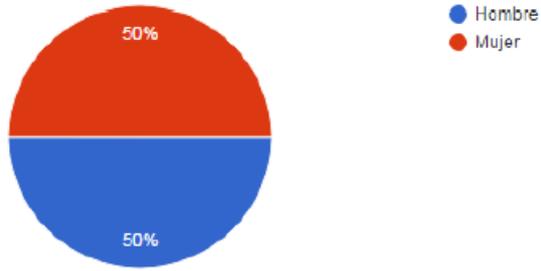
Se realizó también una encuesta a 20 egresados de la UNALM para complementar las tres primeras secciones realizadas a los ingresantes.

ENCUESTA A CACHIMBOS UNALM

ENCUESTA A ESTUDIANTES

- AGOS Comunicaciones implementó una encuesta con 6 secciones que tenía por objetivo evaluar en los estudiantes cachimbos:
 - ✓ **Los conocimientos** sobre la UNALM
 - ✓ **Las motivaciones** de postular a la UNALM
 - ✓ **Las percepciones** sobre la UNALM
 - ✓ **El proceso de inscripción** de admisión de la UNALM
 - ✓ **La percepción** de la Web y Fan Page de la UNALM
 - ✓ **Hábitos de uso** de la Internet

Sexo (148 respuestas)

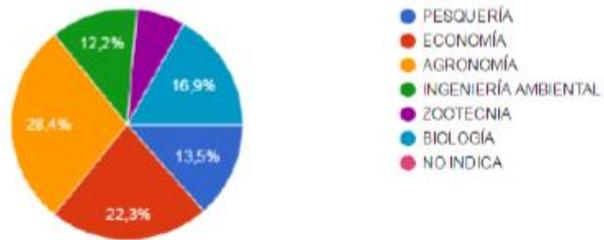


Rango de Edades (148 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

Carrera (148 respuestas)



Ciclo (147 respuestas)



JOS
COMUNICACIONES

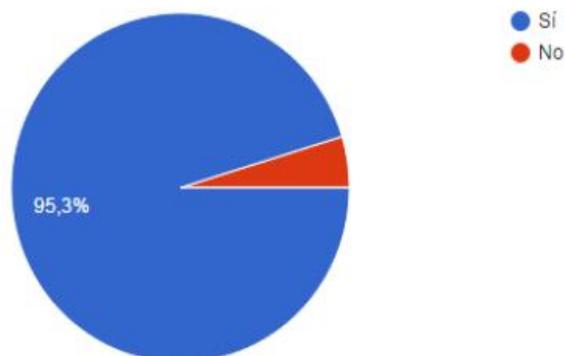
LA MUESTRA

- La muestra a la que se aplicó la encuesta fue homogénea en términos de sexo (50% mujeres como hombres). El 91% de estos estaba dentro del rango de edad entre lo 18 y 30 años, y un 9% era menor de 18 años.
- En cuanto a las carreras, se evidencia que la muestra tenía proporciones similares de las carreras de Agronomía (28.4%), Economía (22,3%), Biología (16.9%), Pesquería (13.5%), Ingeniería Ambiental (12.2%) y un 6.7% no especificó.

AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 1: CONOCIMIENTO DE LA UNALM

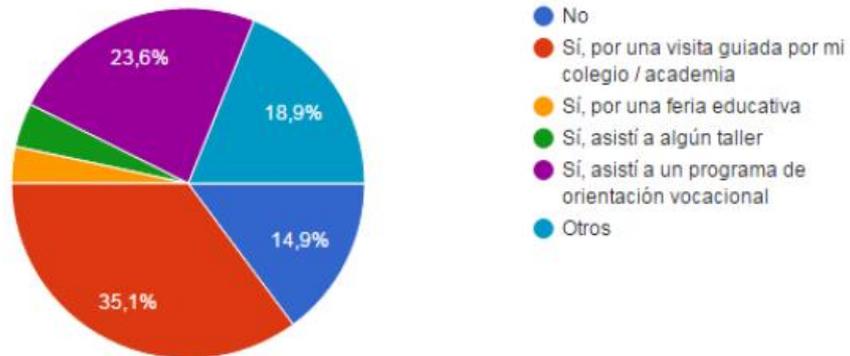
01. ¿Antes de postular tenías conocimiento de la UNALM? (148 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 1: CONOCIMIENTO DE LA UNALM

02. Antes de postular ¿Llegó a visitar la UNALM? (148 respuestas)

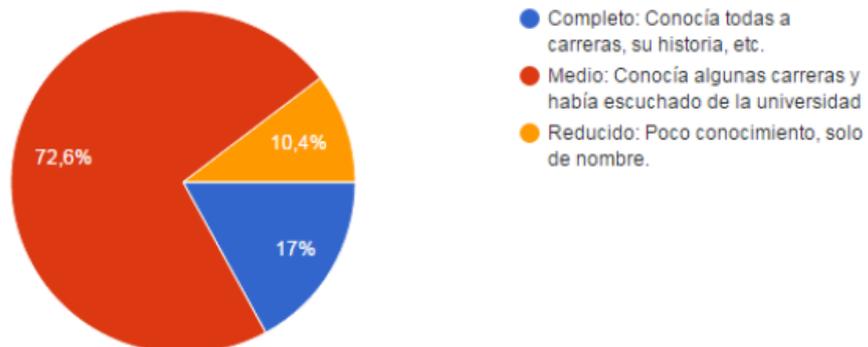


AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 1: CONOCIMIENTO DE LA UNALM

03. Si respondiste afirmativamente ¿ese conocimiento previo de la universidad podría calificarse de?

(135 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 1: INFORMACIÓN RELEVANTE

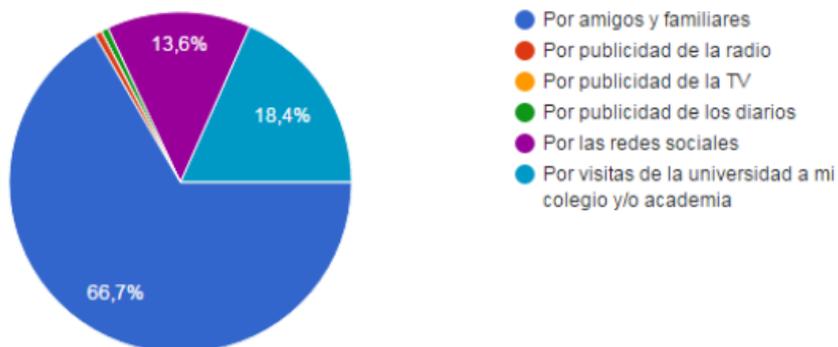
- Un 95% afirma haber tenido conocimiento de la UNALM previo a postular. Esta estadística se soporta además en que un 85.1% afirmó haber visitado el campus de la UNALM previo a postular.
- Estas visitas fueron en su mayoría por una visita guiada de su colegio/ academia (35.1%), por asistir a un programa de orientación vocacional (23.6%), un 18.9% señaló que conoció la universidad de otras maneras: visitas particulares y por acompañar a un familiar.
- La mayoría de postulantes señaló que al momento de postular tenían un conocimiento completo (17%) y medio (72.6%) de la UNALM.

AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 2: MOTIVACIONES DE POSTULA A LA UNALM

04. ¿Cómo te enteraste de que la UNALM ofrecía la carrera que estabas buscando?

(147 respuestas)

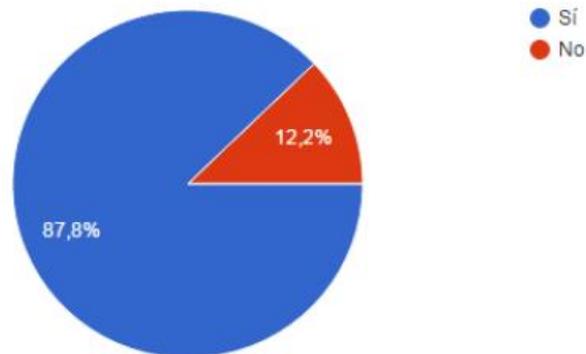


AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 2: MOTIVACIONES DE POSTULA A LA UNALM

05. Además de la carrera que querías postular en la UNALM ¿Tenías conocimiento de las otras carreras que ofrecía la universidad?

(148 respuestas)

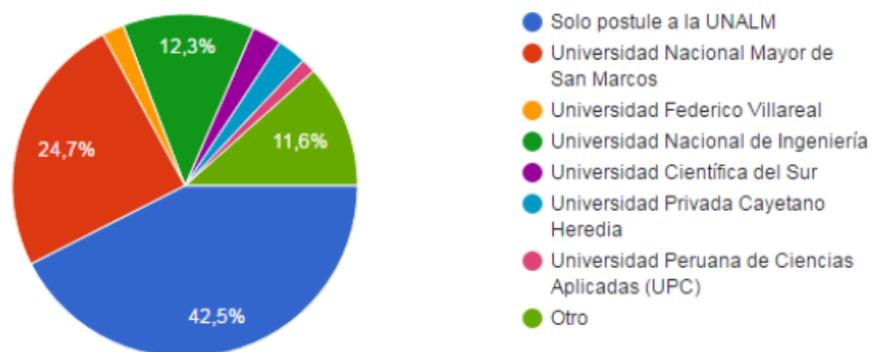


AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 2: MOTIVACIONES DE POSTULA A LA UNALM

06. ¿Qué otras universidades consideraste, además de la UNALM, al momento de postular?

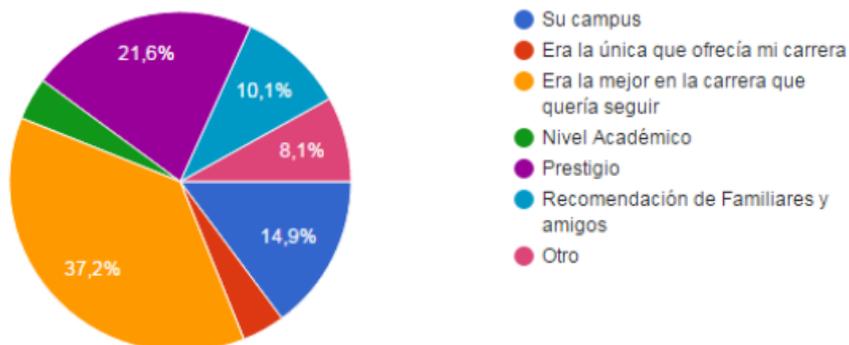
(146 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 2: MOTIVACIONES DE POSTULA A LA UNALM

07. ¿Cuál fue el factor decisivo para elegir a la UNALM? (148 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 2: INFORMACIÓN RELEVANTE

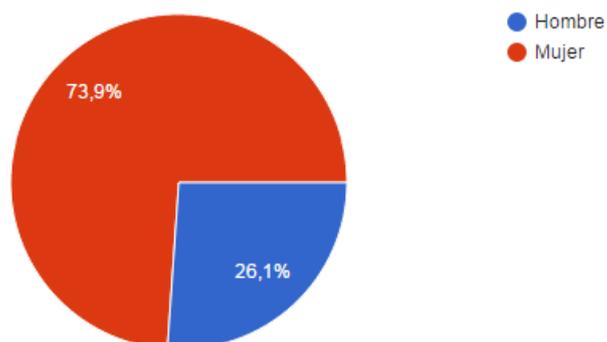
- Al consultar sobre la fuente de información de la UNALM un 66.7% señaló que conocieron la universidad por amigos y familiares.;18.4% a través de visitas de la UNALM a sus colegios / academias; y un 13.6% en las redes sociales.
- Esto evidencia que el sentido de pertenencia de los egresados y estudiantes de la UNALM no solo se restringe a ámbitos académicos y laborales, sino que se viven en casa y se transmite directa o indirectamente a sus familiares.
- Un 42.5% señaló que solo tuvo a la UNALM como única opción de universidad para postular. No obstante, la UNMSM es la segunda opción más considerada por los postulantes de la UNALM (24.7%), seguida de la UNI (12.3%).
- Como factores decisivos para elegir la UNALM fueron “Era la mejor en la carrera a seguir” (37.2%), “Prestigio” (21.6%), y “su campus” (14.9%).

AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

08. Antes de ingresar a la UNALM. Si la tuvieras que definir como una persona ¿Cómo te la imaginas?

(138 respuestas)

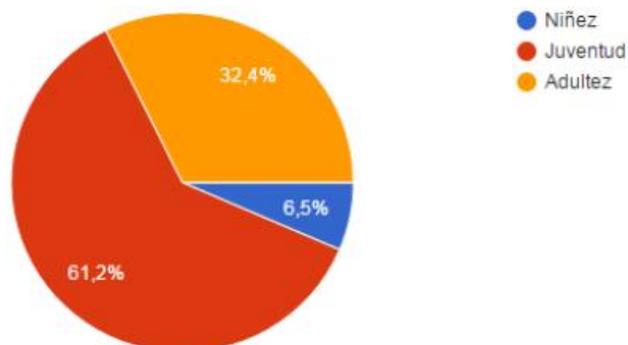


AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

09. Relacionado a la pregunta anterior ¿En qué etapa de la vida se encontraría?

(139 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

¿Por qué relacionas con la respuesta que acabas de dar en la pregunta anterior?

(112 respuestas)

“Porque es la madre naturaleza hecha universidad”

“Por lo cuidada y hermosa que tienen el campus”

“Porque es interesante, abierta a cualquier tema, extrovertida y dinámica”

“Es como la madre que te guía y apoya”

“Porque es acogedora, cálida y exigente”

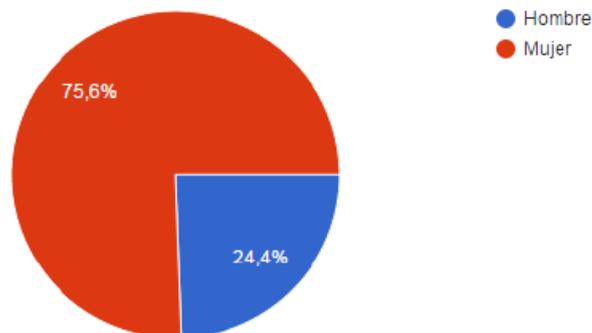
“Porque es un lugar muy acogedor y se siente como una madre”

AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

10. Ya como estudiante de la UNALM. ¿Si la universidad fuera una persona cómo te la imaginas?

(131 respuestas)

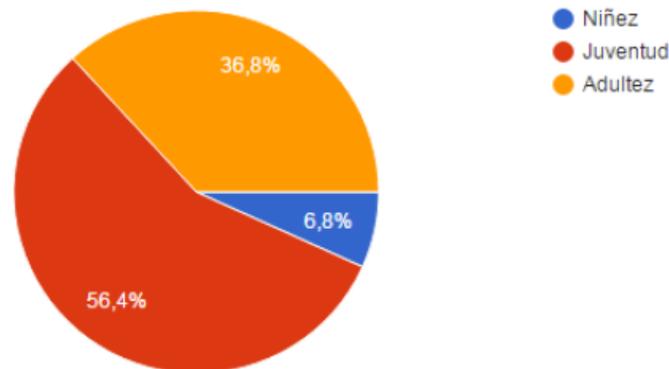


AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

11. Ya como estudiante de la UNALM. Relacionado a la pregunta anterior ¿En qué etapa de la vida se encontraría?

(133 respuestas)

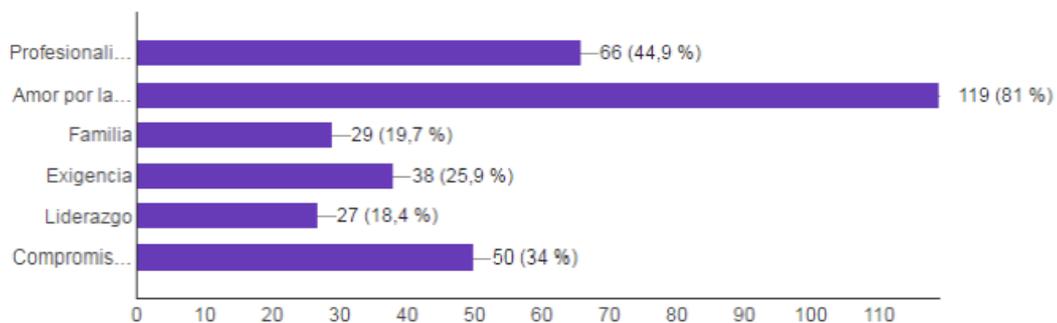


AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

12. De los siguientes conceptos ¿Cuál crees que identifica más con la Universidad? (Puedes marcar más de una alternativa)

(147 respuestas)

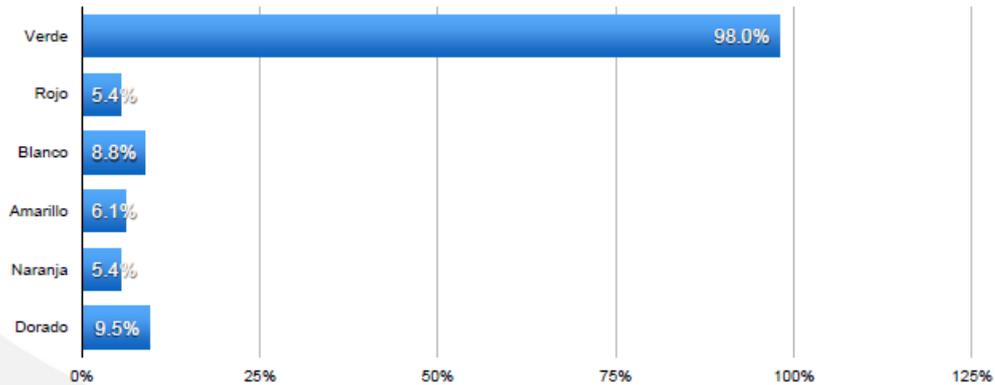


AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

13. ¿Con qué color asocias a la Universidad? (Puedes marcar más de una alternativa)

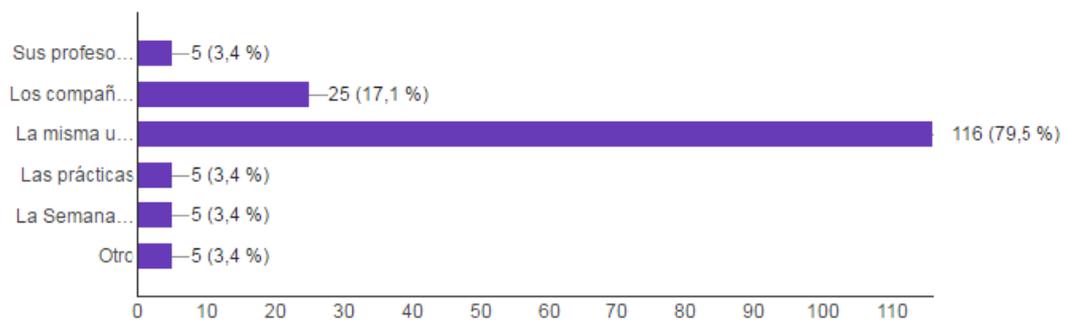
(148 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

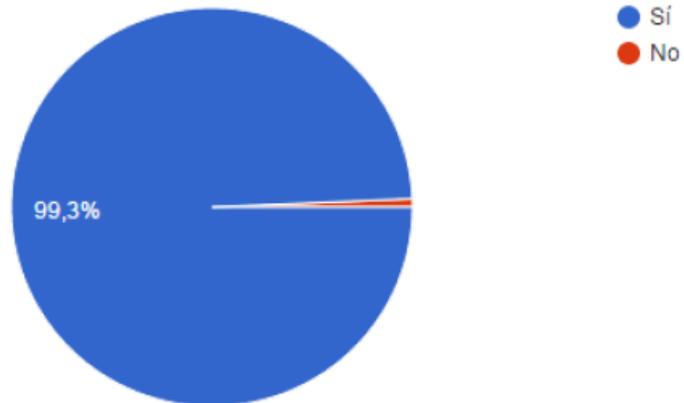
14. ¿Qué es lo que más te gustó de la universidad? (146 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

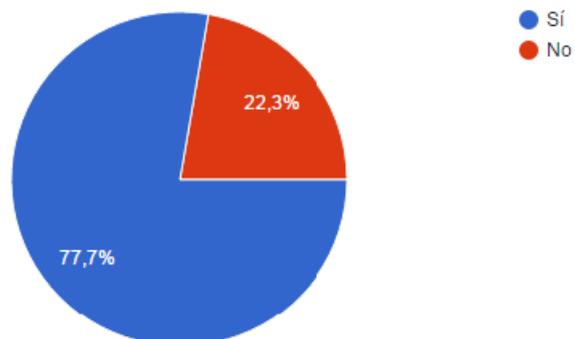
PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

15. ¿La recomendarías? (148 respuestas)



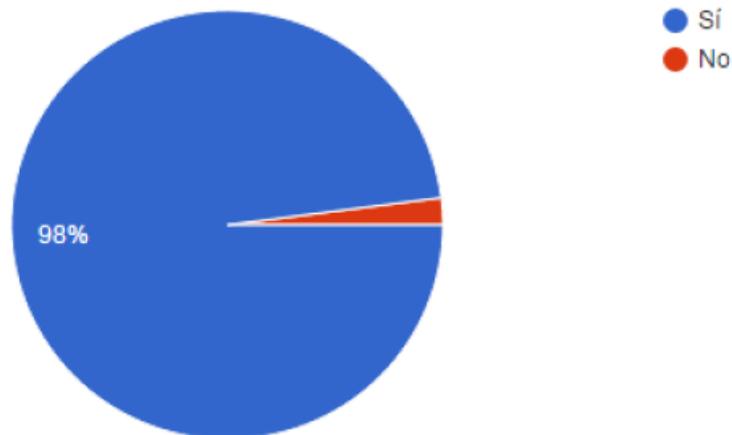
PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

16. ¿Sientes que fácilmente se puede reconocer a un molinero? (148 respuestas)



PARTE 3: PERCEPCIONES DE LA UNALM

17. ¿Te gusta estudiar en la universidad? (148 respuestas)



AGOS COMUNICACIONES

PARTE 3: INFORMACIÓN RELEVANTE

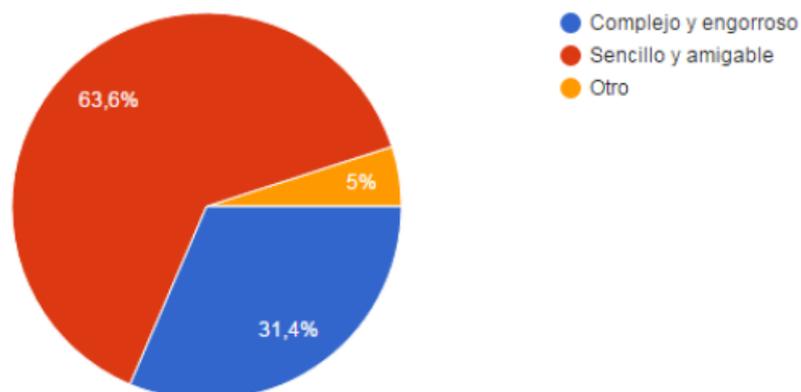
- Sea previo a postular y ya como estudiantes, el imaginario que señalan de la UNALM es el de una mujer (73.9%) “joven” (61.2%) y cuando se les consulta por el sustento a sus percepciones se descubre que una constante es verla como una “Madre joven exigente, sabia que guía a todos los alumnos”. Se rescata el sentimiento de “familia”.
- Como colores se identifican más con el verde (98%) y el concepto más destacado es el de “Amor por la naturaleza” (81%).
- El 99.3% recomendaría la UNALM lo cual evidencia el grado de satisfacción y sentido de pertenencia. Que es muy probable que se evidencie en espacios académicos y personales, como el hogar, repitiendo el círculo virtuoso que se señaló de que se conoce a la UNALM por familiares y/o amigos.

AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 4: SOBRE EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN

18. ¿Cómo te pareció el sistema de inscripción para el proceso de admisión que maneja la universidad?

(140 respuestas)



AGOS COMUNICACIONES

PARTE 4: SOBRE EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Especifique su respuesta de la pregunta anterior (22 respuestas)

“Todo fue rápido, una breve fala en mi certificado nada más”

“Porque no admitía el código que me habían dado”

“Por un nombre mal escrito tuve que regresar”

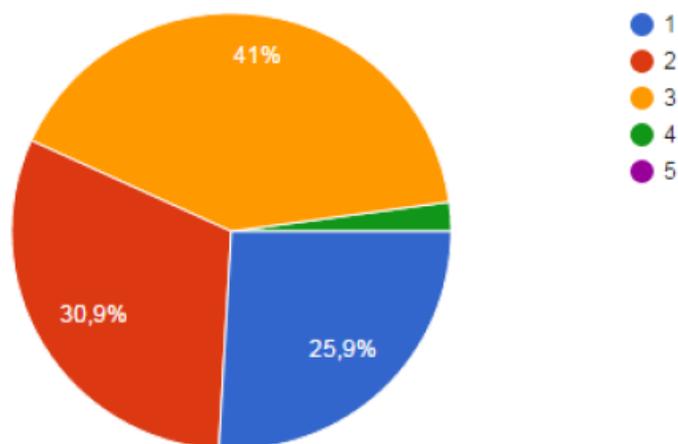
“Se demoraban mucho en hacer mi inscripción”

“Los requisitos eran un poco confuso”

AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 4: SOBRE EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN

20. ¿Cuántas veces ha postulado a la UNALM? (139 respuestas)



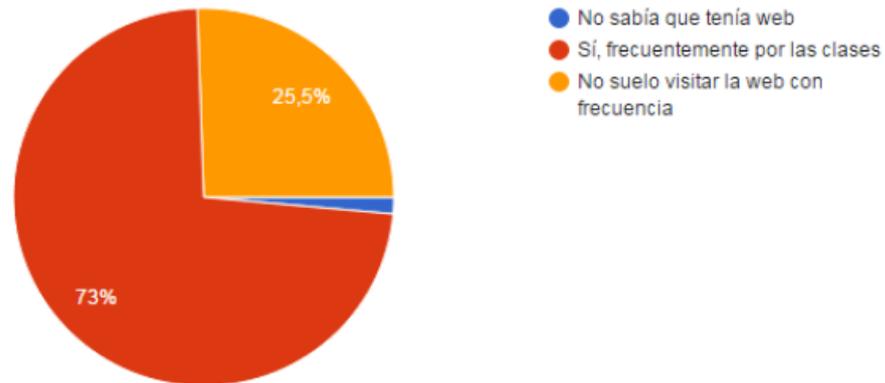
PARTE 4: INFORMACIÓN RELEVANTE

- Un 31.4% aún señala que el proceso de inscripción es engorroso.
- Adicionalmente se señala que el 26.2% tuvo un inconveniente que dificultó su proceso de admisión.
- En el público encuestado el 41% ha postulado en 3 oportunidades a la universidad, un 30.9% en 2 ocasiones y, un 25.9% lo hizo a la primera.
- Se puede inferir que más del 70% de los cachimbos a postulado en más de una ocasión por lo que sus opiniones sobre el proceso de admisión son en base a varias experiencias con el proceso de admisión motivo por el cual le da mayor relevancia a sus respuestas.

PARTE 5: SOBRE LA WEB Y EL FANPAGE

21. ¿Sueles visitar con frecuencia la página web de la UNALM?

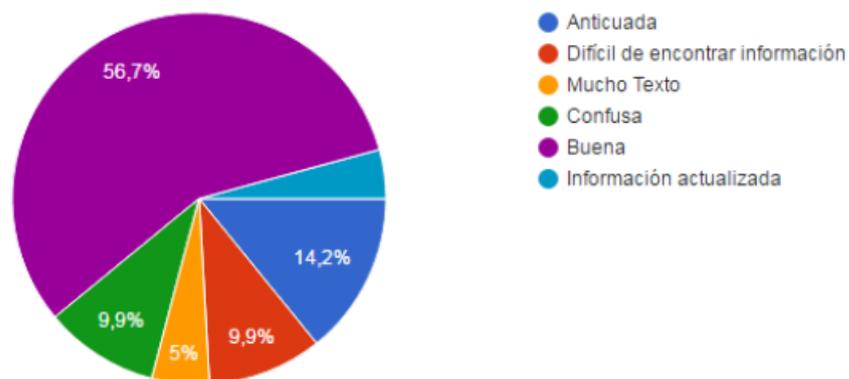
(141 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 5: SOBRE LA WEB Y EL FANPAGE

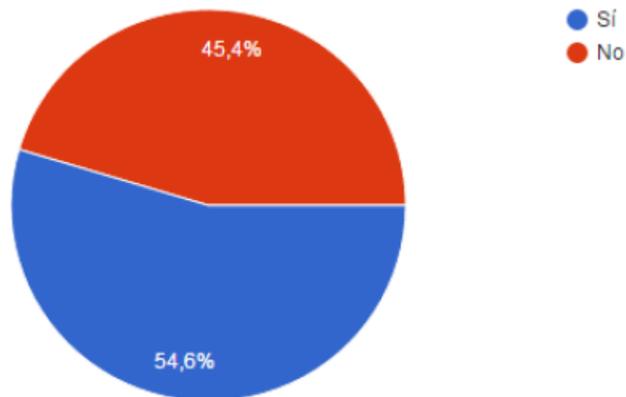
22. ¿Qué te parece la Web? (141 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 5: SOBRE LA WEB Y EL FANPAGE

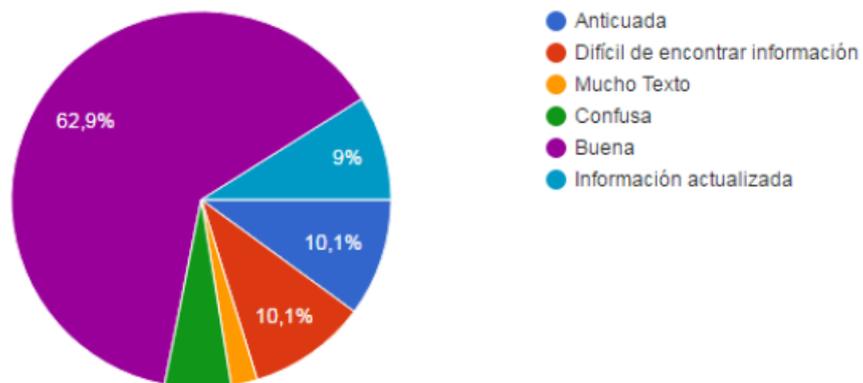
23. ¿Sabías que la UNALM cuenta con un Fanpage de FACEBOOK?
(141 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 5: SOBRE LA WEB Y EL FANPAGE

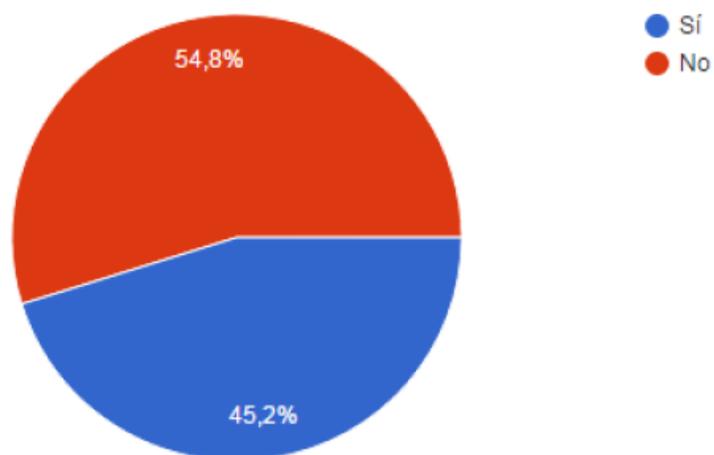
24. ¿Qué te parece su Fanpage? (89 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 5: SOBRE LA WEB Y EL FANPAGE

25.¿Sigues al Fanpage de la UNALM? (135 respuestas)

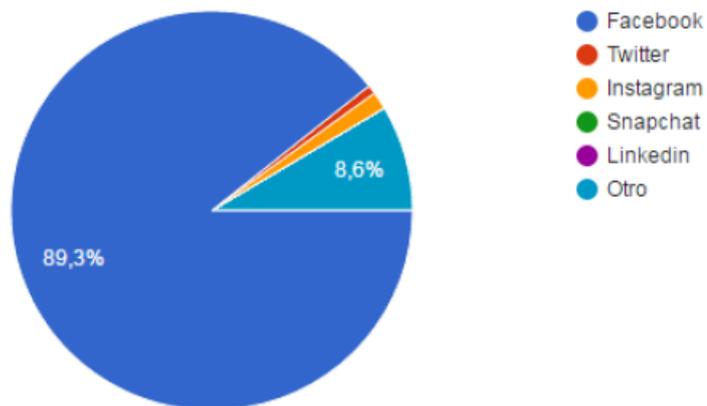


PARTE 5: INFORMACIÓN RELEVANTE

- Un 73% afirma usar visitar la web de la UNALM con frecuencia . 56.7% la considera “buena”. No obstante, un 25% afirma que le parece “confusa”, “Difícil de encontrar información” y que tiene “mucho texto”.
- El 54.6% afirma conocer la existencia del Fanpage de la UNALM; no obstante, el 54.8% afirma no seguirla.
- Al consultarle sobre sus opiniones sobre el Fanpage la considera “buena” 62.9%, “difícil de encontrar información”, 10.1%; “anticuada”, 10.1%, entre otros.

PARTE 6: SOBRE USOS DEL INTERNET

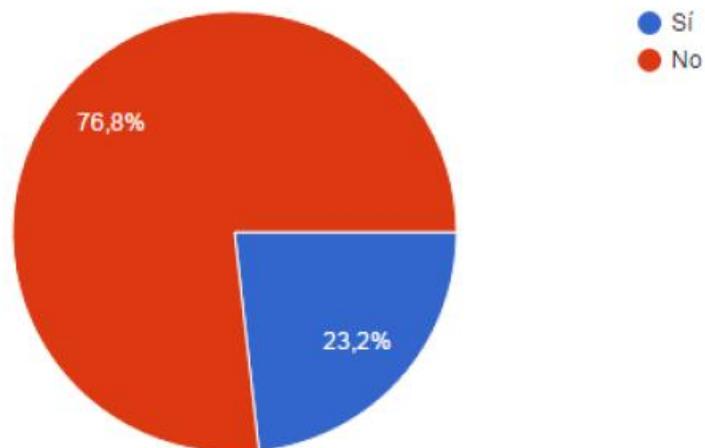
26. ¿Qué red social es la que más usas? (140 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 6: SOBRE USOS DEL INTERNET

27. ¿Alguna vez has comprado por internet? (142 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PARTE 6: INFORMACIÓN RELEVANTE

- 89.3% afirma que la red social que más utiliza es “Facebook”.
- Cuando se les consultó sobre haber realizado compras por internet un 76.8% afirmó positivamente; mientras que un 23.2% señaló que no ha realizado compra alguna por internet.

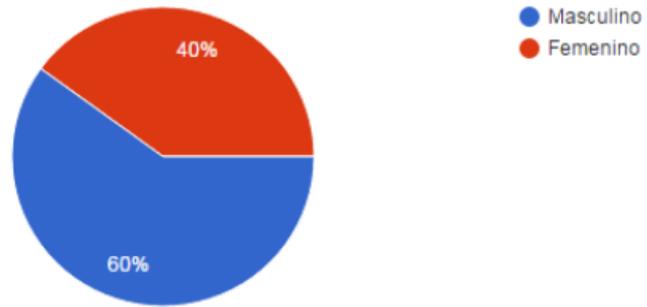
AGOS
COMUNICACIONES

AGOS | UNALM
COMUNICACIONES | Investigación

CONOCIENDO

UNIVERSO: 20 personas

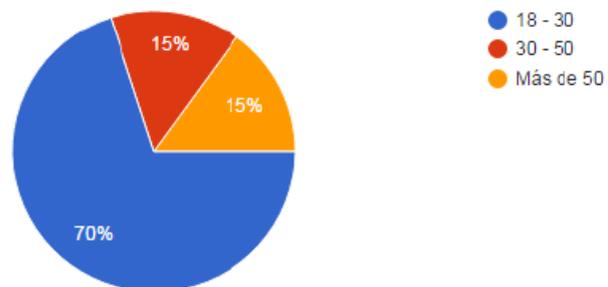
Sexo (20 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

CONOCIENDO

Rango de edad (20 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

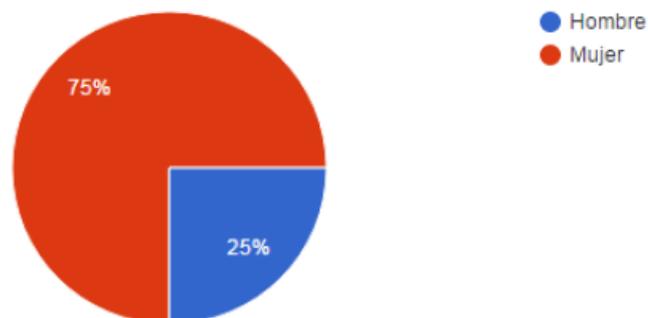
CARRERA

- **AGRONOMÍA** llega a ser la carrera con mayor predominancia con un **35 %**.
- **ING. FORESTAL, ECONOMÍA y GESTIÓN EMPRESARIAL** cada una representa un **15 %**
- Alcanzaron un pequeño porcentaje **ZOOTECNIA, ING. AMBIENTAL, PESQUERÍA, ESTADÍSTICA:**

AGOS
COMUNICACIONES

PERCEPCIONES

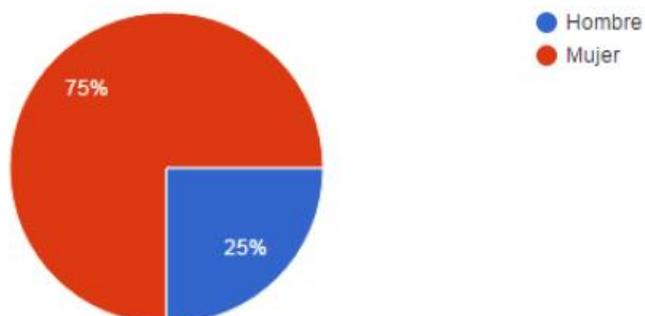
Si la Universidad fuera una persona, ¿sería? (20 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

PERCEPCIONES

Si la Universidad fuera una persona, ¿sería? (20 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

¿POR QUÉ?

FEMENINO

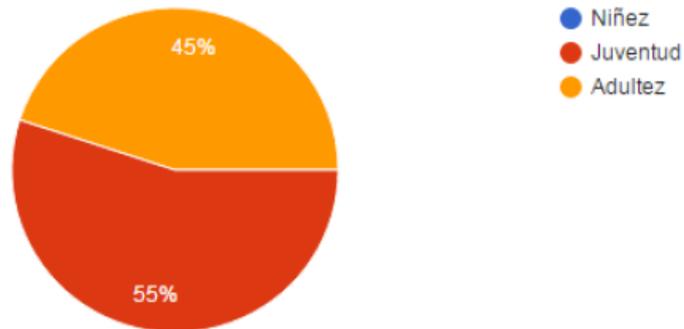
- Por el género. (La Universidad)
- Por su asociación entre belleza y naturaleza.
- Por su asociación con una poca fortaleza.

MASCULINO

- Por su rectitud y exigencia.
- Te prepara para la vida, te forma.
- No muy organizado.

AGOS
COMUNICACIONES

¿En qué etapa de la vida se encontraría? (20 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

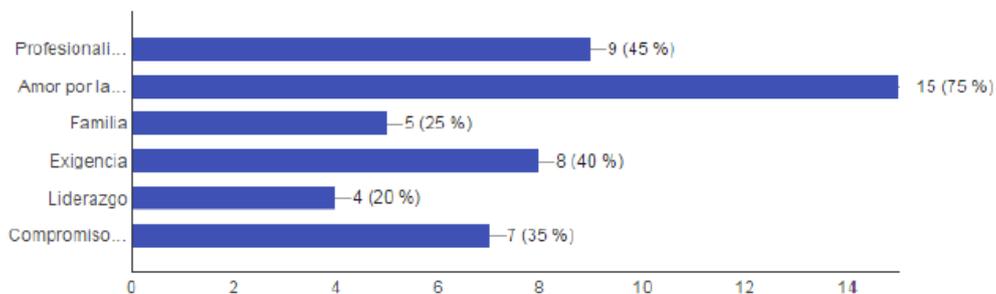
¿POR QUÉ?

- Maduración: Más del 50 % UNALM afirma que se encuentra en proceso de maduración ya sea por una serie de oportunidades no explotadas
 - ✓ No ha desarrollado una base institucional definida
 - ✓ No hay programas de investigación
 - ✓ Requiere cambios administrativos
- En contra parte la reconocen mayor algunos debido a:
 - ✓ Por su trayectoria basada en la cantidad de años.

AGOS
COMUNICACIONES

De los siguientes conceptos ¿Cuál crees que identifica más a la Universidad? (Puedes marcar más de una alternativa)

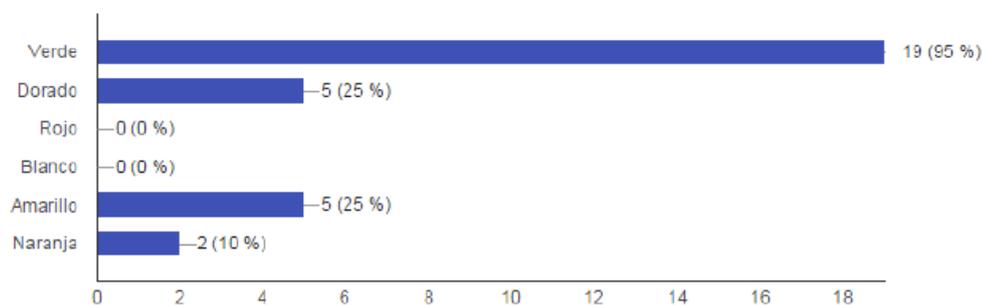
(20 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

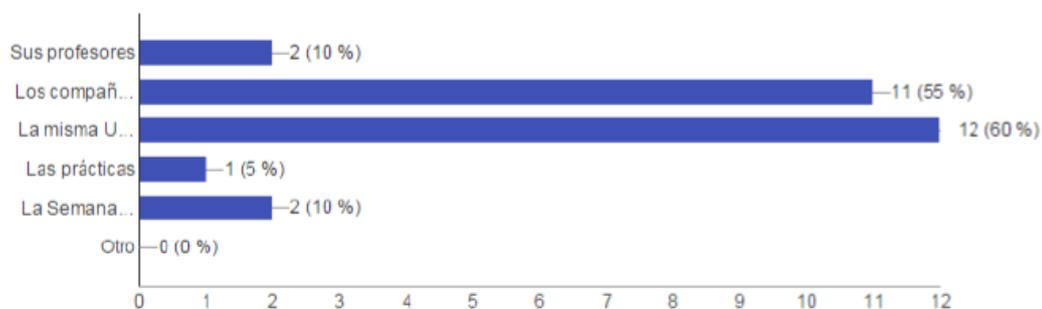
¿Con qué color asocias a la Universidad? (Puedes marcar más de una alternativa)

(20 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

¿Qué es lo que más te gustó de la Universidad? (20 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

¿La recomendarías? (20 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

¿Sientes que fácilmente se puede reconocer a un molinero? (20 respuestas)



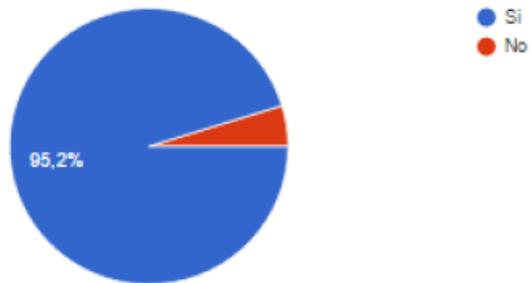
AGOS
COMUNICACIONES

¿CÓMO?

- Tres atributos fueron los predominantes:
 - ✓ Ideología similar (Más enfocado en las personas y el ambiente que cualquier otro perfil)
 - ✓ Amor a la naturaleza
 - ✓ Alto nivel como profesional
- Algunas otras respuestas en minoría:
 - ✓ Juntarse para la celebración (Alcohol)
 - ✓ Su pasión al hablar de la UNALM
 - ✓ Jovialidad y confraternidad

AGOS
COMUNICACIONES

¿Sientes que lo que te enseñaron te sirvió para desempeñarte en tu trabajo?
(21 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

¿Sientes que además de la enseñanza, te permitió generar contactos valiosos para la vida profesional?
(21 respuestas)



AGOS
COMUNICACIONES

¿Te gustó tu paso por la Universidad? (21 respuestas)



- Si
- No

AGOS
COMUNICACIONES

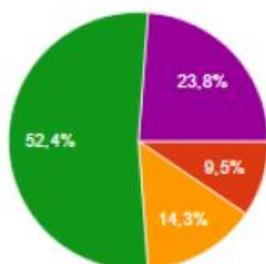
¿Sigues relacionado con la Universidad de alguna manera? (21 respuestas)



- Si
- No

AGOS
COMUNICACIONES

Si tu anterior respuesta fue afirmativa, ¿De qué manera? (21 respuestas)



- Mis hijos estudian aquí
- Estoy llevando estudios aquí (Posgrado, diplomado, etc)
- Trabajo en la UNALM
- Mantengo contacto y/o frecuento profesores
- Participo de los reencuentros u otros eventos de la Universidad

AGOS
COMUNICACIONES

AGOS
COMUNICACIONES

ANEXO 20: USO DEL MATERIAL FOTOGRÁFICO PARA EL PROCESO DE PROMOCIÓN DE CARRERAS

La promoción de carreras profesionales tiene como principales objetivos el de mantener e incrementar la tendencia de postulantes a la UNALM; establecer mecanismos de motivación a los jóvenes que postulan a esta casa de estudios; posicionar la imagen de la UNALM en los futuros postulantes; y atraer centros de preparación preuniversitaria cuya enseñanza está dirigida a otras universidades.

Esta se realiza mediante talleres de carreras profesionales, a los cuales asiste el público interesado en la UNALM y se da una charla explicativa sobre las doce carreras y un recorrido por las instalaciones del campus.

La renovación del material fotográfico y audiovisual fue utilizada para realizar mejoras también en el Proceso de Promoción de Carreras, principalmente en la difusión de los talleres de carreras profesionales.

Los talleres de carreras profesionales eran realizados en dos fechas por cada concurso de admisión, previo al inicio de inscripciones del examen de admisión, además de estar enfocada al público interesado en postular a UNALM, pero no necesariamente que cumplieran los requisitos para poder hacerlo en el concurso de admisión vigente.

Se dio prioridad a los postulantes que se encontraban en preparación preuniversitaria, ya que cumplieran el requisito de haber concluido los estudios secundarios y así poder postular al examen de admisión. Se invitaron a las academias que brindan preparación exclusiva para la UNALM, incluyendo el centro de estudios preuniversitarios de la UNALM, además de considerar también academias de preparación preuniversitaria a universidades de competencia directa a la universidad, es decir que cuentan con carreras similares a las ofrecidas.

Los talleres de carreras se programaron semanalmente y fueron anunciados en la página web del CAP y redes sociales, utilizando Facebook principalmente. Los post fueron realizados por AGOS COMUNICACIONES, utilizando frases e imágenes relacionadas a las carreras y a la universidad. En la Figura 88 se muestra una publicación realizada en la cuenta de

Facebook del CAP, invitando a los postulantes a participar del taller de carreras a cargo de una egresada de Ciencias Forestales.

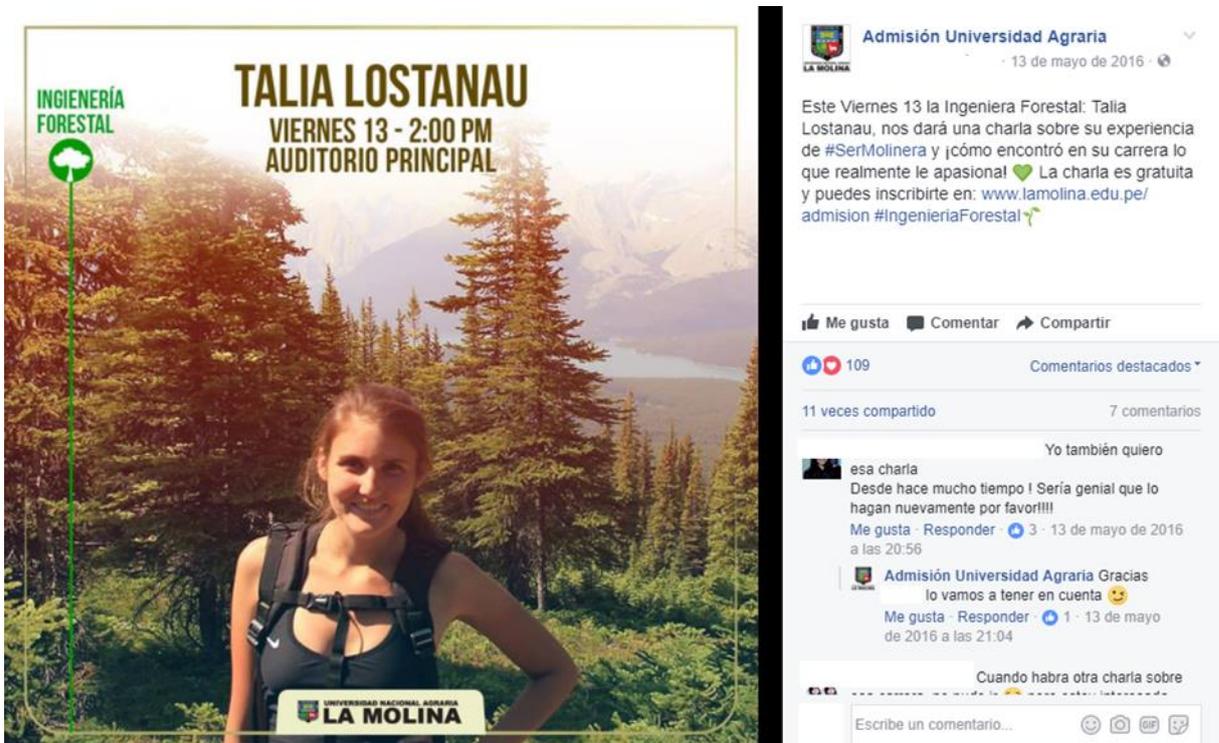


Figura 91: Invitación para taller de carreras profesionales

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

**ANEXO 21: LISTA DE VERIFICACIÓN EN BASE A LA NORMA ISO 9001:2015
EN LA FASE II. MEJORA DEL PROCESO**

PREGUNTAS	CALIFICACIÓN (EN %)
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	
4.1. Comprensión de la organización y de su contexto	
1. ¿La organización determina las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que afectan su capacidad para lograr los resultados previstos de su SGC?	75
2. ¿La organización realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas?	75
4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	
3. ¿La organización determina las partes interesadas que son pertinentes al SGC y los requisitos pertinentes de estas partes interesadas para el SGC?	75
4. ¿La organización realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos pertinentes?	75
4.3 Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad	
5. ¿La organización determina los límites y la aplicabilidad del sistema de gestión de la calidad para establecer su alcance?	45
6. ¿La organización considera cuestiones externas e internas, requisitos de las partes interesadas y productos y servicios, una vez establecido el alcance?	60
7. ¿La organización aplica los requisitos de la Norma técnica si es aplicable en el alcance determinado de su SGC?	45
8. ¿El alcance del SGC está disponible y se mantiene como información documentada, además de establecer los tipos de productos y servicios cubiertos y proporcionar la justificación para cualquier requisito de la Normas Técnica que la organización determina que no es aplicable para el alcance de su SGC?	45
4.4. Sistema de gestión de la calidad y sus procesos	
4.4.1.	
9. ¿La organización establece, implementa, mantiene y mejora continuamente un SGC, incluido los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo a los requisitos de la Norma Técnica?	50
10. ¿La organización determina los procesos necesarios para el SGC y su aplicación a través de la organización y: Determina las entradas requeridas y las salidas esperadas Determina la secuencia e interacción de estos procesos	75

...continuación

<p>Determina y aplica los criterios y los métodos necesarios para asegurarse de la operación eficaz y el control de estos procesos</p> <p>Determina los recursos necesarios para estos procesos y asegurarse de su disponibilidad</p> <p>Aborda los riesgos y oportunidades determinados de acuerdo con los requisitos del apartado 6.1</p> <p>Evalúa los procesos e implementa cualquier cambio necesario para asegurarse de que estos procesos logran los resultados previstos</p> <p>Mejora los procesos y el SGC?</p>	
4.4.2.	
<p>11. ¿La organización mantiene y conserva la información de los procesos documentada para tener la confianza de que los procesos se realizan según lo planificado?</p>	75
5. LIDERAZGO	
5.1 Liderazgo y compromiso	
5.1.1 Generalidades	
<p>12. ¿La alta dirección demuestra liderazgo y compromiso con respecto al SGC?</p>	80
5.1.2 Enfoque al cliente	
<p>13. ¿La alta dirección demuestra liderazgo y compromiso con respecto al enfoque del cliente?</p>	80
5.2 Política	
5.2.1 Establecimiento de la política de calidad	
<p>14. ¿La alta dirección establece, implementa y mantiene una política de calidad que:</p> <p>Es apropiada al propósito y contexto de la organización y apoya la dirección estratégica</p> <p>Proporciona un marco de referencia para el establecimiento de la calidad</p> <p>Incluye un compromiso de cumplir con los requisitos aplicables</p> <p>Incluye un compromiso de mejora continua del SGC?</p>	80
5.2.2 Comunicación de la política de la calidad	
<p>15. ¿La política de la calidad:</p> <p>Está disponible y se mantiene como información documentada</p> <p>Se comunica, entiende y aplica dentro de la organización</p> <p>Está disponible para las partes interesadas pertinentes, según corresponda?</p>	75
5.3 Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	
<p>16. ¿La alta dirección asegura que las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes se asignen, se comuniquen y se entiendan en toda la organización?</p>	75

...continuación

<p>17. ¿La alta dirección asigna la responsabilidad y autoridad para: Asegurar de que el SGC es conforme con los requisitos de la Norma Asegurar de que los procesos están generando y proporcionando las salidas previstas Informar a la alta dirección sobre el desempeño del SGC y sobre las oportunidades de mejora (véase 10.1) Asegurar de que se promueve el enfoque al cliente en toda la organización Asegurar de que la integridad del SGC se mantiene cuando se planifican e implementan cambios en el SGC?</p>	45
6. PLANIFICACIÓN	
6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades	
6.1.1	
<p>18. ¿La organización considera las cuestiones referidas a la organización y su contexto (véase 4.1) y los requisitos de las partes interesadas (véase 4.2), y determina los riesgos y oportunidades que es necesario abordar?</p>	75
6.1.2.	
<p>19. ¿La organización planifica las acciones para abordar los riesgos y oportunidades y la manera de integrar, implementar y evaluar estas acciones?</p>	75
6.2 Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos	
6.2.1	
<p>20. ¿La organización establece objetivos de calidad para las funciones y niveles pertinentes y los procesos necesarios para el SGC?</p>	70
<p>21. ¿Los objetivos de la calidad son coherentes, medibles, tienen en cuenta los requisitos aplicables, pertinentes para la conformidad de los productos y servicios, objeto de seguimiento, comunicados y actualizados?</p>	70
<p>22. ¿La organización mantiene información documentada sobre los objetivos de la calidad?</p>	75
6.2.2	
<p>23. ¿La organización al planificar cómo lograr sus objetivos de la calidad determina: Qué se va a hacer Qué recursos se requerirán Quién será responsable Cuándo se finalizará Cómo se evaluarán los resultados?</p>	60

...continuación

6.3 Planificación de los cambios	
24. ¿La organización lleva a cabo de manera planificada (véase 4.4) la necesidad de cambios en el SGC?	60
25. ¿La organización considera?: El propósito de los cambios y sus consecuencias potenciales Integridad del SGC Disponibilidad de recursos Asignación o reasignación de responsabilidades y autoridades	60
7. APOYO	
7.1 Recursos	
7.1.1. Generalidades	
26. ¿La organización determina y proporciona los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC?	75
27. ¿La organización considera las capacidades y limitaciones de los recursos existente y qué necesita obtener de los proveedores externos?	80
7.1.2. Personas	
28. ¿La organización determina y proporciona las personas necesarias para la implementación eficaz de su SGC y para la operación y control de sus procesos?	85
7.1.3. Infraestructura	
29. ¿La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos y lograr la conformidad de los productos y servicios?	80
7.1.4. Ambiente para la operación de los procesos	
30. ¿La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios?	80
7.1.5. Recursos de seguimiento y medición	
7.1.5.1. Generalidades	
31. ¿La organización determina y proporciona los recursos necesarios para asegurar la validez y fiabilidad de los resultados cuando se realice el seguimiento o la medición para verificar la conformidad de los productos y servicios con los requisitos?	80
32. ¿La organización se asegura de que los recursos proporcionados sean apropiados para el tipo específico de actividades de seguimiento y medición realizadas; y que se mantienen para asegurar la idoneidad continua para su propósito?	80

...continuación

33. ¿La organización conserva la información documentada apropiada como evidencia de que los recursos de seguimientos y medición son idóneos para su propósito?	80
7.1.5.2. Trazabilidad de las mediciones	
34. Si la trazabilidad de las mediciones es un requisito esencial de la organización, ¿el equipo de medición está calibrado, determinado su estado y protegido contra ajustes, daños o deterioro?	0
35. ¿La organización determina si la validez de los resultados de medición previos se ha visto afectada de manera adversa cuando el equipo de medición se considera no apto para su propósito previsto y toma las acciones adecuadas cuando es necesario?	0
7.1.6. Conocimientos de la organización	
36. ¿La organización determina los conocimientos necesarios para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios?	75
37. ¿Los conocimientos se mantienen y se ponen a disposición en la medida en que sea necesario?	75
38. ¿Cuándo se abordan las necesidades y tendencias cambiantes, la organización considera sus conocimientos actuales y determina como adquirir o acceder a los conocimientos adicionales necesarios y a las actualizaciones requeridas?	75
7.2 Competencia	
39. ¿La organización: Determina la competencia necesaria de las personas que realizan, bajo su control, un trabajo que afecta al desempeño y eficacia del SGC Asegura que estas personas sean competentes, basándose en la educación, formación o experiencia apropiada Cuando sea aplicable, tomar acciones para adquirir la competencia necesaria y evaluar la eficacia de las acciones tomadas Conserva la información documentada apropiada como evidencia de la competencia?	80
7.3. Toma de conciencia	
40. ¿La organización se asegura de que las personas que realizan el trabajo bajo el control de la organización tomen conciencia de: La política de calidad Los objetivos de la calidad pertinentes Su contribución a la eficacia del SGC, incluidos los beneficios de una mejora del desempeño Implicaciones del incumplimiento de los requisitos del SGC?	65
7.4 Comunicación	
41. ¿La organización determina las comunicaciones internas y externas pertinentes al SGC?	80

...continuación

7.5 Información documentada	
7.5.1. Generalidades	
42. ¿El SGC incluye: La información documentada requerida por la Norma técnica Información documentada que la organización determina como necesaria para la eficacia del SGC?	60
7.5.2. Creación y actualización	
43. Al crear y actualizar la información documentada, ¿la organización se asegura de que lo siguiente sea apropiado: La identificación y descripción El formato La revisión y aprobación con respecto a la conveniencia y adecuación?	60
7.5.3. Control de la información documentada	
7.5.3.1.	
44. ¿La organización se asegura de que la información documentada requerida por el SGC y por la Norma esté disponible y sea idónea para su uso; esté protegida adecuadamente?	60
7.5.3.2.	
45. ¿La organización aborda las actividades necesarias para el control de la información documentada interna y externa?	60
8. OPERACIÓN	
8.1 Planificación y control operacional	
46. ¿La organización planifica, implanta y controla los procesos (véase 4.4) necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de productos y servicios, y para implementar las acciones determinadas en el capítulo 6?	80
47. ¿La organización controla los cambios planificados y revisa las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso, según sea necesario?	80
48. ¿La organización se asegura de que los procesos contratados externamente estén controlados (véase 8.4)?	80
8.2 Requisitos para los productos y servicios	
8.2.1 Comunicación con el cliente	
49. ¿La comunicación incluye?: Información relativa a los productos y servicios Tratar las consultas, los contratos o los pedidos, incluyendo los cambios La retroalimentación de los clientes Manipulación o control de la propiedad del cliente Requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente	85

...continuación

8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios	
50. Cuando se determinan los requisitos para los productos y servicios que se van a ofrecer a los clientes, ¿la organización se asegura de que los requisitos para los productos y servicios se definen y que se cumple las declaraciones acerca de los productos y servicios que ofrece?	80
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios	
8.2.3.1	
51. ¿La organización se asegura de que tiene la capacidad de cumplir los requisitos para los productos y servicios que va a ofrecer a los clientes y lleva a cabo una revisión antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a un cliente?	85
52. ¿La organización se asegura de que se resuelven las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido?	65
53. ¿La organización confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación, cuando el cliente no proporcione una declaración documentada de sus requisitos?	75
8.2.3.2.	
54. ¿La organización conserva la información documentada sobre los resultados de la revisión y nuevos requisitos?	60
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios	
55. ¿La organización se asegura de que, cuando se cambien los requisitos para los productos y servicios, la información documentada pertinente sea modificada, y de que las personas pertinentes sean conscientes de los requisitos modificados?	60
8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios	
8.3.1. Generalidades	
56. ¿La organización establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurarse de la posterior provisión de productos y servicios?	75
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo	
57. Al terminar las etapas y controles para el diseño y desarrollo, ¿la organización considera: La naturaleza, duración y complejidad de las actividades Etapas del proceso requeridas Actividades de verificación y validación Responsabilidades y autoridades involucradas Necesidades de recursos internos y externos Controlar las interfaces entre las personas que participan Participación activa de los clientes y usuarios Requisitos para la posterior provisión Nivel de control del proceso esperado por los clientes y partes interesadas Información documentada para demostrar que se han cumplido los requisitos del diseño?	60

...continuación

8.3.3. Entradas para el diseño y desarrollo	
58. ¿La organización determina los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a diseñar y desarrollar?	75
59. ¿La organización conserva la información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo?	60
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo	
60. ¿La organización aplica controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: Se definen los resultados a lograr Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos	60
Se realizan actividades de verificación para asegurarse de que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas	
Se realizan actividades de validación para asegurarse de que los productos y servicios satisfacen los requisitos	
Se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones	
Se conserva la información documentada de estas actividades?	
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo	
61. ¿La organización se asegura de que las salidas del diseño y desarrollos cumplan los requisitos de las entradas, sean adecuadas para los procesos posteriores, incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, especifican las características de los productos y servicios que son esenciales para su propósito?	75
62. ¿La organización conserva la información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo?	60
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo	
63. ¿La organización identifica, revisa y controla los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios?	75
64. ¿La organización conserva la información documentada sobre los cambios, los resultados, la autorización de los cambios y las acciones tomadas por prevenir los impactos adversos?	60
8.4 Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente	
8.4.1 Generalidades	
65. ¿La organización se asegura de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conformes a los requisitos?	85
66. ¿La organización determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente cuando: Los productos y servicios de proveedores externos están destinados a incorporarse dentro de los propios productos y servicios de la organización	85

...continuación

Los productos y servicios son proporcionados directamente a los clientes por proveedores externos en nombre de la organización Un proceso, o una parte del proceso, es proporcionado por un proveedor externo como resultado de una decisión de la organización?	
67. ¿La organización determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos, basándose en su capacidad para proporcionar procesos o productos y servicios de acuerdo con los requisitos?	80
68. ¿La organización conserva la información documentada de estas actividades y de cualquier acción necesaria que surga de las evaluaciones?	60
8.4.2 Tipo y alcance del control	
69. ¿La organización se asegura de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afecten de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios conformes de manera coherente a sus clientes?	75
70. ¿La organización: Asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro de su SGC Define los controles que pretende aplicar a un proveedor externo y los que pretende aplicar a las salidas resultantes Tiene en consideración el impacto de los procesos suministrados y la eficacia de los controles aplicados por el proveedor externo Determina la verificación u otras actividades necesarias para asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente cumplen los requisitos?	80
8.4.3 Información para los proveedores externos	
71. ¿La organización asegura la adecuación de los requisitos antes de su comunicación al proveedor externo?	80
72. ¿La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, aprobación, competencia, interacciones, control y seguimiento, actividades de verificación o validación?	80
8.5 Producción y provisión del servicio	
8.5.1 Control de la producción y la provisión del servicio	
73. ¿La organización implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas?	85
8.5.2 Identificación y trazabilidad	
74. ¿La organización utiliza los medios apropiados para identificar las salidas, cuando sea necesario, para asegurar la conformidad de los productos y servicios?	75

...continuación

75. ¿La organización identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos de seguimiento y medición a través de la producción y prestación del servicio?	75
76. ¿La organización controla la identificación única de las salidas cuando la trazabilidad sea un requisito, y conserva la información documentada necesaria para permitir la trazabilidad?	60
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos	
77. ¿La organización cuida la propiedad perteneciente a los clientes o a proveedores externos mientras esté bajo su control de o esté siendo utilizado por la misma?	85
78. ¿La organización identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación dentro de los productos y servicios?	85
79. Cuando la propiedad de un cliente o de un proveedor externo se pierde, deteriora o de algún modo se considera inadecuada para su uso, ¿la organización informa de esto al cliente o proveedor externo y conserva la información documentada sobre lo ocurrido?	60
8.5.4 Preservación	
80. ¿La organización preserva las salidas durante la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurarse de la conformidad con los requisitos?	60
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega	
81. ¿La organización cumple con los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios?	65
8.5.6 Control de los cambios	
82. ¿La organización revisa y controla los cambios para la producción o la prestación del servicio, en la extensión necesaria para asegurarse de la continuidad en la conformidad con los requisitos?	75
83. ¿La organización conserva información documentada que describa los resultados de la revisión de los cambios, las personas que autorizan el cambio y de cualquier acción necesaria que surge de la revisión?	60
8.6 Liberación de los productos y servicios	
84. ¿La organización implementa las disposiciones planificadas, en las etapas adecuadas, para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios?	75
85. ¿La organización conserva la información documentada sobre la liberación de los productos o servicios, la cual incluye evidencia y trazabilidad?	60

...continuación

8.7 Control de las salidas no conformes	
8.7.1	
86. ¿La organización se asegura de que las salidas que no sean conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir uso o entrega no intencionada?	60
87. ¿La organización toma las acciones adecuadas basándose en la naturaleza de la no conformidad y en su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios?	60
88. ¿La organización trata las salidas no conformes de una o más de las siguientes maneras: corrección, separación e información al cliente?	60
89. ¿Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrige las salidas no conformes?	75
8.7.2	
90. ¿La organización conserva la información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas y el responsable de la acción?	60
9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	
9.1 Seguimiento, medición, análisis y evaluación	
9.1.1 Generalidades	
91. ¿La organización determina qué necesita seguimiento, métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación necesarios para asegurar resultados válidos; cuándo llevar a cabo el seguimiento y la medición, y cuándo analizar los resultados?	75
92. ¿La organización evalúa el desempeño y la eficacia del SGC?	75
93. ¿La organización conserva la información documentada apropiada como evidencia de los resultados?	60
9.1.2 Satisfacción del cliente	
94. ¿La organización realiza el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplan sus necesidades y expectativas?	85
9.1.3 Análisis y evaluación	
95. ¿La organización analiza y evalúa los datos y la información apropiados que surgen por el seguimiento y la medición?	85
9.2 Auditoría interna	
9.2.1	
96. ¿La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca del SGC?	45

...continuación

9.2.2.	
<p>97. ¿La organización Planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría que incluyen la frecuencia, los métodos, las responsabilidades, los requisitos de planificación y la elaboración de informes, que deben tener en consideración la importancia de los procesos involucrados, los cambios que afectan a la organización y los resultados de las auditorías previas Define los criterios de la auditoría y el alcance para cada auditoría Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso de auditoría Asegura que los resultados de las auditorías se informen a la dirección pertinente Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas sin demora injustificada Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y de los resultados de las auditorías?</p>	45
9.3 Revisión por la dirección	
9.3.1 Generalidades	
<p>98. ¿La alta dirección revisa el SGC de la organización, a intervalos planificados, para asegurarse de su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continuas con la dirección estratégica de la organización?</p>	45
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección	
<p>99. La revisión por la dirección se planifica y se lleva a cabo incluyendo consideraciones sobre: El estado de las acciones de las revisiones por la dirección previas Los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC La información sobre el desempeño y la eficacia del SGC Adecuación de los recursos Eficacia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades (véase 6.1) Oportunidades de mejora</p>	50
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección	
<p>100. ¿Las salidas de la revisión por la dirección incluyen las decisiones y acciones relacionadas con?: Las oportunidades de mejora Cualquier necesidad de cambio en el sistema de gestión de la calidad Las necesidades de recursos</p>	55

...continuación

101. ¿La organización conserva la información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones por la dirección?	55
10. MEJORA	
10.1 Generalidades	
102. ¿La organización determina y selecciona las oportunidades de mejora e implementa cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente?	85
10.2 No conformidad y acción correctiva	
10.2.1	
103. Cuando ocurre una no conformidad, incluida cualquiera originada por quejas, ¿la organización reacciona ante la no conformidad y evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir ni ocurra en otra parte?	85
10.2.2	
104. ¿La organización conserva la información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades y cualquier acción tomada posteriormente y los resultados de cualquier acción correctiva?	65
10.3 Mejora continua	
105. ¿La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC?	85
106. ¿La organización considera los resultados del análisis y la evaluación, y las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades que deben considerarse como parte de la mejora continua?	85

ANEXO 22: CUESTIONARIO DEL CENTRO DE ADMISIÓN Y PROMOCIÓN DE LA UNALM

A continuación agradeceríamos nos brindes tu opinión con respecto a nuestro proceso de Admisión 2016 II, si desea puede marcar más de una alternativa.

1. ¿Has comprado alguna vez prospecto físico?

- a. Sí
- b. No

2. ¿Te gustaba el prospecto físico?

- a. Sí
- b. No

3. ¿Entre prospecto físico y virtual, cuál prefieres tú?

- a. Virtual - ¿Por qué?
-

- b. Físico - ¿Por qué?
-

4. ¿Entre prospecto físico y virtual, cuál prefieren tus papás?

- a. Virtual - ¿Por qué?
-

- b. Físico - ¿Por qué?
-

5. ¿Cuánto leíste del prospecto?

- a. 100 %
- b. 75 %
- c. 50 %
- d. 25 %
- e. Nada

6. ¿Entendiste la información del prospecto?

- a. Sí - ¿Por qué?
-

- b. No - ¿Por qué?
-

7. **¿Qué información del prospecto te gusto más?**

8. **¿Qué información del prospecto te fue útil para postular?**

9. **¿Te fueron claros los pasos de la tarjeta de acceso contenida en el sobre para el prospecto virtual?**
- a. Sí - ¿Por qué?

- b. No - ¿Por qué?

10. **¿Quién compró en teleticket tu sobre de acceso al prospecto virtual?**
- a. Padres
- b. Parientes
- c. Amigos
- d. Tú mismo
- e. Otros:

11. **¿Dónde te gustaría adquirir el acceso al prospecto virtual?**
- a. CEPRE UNALM (Jesús María)
- b. UNALM (La Molina)
- c. Virtual
- d. Teleticket
- e. Banco BCP
- f. Prefiero tener el prospecto en físico
- g. Otro: _____
12. **Además de tu prospecto virtual ¿qué otro producto te gustaría para complementar tu prospecto? Puedes marcar más de una opción**
- a. Un folleto de 05 hojas del prospecto físico
- b. Un tutorial del prospecto en la página web
- c. Un PDF descargable de la información más importante
- d. Examen de admisión virtual
- e. Otro:

FUENTE: Centro de Admisión y Promoción (2016)

ANEXO 23: ANALISIS DE LA ENCUESTA A INGRESANTES 2016-II

1 ¿Has comprado alguna vez prospecto físico?	106		
Si	94	88,6792%	94 de 106
No	12	11,3208%	12 de 106
2 ¿Te gustaba el prospecto físico?	106		
Si	84	79,2453%	84 de 106
No	12	11,3208%	12 de 106
Vacío	10	9,4340%	10 de 106
3 ¿Entre prospecto físico y virtual, Cual prefieres tú?	106		
Virtual - ¿Por qué?	34	32,0755%	34 de 106
Más fácil de leer	1	2,9412%	1 de 34
Ecológico y eficiente	1	2,9412%	1 de 34
Es interesantes, pero es más difícil el acceso	1	2,9412%	1 de 34
Cuida el planeta	1	2,9412%	1 de 34
Mucho menos por leer y van de frente a lo que quieren dar a entender	1	2,9412%	1 de 34
Práctico, factible	1	2,9412%	1 de 34
Porque es más fácil de leer	1	2,9412%	1 de 34
Lo puedo ver desde cualquier ordenador	1	2,9412%	1 de 34
Porque no tengo que llevar tantas cosas	1	2,9412%	1 de 34
Es más sencillo el trámite	1	2,9412%	1 de 34
No se usa muchos papeles	1	2,9412%	1 de 34
Porque es ligero la hoja con el código	1	2,9412%	1 de 34
Es más dinámico y simplifica trámites	1	2,9412%	1 de 34
Porque fue un fraude el anterior	1	2,9412%	1 de 34
Es más práctico	1	2,9412%	1 de 34
Es más moderno	1	2,9412%	1 de 34
Es más manejable	1	2,9412%	1 de 34
No hay costo	1	2,9412%	1 de 34
Económico	1	2,9412%	1 de 34
Contamina menos y gasta más por ende tendría que costar menos	1	2,9412%	1 de 34
Porque ya no gastan hojas, cuidamos el medio ambiente	1	2,9412%	1 de 34
Porque es mucho más accesible pero deberían informar mejor	1	2,9412%	1 de 34
Es más fácil de manejar	1	2,9412%	1 de 34
Porque es fácil de encontrar	1	2,9412%	1 de 34
Porque es más accesible como en la laptop, celular, computadora, etc	1	2,9412%	1 de 34
Es más sencillo aunque tuve un poco de dificultad	1	2,9412%	1 de 34
Para no gastar	1	2,9412%	1 de 34
Es lo mismo, lo único que importó es el código	1	2,9412%	1 de 34
Más sencillo para matricularme	1	2,9412%	1 de 34
Lo puedes ver por tu computadora, además nunca se va a perder	1	2,9412%	1 de 34
Es más rápido y práctico de revisar	1	2,9412%	1 de 34
No gastar en papel	1	2,9412%	1 de 34
Vacío	2	5,8824%	2 de 34

...continuación

Físico - ¿Por qué?	72	67,9245%	72 de 106
Contenía más información	1	1,3889%	1 de 72
Es más práctico	1	1,3889%	1 de 72
Hay más información	1	1,3889%	1 de 72
Se encuentra más práctico, no debes esperar a que cargue la red. Todo de	1	1,3889%	1 de 72
Porque no daña la vista en la pantalla y porque evita que la pag en internet se	1	1,3889%	1 de 72
Lo tengo a disposición	1	1,3889%	1 de 72
Es más fácil de buscar y leer	1	1,3889%	1 de 72
Porque hay la necesidad de llevarlo como libro y tener que estarlo viendo			
constantemente así lo leemos	1	1,3889%	1 de 72
No cansa la vista	1	1,3889%	1 de 72
Porque es más manipulable y práctico	1	1,3889%	1 de 72
Porque es más cómodo y no me distraigo	1	1,3889%	1 de 72
No cansa la vista leerlo, además podemos resolver los problemas que vienen			
para practicar tipo examen	1	1,3889%	1 de 72
Porque es más accesible para mis padres y personas afines en cualquier lugar	1	1,3889%	1 de 72
Al leerlo en Internet luego se me olvidaron las fechas	1	1,3889%	1 de 72
Tiene un modelo del examen de admisión	1	1,3889%	1 de 72
Tengo mayor acceso a ello	1	1,3889%	1 de 72
Me ahorro problemas	1	1,3889%	1 de 72
Lo obtenía más rápido, pero el virtual tenía que iniciar sesión	1	1,3889%	1 de 72
Tenía las cosas más detalladas	1	1,3889%	1 de 72
Porque es menos trabajo y solo es para el código y así es más fácil	1	1,3889%	1 de 72
Porque lo tenemos a la mano	1	1,3889%	1 de 72
Porque lo puedes tener a la mano y ya no tienes que estar entrando a internet	1	1,3889%	1 de 72
Simplemente porque se ve mejor y uno puede llevarlo	1	1,3889%	1 de 72
La información está más asequible y creo yo más ordenada	1	1,3889%	1 de 72
Porque lo tendría a la mano para poder leerlo	1	1,3889%	1 de 72
Era más fácil recordar que estar entrando a la virtual	1	1,3889%	1 de 72
Más fácil de entender	1	1,3889%	1 de 72
Porque es más accesible a la información y no es confuso	1	1,3889%	1 de 72
Se puede leer en cualquier momento ante cualquier eventualidad	1	1,3889%	1 de 72
Estaba más ordenado todo	1	1,3889%	1 de 72
Porque era más fácil de utilizar	1	1,3889%	1 de 72
Es más sencillo de leer	1	1,3889%	1 de 72
Más fácil obtener la información	1	1,3889%	1 de 72
Pago por el prospecto y no solo por la clave	1	1,3889%	1 de 72
Siento más ganas de leerlo	1	1,3889%	1 de 72
Más fácil de conseguir	1	1,3889%	1 de 72
Es más bonito	1	1,3889%	1 de 72
Me fue más fácil leerlo	1	1,3889%	1 de 72
Porque tengo información a la mano y rápido	1	1,3889%	1 de 72
No me pide muchas claves	1	1,3889%	1 de 72

...continuación

Para que lo puedan leer las personas que no usan internet	1	1,3889%	1 de 72
Porque es más accesible y por el pago que realiza, por lo menos es mejor	1	1,3889%	1 de 72
Más accesible	1	1,3889%	1 de 72
Porque se podía tener la información a la mano	1	1,3889%	1 de 72
Es más accesible	1	1,3889%	1 de 72
Porque es más exacto y no puede tener fallas como podrá aparecer en internet	1	1,3889%	1 de 72
Porque no tendrás inconvenientes con el Internet	1	1,3889%	1 de 72
Los temas que iban a venir	1	1,3889%	1 de 72
Porque la información es más clara	1	1,3889%	1 de 72
Lo tenía a la mano, era de fácil alcance	1	1,3889%	1 de 72
Es más cómodo y se puede sacar en cualquier lado	1	1,3889%	1 de 72
La explicación es mejor	1	1,3889%	1 de 72
Es más completo	1	1,3889%	1 de 72
Porque se puede sentir el sentimiento	1	1,3889%	1 de 72
Porque la información estaba a mi alcance	1	1,3889%	1 de 72
Es más fácil de acceder	1	1,3889%	1 de 72
Era más fácil	1	1,3889%	1 de 72
Porque lo puedes llevar donde desees y lo tienes ahí, es más completo y fácil	1	1,3889%	1 de 72
Porque te informaba más de la universidad, además que estaba al alcance	1	1,3889%	1 de 72
Mis papás pueden entenderlo	1	1,3889%	1 de 72
Puedo tener acceso a el donde desee	1	1,3889%	1 de 72
Porque aparte de la información es importante el recuerdo físico	1	1,3889%	1 de 72
Había instrucciones y era más fácil para los postulantes ubicar la información necesaria	1	1,3889%	1 de 72
Explicaban mejor todo el proceso de la inscripción	1	1,3889%	1 de 72
Así tengo la oportunidad de leerlo estando sin internet	1	1,3889%	1 de 72
Es más detallado y evita confusión	1	1,3889%	1 de 72
Todo se encontraba resumido ahí	1	1,3889%	1 de 72
Lo consideré más entendible al manejar	1	1,3889%	1 de 72
Te daba toda la información y era más fácil de buscar	1	1,3889%	1 de 72
Tengo a la mano, mientras virtual tengo que ir a la computadora y todo	1	1,3889%	1 de 72
Vacío	2	2,7778%	2 de 72

4 ¿Entre prospecto físico y virtual, Cual prefieren tus papás?

106

Virtual - ¿Por qué?	24	22,6415%	24 de 106
Más fácil de leer	1	4,1667%	1 de 24
Soy independiente	1	4,1667%	1 de 24
Cuida el planeta	1	4,1667%	1 de 24
Les pareció menos complicado	1	4,1667%	1 de 24
Porque es más adecuado al estudiante	1	4,1667%	1 de 24
Es más accesible que el físico	1	4,1667%	1 de 24
Es más fácil inscribirse	1	4,1667%	1 de 24
Más práctico	1	4,1667%	1 de 24
Videos	1	4,1667%	1 de 24

... continuación

Ellos sufrieron conmigo	1	4,1667%	1 de 24
Virtual	1	4,1667%	1 de 24
Menor gasto	1	4,1667%	1 de 24
Económico	1	4,1667%	1 de 24
Contamina menos, pero deberían cobrar menos	1	4,1667%	1 de 24
Porque cuida el medio ambiente	1	4,1667%	1 de 24
Ahorro de papel	1	4,1667%	1 de 24
Se les hace más fácil el pago y no ir a recogerlo	1	4,1667%	1 de 24
Porque es más rápido y fácil de adquirir	1	4,1667%	1 de 24
No costo plata	1	4,1667%	1 de 24
Porque solo importó el código	1	4,1667%	1 de 24
Más sencillo para ver las opciones a la cual elegir	1	4,1667%	1 de 24
Es más fácil de adquirirlo y no habría ningún problema en perderlo	1	4,1667%	1 de 24
Piensa en el ambiente	1	4,1667%	1 de 24
Vació	1	4,1667%	1 de 24
Físico - ¿Por qué?	69	65,0943%	24 de 106
Está más detallado y tiene información de la universidad	1	1,4493%	1 de 69
Ellos prefieren leerlo	1	1,4493%	1 de 69
Hay más información	1	1,4493%	1 de 69
Lo pueden leer en cualquier parte	1	1,4493%	1 de 69
Porque está más al alcance	1	1,4493%	1 de 69
Igualmente sí o sí lo vas a tener que abrir	1	1,4493%	1 de 69
Lo pueden transportar mejor	1	1,4493%	1 de 69
Quieren que lea más	1	1,4493%	1 de 69
Porque es más fácil de disponer	1	1,4493%	1 de 69
Porque en su época de estudiante no había prospectos virtuales	1	1,4493%	1 de 69
Porque ellos no tienen tiempo para poder salir al internet	1	1,4493%	1 de 69
Pueden leerlo	1	1,4493%	1 de 69
No saben mucho de tecnología	1	1,4493%	1 de 69
Se ahorran problemas	1	1,4493%	1 de 69
No entendían como ingresar a la pag web	1	1,4493%	1 de 69
Porque para que lo visualicen mejor	1	1,4493%	1 de 69
Porque algunos no manejan bien el internet	1	1,4493%	1 de 69
Porque si tuviera el virtual a veces no tienes computadora y se olvida de tu prospecto virtual	1	1,4493%	1 de 69
Porque así lo prefieren, virtual no tanto	1	1,4493%	1 de 69
Por la misma razón que yo	1	1,4493%	1 de 69
Porque estaría a la disposición instantánea	1	1,4493%	1 de 69
Lo entienden mejor	1	1,4493%	1 de 69
Porque ellos también lo pueden leer	1	1,4493%	1 de 69
Más legible según ellos	1	1,4493%	1 de 69

...continuación

Pueden evaluarlo mejor	1	1,4493%	1 de 69
Por la misma razón	1	1,4493%	1 de 69
Podemos comparar las preguntas al instante	1	1,4493%	1 de 69
Para no pasar tanto por un sobre	1	1,4493%	1 de 69
Pagas por ello, no solo por la clave	1	1,4493%	1 de 69
Vale la pena pagar	1	1,4493%	1 de 69
Es más fácil para ellos	1	1,4493%	1 de 69
Más fácil de conseguir	1	1,4493%	1 de 69
Según ellos es más sencillo entender lo que te piden	1	1,4493%	1 de 69
Es más fácil para ellos	1	1,4493%	1 de 69
Por cuestiones de internet	1	1,4493%	1 de 69
Porque es más entendible	1	1,4493%	1 de 69
Porque lo puedo leer, en internet es más complicado	1	1,4493%	1 de 69
Lo leen en casa	1	1,4493%	1 de 69
Porque ellos pueden verlo y leerlo, tienen más acceso	1	1,4493%	1 de 69
Es más práctico	1	1,4493%	1 de 69
La forma de inscribirme	1	1,4493%	1 de 69
Porque consideran más eficaz	1	1,4493%	1 de 69
No entienden nada virtual	1	1,4493%	1 de 69
Es más simple de manejar	1	1,4493%	1 de 69
No saben mucho de tecnología	1	1,4493%	1 de 69
Por lo mismo	1	1,4493%	1 de 69
Explicación a detalle y en sus manos	1	1,4493%	1 de 69
Hay ejercicios de admisión	1	1,4493%	1 de 69
Porque si ven que voy a postular	1	1,4493%	1 de 69
Es más fácil	1	1,4493%	1 de 69
Si, por que se informan más rápido	1	1,4493%	1 de 69
Presenta más información	1	1,4493%	1 de 69
Lo entienden mejor	1	1,4493%	1 de 69
Lo revisa	1	1,4493%	1 de 69
Porque muchos padres no están familiarizados con la tecnología	1	1,4493%	1 de 69
Había instrucciones y era más fácil para los postulantes ubicar la información necesaria	1	1,4493%	1 de 69
Ellos lo entendían	1	1,4493%	1 de 69
Sienten que fue mucho dinero para un pedazo de hoja	1	1,4493%	1 de 69
Es mejor presentación de los temas	1	1,4493%	1 de 69
No entienden muy bien la tecnología	1	1,4493%	1 de 69
Es más accesible para leer y llevar a cualquier momento	1	1,4493%	1 de 69
Aún no saben usar muy bien el internet	1	1,4493%	1 de 69
Está más al alcance de la mano	1	1,4493%	1 de 69
Vacío	6	8,6957%	6 de 69

... continuación

Vacío	13	12,2642%	13 de 106
5 ¿Cuánto leíste del prospecto virtual?	106		
100%	8	7,5472%	8 de 106
75%	25	23,5849%	25 de 106
50%	26	24,5283%	26 de 106
25%	27	25,4717%	27 de 106
Nada	20	18,8679%	20 de 106
6 ¿Entendiste la información del proyecto virtual?	106		
Si - ¿Por qué?	55	51,887%	55 de 106
Se explicaba correctamente	1	1,8182%	1 de 55
Sí	1	1,8182%	1 de 55
Resumida	1	1,8182%	1 de 55
Detallada	1	1,8182%	1 de 55
Es fácil en entendimiento	1	1,8182%	1 de 55
Está todo muy detallado con cada carrera	1	1,8182%	1 de 55
Podías revisar pero a la hora de inscribirse era complicado	1	1,8182%	1 de 55
Podemos entrar a diversos sitios de una forma rápida sin la necesidad de	1	1,8182%	1 de 55
Estaba clara	1	1,8182%	1 de 55
Porque hay palabras exactas	1	1,8182%	1 de 55
Estaba al alcance del estudiante	1	1,8182%	1 de 55
Es concisa y se puede leer rápidamente	1	1,8182%	1 de 55
Porque era necesario para poder matricularme	1	1,8182%	1 de 55
Está claro	1	1,8182%	1 de 55
Me explicaron en la academia	1	1,8182%	1 de 55
Ya que se algo de sistema	1	1,8182%	1 de 55
Es más fácil la manera de como lo explica	1	1,8182%	1 de 55
Estaba detallado y breve	1	1,8182%	1 de 55
Es más resumida	1	1,8182%	1 de 55
Estaba detallado	1	1,8182%	1 de 55
Estaba bien ordenado	1	1,8182%	1 de 55
Por la ayuda de mis amigos	1	1,8182%	1 de 55
Porque era más dinámico	1	1,8182%	1 de 55
Solo algo	1	1,8182%	1 de 55
Estoy aquí	1	1,8182%	1 de 55
Poque es interactivo	1	1,8182%	1 de 55
Está muy organizado pero deberían resumirlo	1	1,8182%	1 de 55
Es fácil de entender	1	1,8182%	1 de 55
Estaba detallada	1	1,8182%	1 de 55
Ya me habían comentado lo que debía hacer	1	1,8182%	1 de 55
Para mi fue sencillo	1	1,8182%	1 de 55

...continuación

Tuve que buscar ayuda porque no entendía ni mierda	1	1,8182%	1 de 55
Era lo mismo solo que via net	1	1,8182%	1 de 55
Toda la información estaba en forma virtual	1	1,8182%	1 de 55
Fácil comprensión	1	1,8182%	1 de 55
Era parecida al prospecto físico	1	1,8182%	1 de 55
Solo que como fue la primera vez fue un poco complicado	1	1,8182%	1 de 55
Sentido común	1	1,8182%	1 de 55
Fácil entendimiento	1	1,8182%	1 de 55
Está bien entendible	1	1,8182%	1 de 55
Si porque estaba concisa y bien argumentada	1	1,8182%	1 de 55
Por la rapidez en la cual obtengo información en un solo click	1	1,8182%	1 de 55
Es más sencillo	1	1,8182%	1 de 55
Porque era muy exacto	1	1,8182%	1 de 55
Es entendible	1	1,8182%	1 de 55
Porque la información estaba precisa	1	1,8182%	1 de 55
Es muy didáctico	1	1,8182%	1 de 55
Porque era reducido y de fácil entendimiento	1	1,8182%	1 de 55
Aunque demore un poco en acostumbrarme	1	1,8182%	1 de 55
Vació	6	10,9091%	6 de 55
No - ¿Por qué?	45	42,4528%	45 de 106
Fue muy complicado encontrar información	1	2,2222%	1 de 45
Era algo nuevo	1	2,2222%	1 de 45
No acostumbro leer en internet y ya tenía otro antiguo que es similar	1	2,2222%	1 de 45
No tenía internet	1	2,2222%	1 de 45
No compre	1	2,2222%	1 de 45
Era nuevo para mi y no había mucha información	1	2,2222%	1 de 45
Porque todavia no lo he visto	1	2,2222%	1 de 45
No mucho porque me había acostumbrado	1	2,2222%	1 de 45
Como que la información se veía un poco desordenada	1	2,2222%	1 de 45
No mucho, falta especificar cada espacio	1	2,2222%	1 de 45
No tengo smartphone	1	2,2222%	1 de 45
Era muy engorrosa y confusa no detallaba mucho	1	2,2222%	1 de 45
En el celular no se puede	1	2,2222%	1 de 45
No lo leí	1	2,2222%	1 de 45
No lo leí	1	2,2222%	1 de 45
Es complicado los pasos	1	2,2222%	1 de 45
Porque tenía problemas en la red	1	2,2222%	1 de 45
Fue confuso el matricularme	1	2,2222%	1 de 45
Porque solo leí lo necesario	1	2,2222%	1 de 45
No lo vi, yo soy muy buena en computadoras	1	2,2222%	1 de 45
Creo qe el orden no fue el adecuado	1	2,2222%	1 de 45
Falta información	1	2,2222%	1 de 45
Todo es virtual y había el riesgo de confundirte	1	2,2222%	1 de 45

...continuación

Muchos procedimientos, confunde	1	2,2222%	1 de 45
Porque no sabía donde ir	1	2,2222%	1 de 45
No lo leí todo	1	2,2222%	1 de 45
Es muy confuso la organización	1	2,2222%	1 de 45
No lo leí	1	2,2222%	1 de 45
No estaba muy claro	1	2,2222%	1 de 45
Era sólo un cartón	1	2,2222%	1 de 45
Mucha tecnología para mi	1	2,2222%	1 de 45
No podía ubicar las respuestas a mis preguntas	1	2,2222%	1 de 45
No sabía como entrar y es más complicado	1	2,2222%	1 de 45
Falta datos	1	2,2222%	1 de 45
Quita mucho tiempo	1	2,2222%	1 de 45
Era como algo nuevo, no sabía como manejarlo	1	2,2222%	1 de 45
Había que tener contraseña	1	2,2222%	1 de 45
No lo vi lo suficiente	1	2,2222%	1 de 45
Porque nunca lo leí	1	2,2222%	1 de 45
No lo leí	1	2,2222%	1 de 45
Vacío	5	11,1111%	5 de 45
Vacío	6	5,6604%	6 de 106

7 ¿Qué información del prospecto virtual te gusto más?

106

Requisitos que se presentarían después de haber alcanzado una vacante	1	0,9434%	1 de 106
Ninguno	1	0,9434%	1 de 106
Holi <3 no sé como ingresé	1	0,9434%	1 de 106
Los videos de cada carrera	1	0,9434%	1 de 106
Descripción de carreras	1	0,9434%	1 de 106
La del 2016	1	0,9434%	1 de 106
Sobre las carreras	1	0,9434%	1 de 106
Cambio la interacción, fue bonito pero debe cambiarse la forma o plantilla para que sea 1	1	0,9434%	1 de 106
Las carreras	1	0,9434%	1 de 106
Varias	1	0,9434%	1 de 106
No me acuerdo	1	0,9434%	1 de 106
Descripción de carreras	1	0,9434%	1 de 106
Las mallas curriculares académicas y los grados de especialización	1	0,9434%	1 de 106
El video	1	0,9434%	1 de 106
El campus	1	0,9434%	1 de 106
Nada	1	0,9434%	1 de 106
Las carreras que se ofrecía	1	0,9434%	1 de 106
Documentos a entregar	1	0,9434%	1 de 106

...continuación

Las carreras	1	0,9434%	1 de 106
El examen tipo admisión	1	0,9434%	1 de 106
Los pasos para inscribirme en el examen	1	0,9434%	1 de 106
No mucho	1	0,9434%	1 de 106
Acerca de las vacantes	1	0,9434%	1 de 106
Su ayuda para los pasos de inscripción	1	0,9434%	1 de 106
Los problemas	1	0,9434%	1 de 106
La de los requisitos para la inscripción del examen de admisión	1	0,9434%	1 de 106
El código	1	0,9434%	1 de 106
El examen	1	0,9434%	1 de 106
La inscripción	1	0,9434%	1 de 106
Ninguna	1	0,9434%	1 de 106
Los videos	1	0,9434%	1 de 106
Me trabé, pero me gustaron los videos	1	0,9434%	1 de 106
Videos, esquemas	1	0,9434%	1 de 106
La información que me brindaron en "let's talk"	1	0,9434%	1 de 106
Nada	1	0,9434%	1 de 106
Las fechas	1	0,9434%	1 de 106
No lo leí	1	0,9434%	1 de 106
Ninguna	1	0,9434%	1 de 106
Vacantes, intro de las carreras	1	0,9434%	1 de 106
En la cual te decían los tipos de carreras y las normas	1	0,9434%	1 de 106
El examen	1	0,9434%	1 de 106
Casi nada	1	0,9434%	1 de 106
Nada, no lo lei	1	0,9434%	1 de 106
El modelo del examen	1	0,9434%	1 de 106
Las carreras	1	0,9434%	1 de 106
El número de vacantes	1	0,9434%	1 de 106
Las carreras	1	0,9434%	1 de 106
Las carreras	1	0,9434%	1 de 106
Las vacantes	1	0,9434%	1 de 106
Los videos de las carreas	1	0,9434%	1 de 106
Las carreras	1	0,9434%	1 de 106
Las imágenes	1	0,9434%	1 de 106
Explicación del proceso	1	0,9434%	1 de 106
Los videos	1	0,9434%	1 de 106
El cronograma	1	0,9434%	1 de 106
No se, no estoy informado	1	0,9434%	1 de 106
Sobre el proceso de admisión	1	0,9434%	1 de 106
La explicación de las carreras	1	0,9434%	1 de 106
No leí la información solo la parte de la inscripción	1	0,9434%	1 de 106
Ninguna	1	0,9434%	1 de 106
Las imágenes	1	0,9434%	1 de 106
Nada	1	0,9434%	1 de 106

...continuación

La verdad que solo lo compré para postular	1	0,9434%	1 de 106
Fechas de cronogramas	1	0,9434%	1 de 106
No lo leí	1	0,9434%	1 de 106
Nada, pésimo	1	0,9434%	1 de 106
Carreras	1	0,9434%	1 de 106
Nunca leí el virtual	1	0,9434%	1 de 106
Nada	1	0,9434%	1 de 106
El proceso de inscripción	1	0,9434%	1 de 106
Era más simplificada la información	1	0,9434%	1 de 106
El video	1	0,9434%	1 de 106
Vacío	34	32,0755%	34 de 106

8 ¿Qué información del prospecto virtual te fue útil para postular? 106

La hora del pago	1	0,9434%	1 de 106
Los temas que iban a venir	1	0,9434%	1 de 106
La declaración jurada	1	0,9434%	1 de 106
Nada, no lo leí	1	0,9434%	1 de 106
Las indicaciones de la matrícula y las guías sobre la carrera	1	0,9434%	1 de 106
Fechas	1	0,9434%	1 de 106
Con respecto a las modalidades y requisitos	1	0,9434%	1 de 106
No lo vi, pensé que era igual que el físico	1	0,9434%	1 de 106
Las recomendaciones	1	0,9434%	1 de 106
La de los circuitos	1	0,9434%	1 de 106
Los pasos	1	0,9434%	1 de 106
El % de vacantes y las modalidades de ingreso	1	0,9434%	1 de 106
Malla curricular y número de vacantes	1	0,9434%	1 de 106
La información	1	0,9434%	1 de 106
Los reglamentos	1	0,9434%	1 de 106
Los reglamentos	1	0,9434%	1 de 106
Sus informaciones de centro de pago	1	0,9434%	1 de 106
Las vacantes por carrera	1	0,9434%	1 de 106
El examen tipo admisión	1	0,9434%	1 de 106
Los videos e información de mi carrera	1	0,9434%	1 de 106
Pasos a seguir	1	0,9434%	1 de 106
Los pasos que debía seguir	1	0,9434%	1 de 106
Nada	1	0,9434%	1 de 106
Los requisitos para el examen de admisión	1	0,9434%	1 de 106
Casi todo	1	0,9434%	1 de 106
El examen	1	0,9434%	1 de 106
La inscripción	1	0,9434%	1 de 106

... continuación

Tipo de examen	1	0,9434%	1 de 106
Ninguna	1	0,9434%	1 de 106
No postulé, ingresé por PRE	1	0,9434%	1 de 106
No recuerdo	1	0,9434%	1 de 106
Esquema, facilidad	1	0,9434%	1 de 106
Los requisitos para el día del examen	1	0,9434%	1 de 106
Solo el salón	1	0,9434%	1 de 106
Las fechas	1	0,9434%	1 de 106
No lo leí	1	0,9434%	1 de 106
Sí	1	0,9434%	1 de 106
Como llenar el carnet de postulante	1	0,9434%	1 de 106
Un poco, aunque me guié del prospecto pasado físico para entender, el prospecto virtual es bueno, sino que muchos no saben usarlo o postulan por primera vez y se les	1	0,9434%	1 de 106
Las cosas que debía y no llevar el día del examen	1	0,9434%	1 de 106
Las fotos, el interactuar con algo físico	1	0,9434%	1 de 106
Los pasos a seguir	1	0,9434%	1 de 106
La forma en la que teníamos que inscribirnos	1	0,9434%	1 de 106
El modelo del examen	1	0,9434%	1 de 106
Sí	1	0,9434%	1 de 106
Modalidades de ingreso	1	0,9434%	1 de 106
Seleccionar las carreras	1	0,9434%	1 de 106
Las indicaciones en el día del examen de admisión	1	0,9434%	1 de 106
El número de vacantes para las carreras	1	0,9434%	1 de 106
Carreras, videos	1	0,9434%	1 de 106
No mucho, me confundía un montón	1	0,9434%	1 de 106
Sí	1	0,9434%	1 de 106
Ninguna	1	0,9434%	1 de 106
El croquis de la UNALM	1	0,9434%	1 de 106
El cronograma	1	0,9434%	1 de 106
Las opciones con imágenes	1	0,9434%	1 de 106
Todos los documentos que tienes que presentar	1	0,9434%	1 de 106
Ejercicios y pasos	1	0,9434%	1 de 106
Ninguno	1	0,9434%	1 de 106
Ninguna	1	0,9434%	1 de 106
La cuenta que cree	1	0,9434%	1 de 106
Ninguno	1	0,9434%	1 de 106
Nada	1	0,9434%	1 de 106
Solo el flujo de información	1	0,9434%	1 de 106
Que objeto traer y que no. Además que había de cada carrera	1	0,9434%	1 de 106
Nada, lo vi todo con un prospecto antiguo que tenía	1	0,9434%	1 de 106
Examen	1	0,9434%	1 de 106
Nunca lo leí	1	0,9434%	1 de 106
Nada	1	0,9434%	1 de 106
El proceso	1	0,9434%	1 de 106
Ya no sacar la foto carnet	1	0,9434%	1 de 106
Las pautas a seguir al momento de postular	1	0,9434%	1 de 106
El video	1	0,9434%	1 de 106
Vacío	33	31,1321%	33 de 106

... continuación

¿Te fueron claros los pasos de la tarjeta de acceso contenida en el 9 sobre para el prospecto virtual?

106

Si - ¿Por qué?	58	54,717%	58 de 106
Solo tenía que seguir los pasos	1	1,7241%	1 de 58
Estuvo lo más relevante	1	1,7241%	1 de 58
Era la única manera de informarse	1	1,7241%	1 de 58
Solo fueron 3 pasos	1	1,7241%	1 de 58
Tiene instrucciones	1	1,7241%	1 de 58
Porque fueron al grano. Pense que era como una tinka y te dirian ¡Ingresaste!	1	1,7241%	1 de 58
Sí	1	1,7241%	1 de 58
Te indicaban pasos a seguir y no tenía inconveniente	1	1,7241%	1 de 58
Decía todo en la página	1	1,7241%	1 de 58
Está detallado	1	1,7241%	1 de 58
Porque se entendía perfectamente	1	1,7241%	1 de 58
Son más entendibles	1	1,7241%	1 de 58
Te mostraban los pasos a seguir	1	1,7241%	1 de 58
Si porque era entendible	1	1,7241%	1 de 58
Fue sencillo	1	1,7241%	1 de 58
Fue entendible, al menos	1	1,7241%	1 de 58
Por la ayuda de mis amigos	1	1,7241%	1 de 58
Todo lo hice por pc	1	1,7241%	1 de 58
Tenían datos claros	1	1,7241%	1 de 58
Estoy aquí	1	1,7241%	1 de 58
Era básico	1	1,7241%	1 de 58
Si en algo	1	1,7241%	1 de 58
Eran fáciles	1	1,7241%	1 de 58
sí	1	1,7241%	1 de 58
Normal	1	1,7241%	1 de 58
Estaba explicado todo, además un encargado vino a explicarme como era el	1	1,7241%	1 de 58
Porque solo era para ingresar una dirección web	1	1,7241%	1 de 58
Fáciles	1	1,7241%	1 de 58
Estaban bien detallados	1	1,7241%	1 de 58
Es de fácil accesibilidad	1	1,7241%	1 de 58
Simple y práctico	1	1,7241%	1 de 58
Lo repetían muchas veces	1	1,7241%	1 de 58
Sentido común	1	1,7241%	1 de 58
Estaba todo claro	1	1,7241%	1 de 58
Fácil entendimiento	1	1,7241%	1 de 58
Eran fáciles de seguir	1	1,7241%	1 de 58
Porque era entendible	1	1,7241%	1 de 58

...continuación

Porque fue concreto y directo	1	1,7241%	1 de 58
Porque era entendible	1	1,7241%	1 de 58
Son pasos simples	1	1,7241%	1 de 58
Solo era raspar y poner el código	1	1,7241%	1 de 58
Porque estuvo preciso	1	1,7241%	1 de 58
Me explicaron paso a paso	1	1,7241%	1 de 58
Si me sirvió pero tuve un poco de dificultad con la contraseña	1	1,7241%	1 de 58
Vacío	14	24,1379%	14 de 58
No - ¿Por qué?	33	31,132%	33 de 106
Fueron muchos pasos y complicados	1	3,0303%	1 de 33
Está muy largo su procedimiento	1	3,0303%	1 de 33
Todo era muy "metido"	1	3,0303%	1 de 33
En verdad no lo entendía muy bien	1	3,0303%	1 de 33
Porque los pasos a seguir me confundían	1	3,0303%	1 de 33
Es un poco confuso	1	3,0303%	1 de 33
Porque como no se utilizar muy bien tuve problemas	1	3,0303%	1 de 33
No lo leí	1	3,0303%	1 de 33
Era algo confuso	1	3,0303%	1 de 33
Faltó explicar los pasos siguientes	1	3,0303%	1 de 33
No entendí mucho, no era muy ordenado	1	3,0303%	1 de 33
Muchos códigos	1	3,0303%	1 de 33
Porque fue un asco	1	3,0303%	1 de 33
No sabía donde ubicar los lugares en la página	1	3,0303%	1 de 33
Porque faltan pasos y los que no sabían se equivocaron	1	3,0303%	1 de 33
Al pagar	1	3,0303%	1 de 33
No me acuerdo	1	3,0303%	1 de 33
Muchos procedimientos	1	3,0303%	1 de 33
Porque no había mucha información	1	3,0303%	1 de 33
Fue un poco difícil de poder acceder	1	3,0303%	1 de 33
Era confuso lo del correo	1	3,0303%	1 de 33
Mucha tecnología para mi	1	3,0303%	1 de 33
Debido a que no se entendían los pasos a seguir	1	3,0303%	1 de 33
No lo tuve claro, me ayudo una persona mayor	1	3,0303%	1 de 33
Complicado	1	3,0303%	1 de 33
No contenía nada	1	3,0303%	1 de 33
No habían muchos pasos	1	3,0303%	1 de 33
Vacío	6	18,1818%	6 de 33
Vacío	15	14,1509%	15 de 106

... continuación

¿Quién compró en teleticket tu sobre de acceso al prospecto virtual? 106

Padres	31	29,2453%	31 de 106
Parientes	3	2,8302%	3 de 106
Amigos	0	0,0000%	0 de 106
Tú mismo	50	47,1698%	50 de 106
Otros:	11	10,3774%	11 de 106
Ingresé por la PRE	2	18,1818%	2 de 11
CEPRE UNALM	3	27,2727%	3 de 11
Otra	1	9,0909%	1 de 11
Hermano	1	9,0909%	1 de 11
La PRE y fue un fraude	1	9,0909%	1 de 11
Vacío	3	27,2727%	3 de 11
Vacío	11	10,3774%	11 de 106

¿Dónde te gustaría adquirir el acceso al prospecto virtual? 106

CEPRE UNALM (Jesús María)	1	0,9434%	1 de 106
UNALM (La Molina)	17	16,0377%	17 de 106
Virtual	10	9,4340%	10 de 106
Teleticket	33	31,1321%	33 de 106
Banco BCP	8	7,5472%	8 de 106
Prefiero tener el prospecto en físico	26	24,5283%	26 de 106
Otro:	1	0,9434%	1 de 106
En ningún lado	1	100,0000%	1 de 1
Vacío	10	9,4340%	10 de 106

Además de tu prospecto virtual ¿qué otro producto te gustaría para complementar tu prospecto? Puedes marcar más de una opción 106

Un folleto de 05 hojas del prospecto en físico	21	19,8113%	21 de 106
Un tutorial del prospecto en la página web	26	24,5283%	26 de 106
Un PDF descargable de la información más importante	27	25,4717%	27 de 106
Examen de admisión virtual	38	35,8491%	38 de 106
Otro	9	8,4906%	9 de 106

...continuación

Detallar más sobre las carreras	1	11,1111%	1 de 9
Y el cambio de modelo de examen porque siempre ponen el mismo	1	11,1111%	1 de 9
Un libro dónde estén los últimos modelos de los exámenes de admisión	1	11,1111%	1 de 9
El precio de la tarjeta de acceso es demasiado	1	11,1111%	1 de 9
El mismo prospecto en físico	1	11,1111%	1 de 9
Examen de admisión físico	1	11,1111%	1 de 9
Nada más	1	11,1111%	1 de 9
Todos me parecen buenos	1	11,1111%	1 de 9
El prospecto físico	1	11,1111%	1 de 9
Vacío	10	9,4340%	10 de 106

ANEXO 24: ENCUESTA A POSTULANTES 2017 - II

13. ¿El Centro de Admisión-UNALM te brindó la información necesaria para realizar exitosamente la inscripción?

- a. Sí
- b. No

14. ¿Por qué medio se enteró de la Universidad Nacional Agraria La Molina?

- a. Redes sociales
 - Facebook
 - Twitter
 - Youtube
 - Instagram
 - Google+
- b. Páginas Web
 - Admisión UNALM
 - UNALM
 - Carreras que apasionan
- c. Radios
 - Studio 92
 - La Zona
 - Capital
 - Oxígeno
 - Planeta
 - La Kalle
- d. Medios visuales
 - Buses
 - Paneles
 - Volantes

- e. Taller de carreras
 - h. Información recibida en el Centro de Admisión-UNALM
 - i. Otros:
-

15. Por qué postulas a la Agraria La Molina?

- a. Su prestigio.
 - b. Por ser nacional
 - c. Te gustan las carreras
 - d. Recomendación de algún familiar o amigo
 - e. Su campus y áreas verdes
 - f. Está cerca a dónde vivo
 - g. Otros:
-

16. ¿Por qué postulas a tu primera opción?

- a. Test Vocacional.
 - b. La carrera que deseo no la ofrece otra universidad.
 - c. Ofrece mayor oportunidad laboral.
 - d. Es la carrera del momento.
 - e. Tradición familiar.
 - f. Tengo campos agrícolas, granjas, negocios agropecuarios
 - g. Otros:
-

17. ¿Por qué tu segunda y tercera opción?

- a. No tengo segunda opción
 - b. Es afín a mi primera opción
 - c. El puntaje de ingreso es el más bajo
 - d. Sí o sí quiero entrar a la Agraria La Molina
 - e. También tiene una buena oportunidad laboral
 - f. Otros:
-

- 18. ¿Cómo te preparaste para la Agraria La Molina?**
- a. Centro Pre UNALM
 - b. Centro Pre de otra universidad – Nombre: _____
 - c. Academia o grupo de estudio – Nombre: _____
 - d. Autoestudio.
 - e. No me preparé.
- 19. ¿Cuántas veces has postulado a la Agraria La Molina, incluyendo este periodo?**
- a. 1
 - b. 2
 - c. 3
 - d. 4
 - e. 5 o más
- 20. ¿Cuántas veces has postulado a otras universidades?**
- a. Nombre: _____. (1vez, 2 veces, 3 veces, más de 3 veces)
 - b. Nombre: _____. (1vez, 2 veces, 3 veces, más de 3 veces)
 - c. Nombre: _____. (1vez, 2 veces, 3 veces, más de 3 veces)
- 21. ¿Te gustó la nueva forma de inscripción?**
- a. Sí
 - b. No – ¿Por qué?

- 22. ¿Cuánto tiempo te demoró la inscripción?**

- 23. ¿Necesitaste ayuda para inscribirte?**
- a. No
 - b. Sí:
 - Un amigo
 - Tus padres o familiares
 - Llamaste al Centro de Admisión – UNALM

- Video tutorial
 - Otros:
-

24. ¿Entre el prospecto físico y virtual, cuál eliges?

- a. Físico
- b. Virtual

25. ¿El Centro de Admisión-UNALM te brindó la información necesaria para realizar exitosamente la inscripción?

- a. Sí
- b. No

26. ¿Qué otras actividades adicionales al examen de admisión te gustaría que realicemos?

- a. Simulacro virtual
 - b. Simulacro presencial en la UNALM
 - c. Ferias vocacionales
 - d. Tu colegio visite la UNALM
 - e. Otros:
-

27. En líneas generales, en una escala de evaluación del 1 al 5, dónde 1 significaría “Totalmente insatisfecho” y 5 “Totalmente Satisfecho”. ¿cómo calificarías este proceso de inscripción?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

ANEXO 25: ANÁLISIS DE LA ENCUESTA A POSTULANTES 2017-II

El centro de admisión-UNALM te brindó la información necesaria para realizar exitosamente la inscripción
1 (1353 respuestas)

Sí	1196	88,3962%	1196 de 1353
No	157	11,6038%	157 de 1353

¿Por qué medio se enteró de la Universidad Nacional Agraria La Molina?
2 (1289 respuestas)

Redes sociales	386	29,9457%	386 de 1289
Facebook	354	93,4037%	354 de 379
Twitter	0	0,0000%	0 de 379
Youtube	8	2,1108%	8 de 379
Instagram	4	1,0554%	4 de 379
Google+	13	3,4301%	13 de 379
Páginas Web	233	18,0760%	233 de 1289
Admisión UNALM	84	36,5217%	84 de 230
UNALM	79	34,3478%	79 de 230
Carreras que apasionan	67	29,1304%	67 de 230
Rádios	6	0,4655%	6 de 1289
Studio 92	3	50,0000%	3 de 6
La zona	1	16,6667%	1 de 6
Capital	1	16,6667%	1 de 6
Oxígeno	1	16,6667%	1 de 6
Planeta	0	0,0000%	0 de 6
La kalle	0	0,0000%	0 de 6
Medios visuales	76	5,8960%	76 de 1289
Buses	6	8,1081%	6 de 74
Paneles	28	37,8378%	28 de 74
Volantes	40	54,0541%	40 de 74
Taller de carreras	112	8,6889%	112 de 1289
Información recibida en el Centro de Admisión-UNALM	101	7,8355%	101 de 1289
Otros	373	28,9372%	373 de 1289

...continuación

academia	4	1,0724%	4 de 373
academia rumbo agraria	1	0,2681%	1 de 373
academias	1	0,2681%	1 de 373
academias cearvallejo-aduni	1	0,2681%	1 de 373
alumnos de la unalm	1	0,2681%	1 de 373
amigo	2	0,5362%	2 de 373
amigos	54	14,4772%	54 de 373
amigos que estudian ahi	1	0,2681%	1 de 373
amigos que estudian ahí	1	0,2681%	1 de 373
amigos ways	1	0,2681%	1 de 373
amistades	8	2,1448%	8 de 373
amistades de academia	1	0,2681%	1 de 373
aviso de mi mamá	1	0,2681%	1 de 373
buscando en internet(foros)	1	0,2681%	1 de 373
cepre	3	0,8043%	3 de 373
cercania	1	0,2681%	1 de 373
cercanía a mi casa	1	0,2681%	1 de 373
clave	1	0,2681%	1 de 373
colegio	14	3,7534%	14 de 373
colegio charlas	1	0,2681%	1 de 373
comentarios de otras personas	1	0,2681%	1 de 373
conocidos	3	0,8043%	3 de 373
cpre	1	0,2681%	1 de 373
cuando fui de paseo	1	0,2681%	1 de 373
email	1	0,2681%	1 de 373
en el colegio	1	0,2681%	1 de 373
escuela	1	0,2681%	1 de 373
esta cerca de mi casa	1	0,2681%	1 de 373
eventos en a universidad	1	0,2681%	1 de 373
expoferias	1	0,2681%	1 de 373
facebook	1	0,2681%	1 de 373
familares egresados	1	0,2681%	1 de 373
familia	50	13,4048%	50 de 373
familia referencias	1	0,2681%	1 de 373
familia y amigos	1	0,2681%	1 de 373
familiar	13	3,4853%	13 de 373
familiar de la unalm	1	0,2681%	1 de 373
familiar(mi hermano)	1	0,2681%	1 de 373
familiares	61	16,3539%	61 de 373
familiares egresados de la universidad.	1	0,2681%	1 de 373
familiares y amigos	1	0,2681%	1 de 373
familiares y profesores	1	0,2681%	1 de 373
feria de universidades	1	0,2681%	1 de 373
feria expouniversidad	1	0,2681%	1 de 373
ferias universitarias	1	0,2681%	1 de 373
folletos	1	0,2681%	1 de 373

...continuación

fueron a mi colegio	1	0,2681%	1 de 373
gracias a mi hermano	1	0,2681%	1 de 373
gracias a mi tío	1	0,2681%	1 de 373
hermano	1	0,2681%	1 de 373
información brindada en la escuela	1	0,2681%	1 de 373
información de un familiar.	1	0,2681%	1 de 373
información familiar	1	0,2681%	1 de 373
interés propio.	1	0,2681%	1 de 373
lo comento un amigo	1	0,2681%	1 de 373
maestros de la escuela	1	0,2681%	1 de 373
mediante mis familiares	1	0,2681%	1 de 373
mediante mis padres	1	0,2681%	1 de 373
mi padre	1	0,2681%	1 de 373
mi corazón me lo dijo	1	0,2681%	1 de 373
mi familia	3	0,8043%	3 de 373
mi familia a estudiado ahí	1	0,2681%	1 de 373
mi hermana	3	0,8043%	3 de 373
mi hermana estudio allí	1	0,2681%	1 de 373
mi hermana estudió en esta universidad	1	0,2681%	1 de 373
mi mamá estudió en la unalm	1	0,2681%	1 de 373
mi padre estudio ahí	1	0,2681%	1 de 373
mi papá es molinero	1	0,2681%	1 de 373
mi papá me hablo de la universidad	1	0,2681%	1 de 373
mi papá trabaja ahí	1	0,2681%	1 de 373
mi prima estudio allí	1	0,2681%	1 de 373
mi profesor me conto	1	0,2681%	1 de 373
mi tío	1	0,2681%	1 de 373
mis padres	3	0,8043%	3 de 373
mis padres y profesores	1	0,2681%	1 de 373
mis papas estudiaron ahí	1	0,2681%	1 de 373
padres	4	1,0724%	4 de 373
papa	2	0,5362%	2 de 373
papá	1	0,2681%	1 de 373
parientes	1	0,2681%	1 de 373
personalmente	1	0,2681%	1 de 373
personas de mi contorno	1	0,2681%	1 de 373
platica entre compañeros	1	0,2681%	1 de 373
por amigos	2	0,5362%	2 de 373
por amigos y familiares	1	0,2681%	1 de 373
por el colegio	1	0,2681%	1 de 373
por familiares	1	0,2681%	1 de 373
por investigación propia y recomendación de allegados	1	0,2681%	1 de 373
por mi hermano	1	0,2681%	1 de 373
por mi mamá y interés propio	1	0,2681%	1 de 373

...continuación

por mi mismo interes	1	0,2681%	1 de 373
por mi msima	1	0,2681%	1 de 373
por mi padre	1	0,2681%	1 de 373
por mi papa	2	0,5362%	2 de 373
por mis profesores	1	0,2681%	1 de 373
por unos compañeros	1	0,2681%	1 de 373
porque mi hermano estudia ahí	1	0,2681%	1 de 373
pre	1	0,2681%	1 de 373
prestigio	1	0,2681%	1 de 373
preunalm	1	0,2681%	1 de 373
primas	1	0,2681%	1 de 373
primo	1	0,2681%	1 de 373
profesor	1	0,2681%	1 de 373
profesora de colegio	1	0,2681%	1 de 373
profesores	3	0,8043%	3 de 373
profesores del colegio	1	0,2681%	1 de 373
psicologa	1	0,2681%	1 de 373
publicidad	1	0,2681%	1 de 373
radio provincia	1	0,2681%	1 de 373
recomendacion	3	0,8043%	3 de 373
recomendacion de amigos	1	0,2681%	1 de 373
recomendacion de familiares	1	0,2681%	1 de 373
recomendaciones	1	0,2681%	1 de 373
recomendación de un amigo	1	0,2681%	1 de 373
recomendación de una amiga	1	0,2681%	1 de 373
referencias	1	0,2681%	1 de 373
revista	2	0,5362%	2 de 373
rumbo agraria	3	0,8043%	3 de 373
sugerencia de familiares	2	0,5362%	2 de 373
sugerencia de una academia preuniversitaria	1	0,2681%	1 de 373
televisión	1	0,2681%	1 de 373
tío	1	0,2681%	1 de 373
todas las anteriores :d	1	0,2681%	1 de 373
un amigo	1	0,2681%	1 de 373
un amigo me contó	1	0,2681%	1 de 373
un profesor me contó	1	0,2681%	1 de 373
una amiga	1	0,2681%	1 de 373
una amiga me lo dijo	1	0,2681%	1 de 373
una compañera me paraba hablando de la agraria para ese	1	0,2681%	1 de 373
una reunión	1	0,2681%	1 de 373
vacío	16	4,2895%	16 de 373
vinieron a mi cole los de la cepre :v	1	0,2681%	1 de 373
visita de estudio	1	0,2681%	1 de 373
volante	1	0,2681%	1 de 373
volantes de academias	1	0,2681%	1 de 373
yo mismo	1	0,2681%	1 de 373

... continuación

3 ¿Por qué postulas a la Agraria La Molina? (1275 respuestas)

Su prestigio.	357	28,0000%	357 de 1275
Por ser nacional.	84	6,5882%	84 de 1275
Te gustan las carreras.	368	28,8627%	368 de 1275
Recomendación de algún familiar o amigo.	120	9,4118%	120 de 1275
Su campus y áreas verdes.	302	23,6863%	302 de 1275
Está cerca a donde vivo.	15	1,1765%	15 de 1275
Otros	29	2,2745%	29 de 1275
es el mejor lugar donde puedo realizar mi carrera	1	3,4483%	1 de 29
es la única universidad que tiene la carrera que quiero	1	3,4483%	1 de 29
estoy enamorada de la unalm, y de la carrera que quiero.	1	3,4483%	1 de 29
hay mi carrera	1	3,4483%	1 de 29
me gusta la filosofía de la universidad y su compromiso con	1	3,4483%	1 de 29
obligado	1	3,4483%	1 de 29
obligacion	1	3,4483%	1 de 29
para cumplir mi sueño	1	3,4483%	1 de 29
para ganar dinero	1	3,4483%	1 de 29
por que me gusta sus carreras y el ambiente y por ser un p	1	3,4483%	1 de 29
por que tiene agronomia .v	1	3,4483%	1 de 29
por que. agronomia es la faculta donde se encuentra solo.	1	3,4483%	1 de 29
por ser una universidad muy buena en ingenieria ambiental	1	3,4483%	1 de 29
por su prestigio y por su campus y áreas verdes	1	3,4483%	1 de 29
porque es mi sueño	1	3,4483%	1 de 29
porque se enfoca en el ambito en el cual yo me quiero des	1	3,4483%	1 de 29
porque se especializa en mi carrera	1	3,4483%	1 de 29
porque ser molineto lo es todo	1	3,4483%	1 de 29
porque todo lo que siempre quise en una universidad la ag	1	3,4483%	1 de 29
quiero ser un profesional de exito	1	3,4483%	1 de 29
recomendacion del docente de mi colegio	1	3,4483%	1 de 29
se enfoca lo que solo sobre el ambiente	1	3,4483%	1 de 29
siento que es un lugar donde me va ayudar con mi objetivc	1	3,4483%	1 de 29
su prestigio y por su campus, que dan facilidades a los estu	1	3,4483%	1 de 29
todas las opciones	1	3,4483%	1 de 29
todo	1	3,4483%	1 de 29
todo xd	1	3,4483%	1 de 29
vacío	1	3,4483%	1 de 29
vocación y amo mi carrera	1	3,4483%	1 de 29

... continuación

4 ¿Por qué postulas a tu primera opción? (1265 respuestas)

Test Vocacional.	303	23,9526%	303 de 1265
La carrera que deseo no la ofrece otra universidad.	210	16,6008%	210 de 1265
Ofrece mayor oportunidad laboral.	337	26,6403%	337 de 1265
Es la carrera del momento.	70	5,5336%	70 de 1265
Tradición familiar.	25	1,9763%	25 de 1265
Tengo campos agrícolas, granjas, negocios agropecuarios	105	8,3004%	105 de 1265
Otros	215	16,9960%	215 de 1265
abarca mucho más y no se centra solo en algo	1	0,4651%	1 de 215
afin a la carrera que deseo y no tiene la agraria	1	0,4651%	1 de 215
amo esa carrera	1	0,4651%	1 de 215
amo la carrera de ing ambiental	1	0,4651%	1 de 215
amo mi carrera y la mejor es la agraria	1	0,4651%	1 de 215
baja puntuación para estudiar	1	0,4651%	1 de 215
carrera que me gusta y en donde se que destacó	1	0,4651%	1 de 215
carrera soñada	1	0,4651%	1 de 215
cause i want save the planet	1	0,4651%	1 de 215
contribuye enormemente con el desarrollo del país	1	0,4651%	1 de 215
curiosidad	1	0,4651%	1 de 215
desde muy niña mis padres fueron fortaleciendo a mis hern	1	0,4651%	1 de 215
desde niña ,me encanta esta carrera	1	0,4651%	1 de 215
deseo esa carrera	1	0,4651%	1 de 215
en realidad es mi segunda opción	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que ayuda a lograr mis ideales	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que mas me apasiona	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que mas que gusta alli	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que me agrada	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que me apasiona	2	0,9302%	2 de 215
es la carrera que me apasiona.	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que me gusta	3	1,3953%	3 de 215
es la carrera que me gusta y en la que estoy mas relaciona	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que me gusta, no por que sea la carrera de m	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que me interesa	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que más me apasiona de pequeño	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que más me gusta	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que quiero.	1	0,4651%	1 de 215
es la carrera que siempre he querido	1	0,4651%	1 de 215
es la mejor carrera, con un gran futuro	1	0,4651%	1 de 215
es la mejor universidad para esa carrera	1	0,4651%	1 de 215
es la que mas me gusta	1	0,4651%	1 de 215
es la que más me llamó la atención	1	0,4651%	1 de 215

...continuación

es la que va conmigo	1	0,4651%	1 de 215
es lo que me apasiona	2	0,9302%	2 de 215
es lo que me apasiona , es mi ser	1	0,4651%	1 de 215
es lo que me apasiona desde un inicio.amo esta carrera y c	1	0,4651%	1 de 215
es lo que quiero	1	0,4651%	1 de 215
es lo que quiero hacer	1	0,4651%	1 de 215
es lo que realmente deseo, siempre lo quise, fue mi sueño ;	1	0,4651%	1 de 215
es mi vocacion	3	1,3953%	3 de 215
es mi vocación	1	0,4651%	1 de 215
es mi vocación.	1	0,4651%	1 de 215
es un primer paso	1	0,4651%	1 de 215
esta echa para mi	1	0,4651%	1 de 215
gusto	1	0,4651%	1 de 215
gustos	1	0,4651%	1 de 215
inclinación a ella	1	0,4651%	1 de 215
interes	1	0,4651%	1 de 215
interés personal	3	1,3953%	3 de 215
la carrera me apasiona.	1	0,4651%	1 de 215
la carrera me gusta	1	0,4651%	1 de 215
la carrera me gusta mucho y creo que la unalm es la única c	1	0,4651%	1 de 215
la ciencia	1	0,4651%	1 de 215
la universidad es buena en mi carrera	1	0,4651%	1 de 215
lo invente cuando no sabia que existia y uni lo que me gust	1	0,4651%	1 de 215
mayor probabilidad de ingreso.	1	0,4651%	1 de 215
me agrada el campo laboral y el hecho d que se ajusta a la	1	0,4651%	1 de 215
me agrada la idea de una universidad especializada en tem	1	0,4651%	1 de 215
me apaciona	1	0,4651%	1 de 215
me apasiona	5	2,3256%	5 de 215
me apasiona esa carrera c:	1	0,4651%	1 de 215
me desenvolveré mas alli	1	0,4651%	1 de 215
me encanta	3	1,3953%	3 de 215
me encanta el ambiente y me interesa muchísimo conserva	1	0,4651%	1 de 215
me encanta el todo lo que tiene que ver con el medio ambi	1	0,4651%	1 de 215
me encanta esa carrera	1	0,4651%	1 de 215
me encanta la agronomia	2	0,9302%	2 de 215
me encanta la carrera	6	2,7907%	6 de 215
me encanta la estrategia comercial	1	0,4651%	1 de 215
me gusta	16	7,4419%	16 de 215
me gusta esa carrera	1	0,4651%	1 de 215
me gusta esta carrera	1	0,4651%	1 de 215
me gusta la carrera	8	3,7209%	8 de 215
me gusta la carrera que he elegido	1	0,4651%	1 de 215
me gusta la carrera y aparte tengo campos agrícolas ,y gra	1	0,4651%	1 de 215
me gusta la carrera y la unalm es la mejor en esa carrera	1	0,4651%	1 de 215

...continuación

me gusta mucho en lo que consiste	1	0,4651%	1 de 215
me gusta mucho esta carrera	1	0,4651%	1 de 215
me gusta todo con relación a esta carrera	1	0,4651%	1 de 215
me gusta trabajar en relacion con las empresas las oportun	1	0,4651%	1 de 215
me gustaria mejor el cuidado de la naturaleza.	1	0,4651%	1 de 215
me gustaria trabajar en el campo	1	0,4651%	1 de 215
me gusts	1	0,4651%	1 de 215
me gustó la carrera cuando supe de ella	1	0,4651%	1 de 215
me interesa ejercer y conocer mas acerca de la carrera ele	1	0,4651%	1 de 215
me llama la atencion	1	0,4651%	1 de 215
me llama la atención	1	0,4651%	1 de 215
me llama la tencion	1	0,4651%	1 de 215
me nacio me gusto me atrapo como tambien agronomia so	1	0,4651%	1 de 215
me parece muy importante, y me gustaría poder reducir el	1	0,4651%	1 de 215
me parece muy interesante	1	0,4651%	1 de 215
me parece que seria una buena base para comenzar cualqu	1	0,4651%	1 de 215
menor puntaje	1	0,4651%	1 de 215
nada mejor que estudiar lo que enserio te gusta	1	0,4651%	1 de 215
necesito estudiar algo.	1	0,4651%	1 de 215
ni yo lo se	1	0,4651%	1 de 215
no se	1	0,4651%	1 de 215
no tengo de otra	1	0,4651%	1 de 215
no tengo plata para particular y me gusta asi que go	1	0,4651%	1 de 215
obligación parental	1	0,4651%	1 de 215
para ejercerla en docencia	1	0,4651%	1 de 215
pasion	2	0,9302%	2 de 215
pasion por la naturaleza xd	1	0,4651%	1 de 215
pasión	1	0,4651%	1 de 215
pasión a la ciencia ambiental	1	0,4651%	1 de 215
por afinidad	1	0,4651%	1 de 215
por buscar un Perú mejor	1	0,4651%	1 de 215
por el contacto con el campo	1	0,4651%	1 de 215
por el enfoque y los objetivos que ella busca.	1	0,4651%	1 de 215
por gusto propio por la naturalez y tratar de ayudar al peru	1	0,4651%	1 de 215
por mi perfil y mi gran amor hacia las areas verdes	1	0,4651%	1 de 215
por que es alo que deseo hacer	1	0,4651%	1 de 215
por que es la carrera que va acorde a todo lo que me gust	1	0,4651%	1 de 215
por que es la que me gusta	1	0,4651%	1 de 215
por que es una carrera que me gusta , además el objetivo c	1	0,4651%	1 de 215
por que esa carrera me interesa mucho por su campo labo	1	0,4651%	1 de 215
por que me agrada todo lo que tenga que ver con la flora y	1	0,4651%	1 de 215
por que me apaciona mi carrera	1	0,4651%	1 de 215
por que me gusra	1	0,4651%	1 de 215

...continuación

por que me gusta el campo	1	0,4651%	1 de 215
por que me gusta todo relacionado con el medio ambiente	1	0,4651%	1 de 215
por que me gusta?	1	0,4651%	1 de 215
por ser nacional	1	0,4651%	1 de 215
porque es la carrera que me apasiona	1	0,4651%	1 de 215
porque es la carrera que me gusta :v	1	0,4651%	1 de 215
porque es mi complemento	1	0,4651%	1 de 215
porque es mi vocación	1	0,4651%	1 de 215
porque esa carrera brinda muchas cualidades	1	0,4651%	1 de 215
porque estoy interesado, y es bastante interesante	1	0,4651%	1 de 215
porque me apasiona	1	0,4651%	1 de 215
porque me encanta la carrera	1	0,4651%	1 de 215
porque me encanta esa carrera, ademas hay interaccion cc	1	0,4651%	1 de 215
porque me gusta	7	3,2558%	7 de 215
porque me gusta la carrera	1	0,4651%	1 de 215
porque me gusta lo que te brinda la carrera, poder ayudar	1	0,4651%	1 de 215
porque me gusta y siento pasión por esa carrera.	1	0,4651%	1 de 215
porque me interesa el cuidado del medio ambiente y quiero	1	0,4651%	1 de 215
porque quiero ser parte del cambio	1	0,4651%	1 de 215
porque se parece a la carrera que quiero estudiar	1	0,4651%	1 de 215
porque siento que tengo la capacidad de seguir esa carrera	1	0,4651%	1 de 215
proteger al planeta tierra es uno de mis principales objetivos	1	0,4651%	1 de 215
puedo ayudar a la comunidad con esa carrera	1	0,4651%	1 de 215
quiero ayudar al planeta	1	0,4651%	1 de 215
quiero lo mejor para mi carrera en esta universidad	1	0,4651%	1 de 215
quiero prender a ser una líder	1	0,4651%	1 de 215
quiero tener mi propia empresa	1	0,4651%	1 de 215
realmente me gusta la carrera	1	0,4651%	1 de 215
siempre quise ambiental.	1	0,4651%	1 de 215
siempre quise estudiar esa carrera, es mi vocación, no por	1	0,4651%	1 de 215
tiene todo lo que busco	1	0,4651%	1 de 215
vacío	12	5,5814%	12 de 215
vocacion	1	0,4651%	1 de 215
vocación	2	0,9302%	2 de 215

5 ¿Por qué tu segunda opción? (1259 respuestas)

No tengo segunda opción	137	10,8817%	137 de 1259
Es afín a mi primera opción.	400	31,7712%	400 de 1259
El puntaje de ingreso es el más bajo.	29	2,3034%	29 de 1259
Sí o sí quiero entrar a la Agraria La Molina.	261	20,7307%	261 de 1259
También tiene una buena oportunidad laboral.	371	29,4678%	371 de 1259
Otros	61	4,8451%	61 de 1259

...continuación

...	1	1,6393%
algo tiene q ver con la carrera q me gusta	1	1,6393%
aun mayor probabilidad de ingreso	1	1,6393%
bastantes vacantes y esta asociada	1	1,6393%
cumple con mi ideal de ayudar	1	1,6393%
curiosidad	1	1,6393%
el cuidado y la importancia del planeta tierra	1	1,6393%
es afín a ciencias naturales	1	1,6393%
es afín y pienso cambiarme	1	1,6393%
es algo que me gusta	1	1,6393%
es algo que también me agrada	1	1,6393%
es buena carrera	1	1,6393%
es como una rama de mi primera opción	1	1,6393%
es la otra parte que me gusta	1	1,6393%
es la que me parece que pueda ir mas conmigo	1	1,6393%
es la segunda carrera que me gusta	1	1,6393%
es lo que realmente quiero	1	1,6393%
es mi segunda aficion	1	1,6393%
es otra carrera que me gista	1	1,6393%
es otra de las carreras que me parece interesante.	1	1,6393%
es otro sueño	1	1,6393%
estube investigando la carrera y tambn es muy interesante :	1	1,6393%
guarda mucha relación con el área que me gusta.	1	1,6393%
las demás opciones me gustan más.	1	1,6393%
las plantas y el medio ambiente	1	1,6393%
me apasiona al igual que la primera opción.	1	1,6393%
me encanta la segunda opcion	1	1,6393%
me gusta	2	3,2787%
me gusta esa carrera	1	1,6393%
me gusta la carrera	1	1,6393%
me gusta tambien la carrera de mi segunta opcion	1	1,6393%
me gusta, por lo que e investigado acerca de la carrera	1	1,6393%
me gustaria estudiarla si es que no puedo con la primera o	1	1,6393%
me interesa tambien	1	1,6393%
me llama la atencion	2	3,2787%
me llama mucho la atncion	1	1,6393%
me me gusta mi segunda opcion	1	1,6393%
mis padres quieren que estudie esa carrera	1	1,6393%
no me gusta la segunda carrera que elegi	1	1,6393%
no tengo de otra	1	1,6393%
pensé que era obligatorio tener una.	1	1,6393%
plan de estudios que mas me gusta	1	1,6393%
por mi test vocacional	1	1,6393%

...continuación

por probar	1	1,6393%	1 de 61
porque tambien me gusta mucho mucho agronomia	1	1,6393%	1 de 61
porque tengo una afición a la agronomia	1	1,6393%	1 de 61
se relaciona a mi primer opcion	1	1,6393%	1 de 61
solo tengo 1 opcion	1	1,6393%	1 de 61
tambien me agrada la carrera	1	1,6393%	1 de 61
tambien me gusta	1	1,6393%	1 de 61
tambien me gusta la carrera	1	1,6393%	1 de 61
también es de mi agrado	1	1,6393%	1 de 61
también me gusta el estudio de las plantas	1	1,6393%	1 de 61
también me gusta, y los cursos que llevaría	1	1,6393%	1 de 61
tengo campos de granja	1	1,6393%	1 de 61
test vocacional	1	1,6393%	1 de 61
uso correcto de energias renovables	1	1,6393%	1 de 61
vacío	2	3,2787%	2 de 61

6 ¿Cómo te preparaste para la Agraria La Molina? (1253 respuestas)

Centro Pre UNALM	199	15,8819%	199 de 1253
Centro Pre de otra universidad - Nombre:	40	3,1923%	40 de 1253
academia -cesar vallejo	1	2,5000%	1 de 40
aduni	6	15,0000%	6 de 40
centro pre universidad nacional mayor de san marcos	1	2,5000%	1 de 40
centro pre unmsm	1	2,5000%	1 de 40
cepre unac	1	2,5000%	1 de 40
cepre uni	3	7,5000%	3 de 40
cepre- uni	1	2,5000%	1 de 40
cepre-uni	2	5,0000%	2 de 40
cepreuni	2	5,0000%	2 de 40
cepreunmsm	2	5,0000%	2 de 40
cepreuntels	1	2,5000%	1 de 40
cesar vallejo	1	2,5000%	1 de 40
crepe-unmsm	1	2,5000%	1 de 40
olimpo	1	2,5000%	1 de 40
pamer	2	5,0000%	2 de 40
pre san marcos	1	2,5000%	1 de 40
pre unmsm	1	2,5000%	1 de 40
pre-san marcos	1	2,5000%	1 de 40
rumbo agradia	1	2,5000%	1 de 40
rumbo agraria	3	7,5000%	3 de 40
san marcos	2	5,0000%	2 de 40
unac	1	2,5000%	1 de 40
unmsm	3	7,5000%	3 de 40
vacío	1	2,5000%	1 de 40

...continuación

Academia o grupo de estudio – Nombre:	620	49,4812%	620 de 1253
academia	1	0,1613%	1 de 620
academia sistema 2000	1	0,1613%	1 de 620
academia aduni	1	0,1613%	1 de 620
academia appu	1	0,1613%	1 de 620
academia arguedas	1	0,1613%	1 de 620
academia cesar vallejo	3	0,4839%	3 de 620
academia cientifica	1	0,1613%	1 de 620
academia cv	1	0,1613%	1 de 620
academia ingenieria huancayo	1	0,1613%	1 de 620
academia objetivo	1	0,1613%	1 de 620
academia pitagoras	1	0,1613%	1 de 620
academia san fernando	1	0,1613%	1 de 620
academias aduni-cesar vallejo	1	0,1613%	1 de 620
academias cesar vallejo	1	0,1613%	1 de 620
academus	2	0,3226%	2 de 620
acem	2	0,3226%	2 de 620
aduni	46	7,4194%	46 de 620
aduni cesar vallejo	1	0,1613%	1 de 620
aduni y preuni	1	0,1613%	1 de 620
aduni y promedio 21	1	0,1613%	1 de 620
agro ciencias	1	0,1613%	1 de 620
agrociencias	30	4,8387%	30 de 620
agroestudio	4	0,6452%	4 de 620
agromatemáticas	1	0,1613%	1 de 620
antares	1	0,1613%	1 de 620
apush	1	0,1613%	1 de 620
cepreduni	1	0,1613%	1 de 620
cepremini	3	0,4839%	3 de 620
cepreval	1	0,1613%	1 de 620
cesar vallejo	9	1,4516%	9 de 620
cesar vallejo-anual uni	1	0,1613%	1 de 620
clave	1	0,1613%	1 de 620
colegio academia prolog	1	0,1613%	1 de 620
césar vallejo	1	0,1613%	1 de 620
césar vallejo	2	0,3226%	2 de 620
euclides	1	0,1613%	1 de 620
extudio agraria	1	0,1613%	1 de 620
geuni	1	0,1613%	1 de 620
grupo de estudio	1	0,1613%	1 de 620
grupo de estudio la pre	1	0,1613%	1 de 620
grupo de estudio la pre agraria	1	0,1613%	1 de 620
grupo de estudio sinapsis	1	0,1613%	1 de 620
grupo de estudios la pre agraria	1	0,1613%	1 de 620

...continuación

grupo de estudios agroestudio y sinapsis	1	0,1613%	1 de 620
grupo de estudios la meta	1	0,1613%	1 de 620
grupo de estudios rumbo agraria	1	0,1613%	1 de 620
grupo san marcos	7	1,1290%	7 de 620
grupo uno	1	0,1613%	1 de 620
gsm	1	0,1613%	1 de 620
impacto agraria	1	0,1613%	1 de 620
ingeniería	1	0,1613%	1 de 620
jose maria arguedas	1	0,1613%	1 de 620
la clave	1	0,1613%	1 de 620
la base	5	0,8065%	5 de 620
la base agraria	1	0,1613%	1 de 620
la cepre unalm	1	0,1613%	1 de 620
la clave	4	0,6452%	4 de 620
la meta	23	3,7097%	23 de 620
la meta agraria	2	0,3226%	2 de 620
la pre	3	0,4839%	3 de 620
la pre agraria	1	0,1613%	1 de 620
la pre agraria grupo de estudios	1	0,1613%	1 de 620
la pre grupo de estudio	2	0,3226%	2 de 620
la pre grupo de estudio y en centro pre unalm	1	0,1613%	1 de 620
max plank	1	0,1613%	1 de 620
meta	1	0,1613%	1 de 620
molipre	10	1,6129%	10 de 620
objetivo	9	1,4516%	9 de 620
objetivo.	1	0,1613%	1 de 620
olimpico	2	0,3226%	2 de 620
pamer	15	2,4194%	15 de 620
pamer academias	1	0,1613%	1 de 620
pitagoras	12	1,9355%	12 de 620
pitágoras	3	0,4839%	3 de 620
pre -uni	1	0,1613%	1 de 620
pre agraria	1	0,1613%	1 de 620
pro	1	0,1613%	1 de 620
proedas	1	0,1613%	1 de 620
prolog	1	0,1613%	1 de 620
promedio	2	0,3226%	2 de 620
promedio 21	1	0,1613%	1 de 620
promedio 21	77	12,4194%	77 de 620
promedio 21 sede ate	1	0,1613%	1 de 620
promedio 21, la meta	1	0,1613%	1 de 620
promedio xd	1	0,1613%	1 de 620
promedio y rumbo	1	0,1613%	1 de 620
promedio21	12	1,9355%	12 de 620

...continuación

punto	1	0,1613%	1 de 620
punto agraria	1	0,1613%	1 de 620
punto agraria	7	1,1290%	7 de 620
refuerzo	1	0,1613%	1 de 620
rumbo	25	4,0323%	25 de 620
rumbo agraria	144	23,2258%	144 de 620
rumbo agraria :d	1	0,1613%	1 de 620
rumbo agraria <3	1	0,1613%	1 de 620
rumbo agraria ?	1	0,1613%	1 de 620
rumbo agraria corazon	1	0,1613%	1 de 620
rumbo agraria.	3	0,4839%	3 de 620
rumbo de sjm	1	0,1613%	1 de 620
rumbo y promedio	1	0,1613%	1 de 620
rumboagraria	3	0,4839%	3 de 620
s	1	0,1613%	1 de 620
saco oliveros	7	1,1290%	7 de 620
saco oliveros y rumbo	1	0,1613%	1 de 620
san isidro	1	0,1613%	1 de 620
san marcos exclusive	1	0,1613%	1 de 620
scientia agraria y rumbo agraria	1	0,1613%	1 de 620
seleccion	1	0,1613%	1 de 620
seleccion agraria	2	0,3226%	2 de 620
selección agraria	3	0,4839%	3 de 620
selección agraria.	1	0,1613%	1 de 620
sinapsis	6	0,9677%	6 de 620
somos agraria	14	2,2581%	14 de 620
trice	1	0,1613%	1 de 620
trilce	10	1,6129%	10 de 620
vacío	22	3,5484%	22 de 620
vallejo	1	0,1613%	1 de 620
xtudio	2	0,3226%	2 de 620
xtudio agraria	3	0,4839%	3 de 620
Autoestudio.	367	29,2897%	367 de 1253
No me preparé.	27	2,1548%	27 de 1253

7 ¿Cuántas veces has postulado a la Agraria La Molina incluyendo este periodo? (1234 respuestas)

1	812	65,8023%	812 de 1234
2	222	17,9903%	222 de 1234
3	119	9,6434%	119 de 1234
4	60	4,8622%	60 de 1234
5 o más	21	1,7018%	21 de 1234

...continuación

8 ¿Cuántas veces has postulado a otras universidades? (288 respuestas)

agraria (1.00)	2	0,6944%	2 de 288
agraria la molina (1.00)	3	1,0417%	3 de 288
autonoma (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
callao (1.25)	4	1,3889%	4 de 288
callau (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
catolica (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
catolica de santa maria (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
católica (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
cientifica del sur (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
científica del sur (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
diego ordoñez lopez (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
domick ares (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
federico villareal (1.00)	3	1,0417%	3 de 288
federico villarreal (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
fuerza area del peru (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
harold aldair (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
jeremy (2.00)	1	0,3472%	1 de 288
la u de lima (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
ninguna (1.00)	5	1,7361%	5 de 288
pacifico (1.00)	2	0,6944%	2 de 288
pontificia universidad católica del Perú (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
pucp (2.00)	3	1,0417%	3 de 288
san cristobal de huamanga (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
san ignacio del loyola (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
san marcos (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
san marcos (1.41)	34	11,8056%	34 de 288
san martin (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
u niversidad de lima (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
u. de piura (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
u.n.ica (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
ucal (1.00)	2	0,6944%	2 de 288
umsm (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
una-puno (2.00)	1	0,3472%	1 de 288
unac (1.56)	9	3,1250%	9 de 288
unalm (2.13)	8	2,7778%	8 de 288
unamba (1.00)	2	0,6944%	2 de 288
unasam (2.00)	1	0,3472%	1 de 288
uncp (1.00)	3	1,0417%	3 de 288
uncp huancayo (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
undac (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
unfv (1.00)	5	1,7361%	5 de 288

...continuación

uni (1.63)	16	5,5556%	16 de 288
unife (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
univerciad peruana cayetano heredia (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad catolica del peru (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad catolica sedes sapientiae (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad cientifica del sur (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad cientifica del sur (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad continental (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad de jaen (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad de piura (1.00)	2	0,6944%	2 de 288
universidad de san cristobal de huamanga (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad del callao (1.00)	2	0,6944%	2 de 288
universidad federico villarreal (1.00)	2	0,6944%	2 de 288
universidad mayor de san marcos (2.00)	2	0,6944%	2 de 288
universidad mayor san marcos (2.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad nacional de ingenieria (2.00)	3	1,0417%	3 de 288
universidad nacional de ingeniería (2.25)	4	1,3889%	4 de 288
universidad nacional de ingeniería (2.67)	3	1,0417%	3 de 288
universidad nacional de trujillo (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad nacional de ucayali (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad nacional del callao (1.20)	5	1,7361%	5 de 288
universidad nacional del centro del peru (1.33)	3	1,0417%	3 de 288
universidad nacional federico villarreal (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad nacional federico villareal (2.50)	2	0,6944%	2 de 288
universidad nacional hermilio valdizan (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad nacional mayor de san marcos (2.05)	19	6,5972%	19 de 288
universidad nacional mayor san marcos (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad nacional tecnológica de lima sur (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad privada del norte (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
universidad san marcos (1.67)	3	1,0417%	3 de 288
universidad san martin de porres (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
unjbg (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
unjfsc (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
unmsm (1.96)	51	17,7083%	51 de 288
unpr (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
unsa-arequipa (5.00)	1	0,3472%	1 de 288
unsaac (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
unsch (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
unt (2.00)	2	0,6944%	2 de 288
untels (1.00)	5	1,7361%	5 de 288
upc (1.00)	8	2,7778%	8 de 288
upch (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
usil (1.00)	3	1,0417%	3 de 288
utec (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
uuniversidad san ignacio de loyola (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
villa real (1.00)	2	0,6944%	2 de 288
villarreal (1.11)	9	3,1250%	9 de 288
villarreal(ingrese) (1.00)	1	0,3472%	1 de 288
villarreal (1.00)	2	0,6944%	2 de 288

... continuación

9 ¿Te gustó la nueva forma de inscripción? (1205 respuestas)

Sí	1127	93,5270%	1127 de 1205
No - ¿Por qué?	78	6,4730%	78 de 1205
a veces genera un poco de confusion y ademas las cuentas	1	1,2821%	1 de 78
complica un poco al inscribir	1	1,2821%	1 de 78
creo que fue muy tarde el nuevo proyecto.	1	1,2821%	1 de 78
debe haber prospecto en fisico	1	1,2821%	1 de 78
debe tener un descuento por el prospecto virtual	1	1,2821%	1 de 78
el costo del prospecto	1	1,2821%	1 de 78
el modo de pago fue muy confuso al no dar número de cue	1	1,2821%	1 de 78
el propecto no lo puedes tener de una manera fisica y el cc	1	1,2821%	1 de 78
el prospecto debería de seguir siendo entregado en físico.	1	1,2821%	1 de 78
el prospecto debió ser fisico mas no virtual .	1	1,2821%	1 de 78
el prospecto devio ser físico	1	1,2821%	1 de 78
el prospecto no es equivalente a su precio, en consideraci	1	1,2821%	1 de 78
el prospecto virtual sigue siendo oneroso a pesar de ser vi	1	1,2821%	1 de 78
el prospecto ya no es un libro	1	1,2821%	1 de 78
el sistema estuvo fallando y me preocupe	1	1,2821%	1 de 78
es complicada	1	1,2821%	1 de 78
es difícil de entender	1	1,2821%	1 de 78
es mas complicado y genera muchas dudas	1	1,2821%	1 de 78
es muy complicada	1	1,2821%	1 de 78
es muy confusa y pues hay muchas confusiones al menos p	1	1,2821%	1 de 78
es más complicado :c	1	1,2821%	1 de 78
es muy engorrosa por internet por q cualquier duda hay q lla	1	1,2821%	1 de 78
fue diferente a lo que ya conocia y por esa razon me preoc	1	1,2821%	1 de 78
habían algunas fallas en la pagina	1	1,2821%	1 de 78
hay mucha confusion por via web	1	1,2821%	1 de 78
honestamente, no veo racional la compra del prospecto, n	1	1,2821%	1 de 78
hubo un ligero problema. no me aparecia cuando ya estab:	1	1,2821%	1 de 78
la forma de pago se me complico mucho	1	1,2821%	1 de 78
la pagina de la unalm no entra con otros navegadores y no	1	1,2821%	1 de 78
lo anteriores eran tambien mejor pero si me gusta en algo	1	1,2821%	1 de 78
mas caro	1	1,2821%	1 de 78
me gustaria que el prospecto no fuera virtual.	1	1,2821%	1 de 78
muy complejo o.o	1	1,2821%	1 de 78
muy complicada	1	1,2821%	1 de 78
muy complicado	2	2,5641%	2 de 78
muy confusa	1	1,2821%	1 de 78
muy tediosi	1	1,2821%	1 de 78

...continuación

más información	1	1,2821%	1 de 78
no da la informacion necesaria	1	1,2821%	1 de 78
no dan el prospecto en forma de libro entonces hay que de	1	1,2821%	1 de 78
no dan prospecto fisico	1	1,2821%	1 de 78
no deberían cobrar prospecto	1	1,2821%	1 de 78
no es muy personalizado	1	1,2821%	1 de 78
no hay lugar a error	1	1,2821%	1 de 78
no hay ni una muestra de la iscripcion ya hecha , me siento	1	1,2821%	1 de 78
no me gusta	1	1,2821%	1 de 78
no muy especifica	1	1,2821%	1 de 78
no puedo corregir mis datos, creo que de suerte no me eq	1	1,2821%	1 de 78
no se mucho de tecnología	1	1,2821%	1 de 78
no se puede descargar la carta de compromiso	1	1,2821%	1 de 78
no te asegura una buena inscripcion	1	1,2821%	1 de 78
no tengo facebook	1	1,2821%	1 de 78
para que pagar prospecto si es por las puras	1	1,2821%	1 de 78
pienso que me podrian estafar	1	1,2821%	1 de 78
por el internet	1	1,2821%	1 de 78
por que me cobran el prospecto y es un robo	1	1,2821%	1 de 78
por que no me brindo la información clara desde un princij	1	1,2821%	1 de 78
porque	1	1,2821%	1 de 78
porque ahora se requiere tener cuenta de facebook	1	1,2821%	1 de 78
porque es mejor tener el prospecto físico	1	1,2821%	1 de 78
porque no	1	1,2821%	1 de 78
porque no utilizo facebook	1	1,2821%	1 de 78
porque prefiero un prospecto fisico	1	1,2821%	1 de 78
porque si no tengo facebook me obliga a creerme una	1	1,2821%	1 de 78
porque te confundes en las modalidades y tambien xq si te	1	1,2821%	1 de 78
prefiero el prospecto en fisico	1	1,2821%	1 de 78
preferiria el trato directo	1	1,2821%	1 de 78
prospecto debe ser fisico	1	1,2821%	1 de 78
prospecto virtual :: basura	1	1,2821%	1 de 78
seria mejor en la propia universidad	1	1,2821%	1 de 78
sí, pero tuve problemas con la pagina web y eso fue una m	1	1,2821%	1 de 78
tiene ciertos aspectos por mejorar, al llamar a la universida	1	1,2821%	1 de 78
tu deficiencias	1	1,2821%	1 de 78
tuve muchos inconvenientes online con la página	1	1,2821%	1 de 78
un poco compleja	1	1,2821%	1 de 78
vacío	2	2,5641%	2 de 78

...continuación

10 ¿Cuánto tiempo te demoró la inscripción? (1189 respuestas)

0	1	0,0841%	1 de 1189
0.30 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
01 día	1	0,0841%	1 de 1189
0:60	1	0,0841%	1 de 1189
1	16	1,3457%	16 de 1189
1 día	38	3,1960%	38 de 1189
1 día hubo problemas cuando pague las dos boletas	1	0,0841%	1 de 1189
1 día	1	0,0841%	1 de 1189
1 día	18	1,5139%	18 de 1189
1 hora	63	5,2986%	63 de 1189
1 hora (como es la primera vez que postulo no sabia que aser)	1	0,0841%	1 de 1189
1 hora aprox	1	0,0841%	1 de 1189
1 mes y medio	1	0,0841%	1 de 1189
1 minuto	6	0,5046%	6 de 1189
1 semana	8	0,6728%	8 de 1189
1.30	1	0,0841%	1 de 1189
1/2 a 1 hora	1	0,0841%	1 de 1189
1/2 hora	2	0,1682%	2 de 1189
10	13	1,0934%	13 de 1189
10 minutos	2	0,1682%	2 de 1189
10 - 15 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
10 -15 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
10 a 15 min	1	0,0841%	1 de 1189
10 a 20 min	1	0,0841%	1 de 1189
10 m	1	0,0841%	1 de 1189
10 m'	1	0,0841%	1 de 1189
10 min	42	3,5324%	42 de 1189
10 mins	1	0,0841%	1 de 1189
10 minutos	89	7,4853%	89 de 1189
10 minutos a lo mucho	1	0,0841%	1 de 1189
10 minutos creo xd	1	0,0841%	1 de 1189
10 minutos maximo	1	0,0841%	1 de 1189
10 minutos, mas 1 hora de espera del proceso bcp	1	0,0841%	1 de 1189
10 minutos.	2	0,1682%	2 de 1189
10 monutos	1	0,0841%	1 de 1189
10'	1	0,0841%	1 de 1189
10-20 min	1	0,0841%	1 de 1189
10min	9	0,7569%	9 de 1189
10mint	1	0,0841%	1 de 1189
10minutos	4	0,3364%	4 de 1189

...continuación

12 horas	2	0,1682%	2 de 1189
12 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
15	11	0,9251%	11 de 1189
15 minutos	2	0,1682%	2 de 1189
15 a 20 ,minutos	1	0,0841%	1 de 1189
15 m	1	0,0841%	1 de 1189
15 min	14	1,1775%	14 de 1189
15 min.	1	0,0841%	1 de 1189
15 minutos	53	4,4575%	53 de 1189
15 minutos aproximadamente	1	0,0841%	1 de 1189
15 minutos.	2	0,1682%	2 de 1189
15 mnutos	1	0,0841%	1 de 1189
15'	1	0,0841%	1 de 1189
15m	2	0,1682%	2 de 1189
15min	4	0,3364%	4 de 1189
15minutos	2	0,1682%	2 de 1189
1:00	2	0,1682%	2 de 1189
1:30	2	0,1682%	2 de 1189
1 día	9	0,7569%	9 de 1189
1 día	1	0,0841%	1 de 1189
1h	5	0,4205%	5 de 1189
1 hora	10	0,8410%	10 de 1189
1 hora puntual c:	1	0,0841%	1 de 1189
1hrs	1	0,0841%	1 de 1189
2	7	0,5887%	7 de 1189
2 días	37	3,1119%	37 de 1189
2 días	2	0,1682%	2 de 1189
2 días	11	0,9251%	11 de 1189
2 días apróx.	1	0,0841%	1 de 1189
2 horas	17	1,4298%	17 de 1189
2 horas aprox.	1	0,0841%	1 de 1189
2 min	3	0,2523%	3 de 1189
2 minutos	6	0,5046%	6 de 1189
2 semanas	2	0,1682%	2 de 1189
20	8	0,6728%	8 de 1189
20 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
20 - 30 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
20 min	16	1,3457%	16 de 1189
20 min.	2	0,1682%	2 de 1189
20 mintos creo	1	0,0841%	1 de 1189
20 minutos	48	4,0370%	48 de 1189
20 minutos :v	1	0,0841%	1 de 1189
20 minutos.	1	0,0841%	1 de 1189

...continuación

20min	3	0,2523%	3 de 1189
20minutos	1	0,0841%	1 de 1189
24 horas	1	0,0841%	1 de 1189
25 min	1	0,0841%	1 de 1189
25 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
2:30	1	0,0841%	1 de 1189
2días	3	0,2523%	3 de 1189
2h	2	0,1682%	2 de 1189
2horas	4	0,3364%	4 de 1189
2min	1	0,0841%	1 de 1189
2minutos	1	0,0841%	1 de 1189
2o minutos	1	0,0841%	1 de 1189
3	3	0,2523%	3 de 1189
3 días	10	0,8410%	10 de 1189
3 días	1	0,0841%	1 de 1189
3 horas	9	0,7569%	9 de 1189
3 hrs	1	0,0841%	1 de 1189
3 min	3	0,2523%	3 de 1189
3 minutos	4	0,3364%	4 de 1189
30	12	1,0093%	12 de 1189
30 hora	1	0,0841%	1 de 1189
30 min	26	2,1867%	26 de 1189
30 min.	2	0,1682%	2 de 1189
30 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
30 minutos	73	6,1396%	73 de 1189
30 minuts	1	0,0841%	1 de 1189
30min	7	0,5887%	7 de 1189
30minutos	3	0,2523%	3 de 1189
35 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
39 min. a 1 h.	1	0,0841%	1 de 1189
3días	1	0,0841%	1 de 1189
3min	1	0,0841%	1 de 1189
3minutos	1	0,0841%	1 de 1189
4	2	0,1682%	2 de 1189
4 días	5	0,4205%	5 de 1189
4 días	1	0,0841%	1 de 1189
4 horas	3	0,2523%	3 de 1189
4 min	1	0,0841%	1 de 1189
4 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
4 minutos aprox.	1	0,0841%	1 de 1189
40 min	3	0,2523%	3 de 1189
40 minutos a una hora	1	0,0841%	1 de 1189
45 min	1	0,0841%	1 de 1189
45 minutos	2	0,1682%	2 de 1189

...continuación

4días	1	0,0841%	1 de 1189
4min	1	0,0841%	1 de 1189
5	8	0,6728%	8 de 1189
5 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
5 a 6 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
5 días	1	0,0841%	1 de 1189
5 horas	4	0,3364%	4 de 1189
5 min	23	1,9344%	23 de 1189
5 min.	2	0,1682%	2 de 1189
5 minutos	56	4,7098%	56 de 1189
5 minutos exagerando	1	0,0841%	1 de 1189
5 minutos máximo	1	0,0841%	1 de 1189
5 minutos o menos	1	0,0841%	1 de 1189
5'	1	0,0841%	1 de 1189
5horas	1	0,0841%	1 de 1189
5min	5	0,4205%	5 de 1189
5minutos	3	0,2523%	3 de 1189
6	2	0,1682%	2 de 1189
6 horas	1	0,0841%	1 de 1189
6 min	1	0,0841%	1 de 1189
6 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
60 min	1	0,0841%	1 de 1189
60 minutos	3	0,2523%	3 de 1189
7	1	0,0841%	1 de 1189
7 min	2	0,1682%	2 de 1189
7 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
8	1	0,0841%	1 de 1189
80 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
9	2	0,1682%	2 de 1189
?	1	0,0841%	1 de 1189
algunas horas	1	0,0841%	1 de 1189
aprox. 3 semanas	1	0,0841%	1 de 1189
aprox.3 días	1	0,0841%	1 de 1189
aproximadamente 10 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
casi 10 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
casi 2 dias	1	0,0841%	1 de 1189
casi entre 30min	1	0,0841%	1 de 1189
casi nada	1	0,0841%	1 de 1189
como medio día tal vez	1	0,0841%	1 de 1189
como unos minutos	1	0,0841%	1 de 1189
con todo y pago una semana	1	0,0841%	1 de 1189
cuando pague al banco me demoro	1	0,0841%	1 de 1189
desde la inscripción hasta el respectivo pago, un par de horas	1	0,0841%	1 de 1189

...continuación

días	1	0,0841%	1 de 1189
diez minutos	1	0,0841%	1 de 1189
dos días	10	0,8410%	10 de 1189
dos días	1	0,0841%	1 de 1189
dos días,devido aque cuando fui a pagar con mi mama el prospecto	1	0,0841%	1 de 1189
dos horas	2	0,1682%	2 de 1189
dos semanas	2	0,1682%	2 de 1189
exactamente unos 4 oras por ir a la agraria y regresar a mi casa	1	0,0841%	1 de 1189
fue muy rápido	1	0,0841%	1 de 1189
fue rapida	1	0,0841%	1 de 1189
fue rapido	3	0,2523%	3 de 1189
fue rapido menos de 10 min	1	0,0841%	1 de 1189
fue rápida	1	0,0841%	1 de 1189
fue rápido	1	0,0841%	1 de 1189
fue sencillo y rápido	1	0,0841%	1 de 1189
fue un día	1	0,0841%	1 de 1189
horas	3	0,2523%	3 de 1189
horas.	1	0,0841%	1 de 1189
idk	1	0,0841%	1 de 1189
mas de una semana	1	0,0841%	1 de 1189
me demore medio día	1	0,0841%	1 de 1189
media hora	20	1,6821%	20 de 1189
medio día	1	0,0841%	1 de 1189
medio día :c	1	0,0841%	1 de 1189
menos de 1 día	1	0,0841%	1 de 1189
menos de 1 hora	2	0,1682%	2 de 1189
menos de 10 m	1	0,0841%	1 de 1189
menos de 10 minutos	2	0,1682%	2 de 1189
menos de 1hora	1	0,0841%	1 de 1189
menos de 2 horas	1	0,0841%	1 de 1189
menos de 20min	1	0,0841%	1 de 1189
menos de 30 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
menos de 30 mnts	1	0,0841%	1 de 1189
menos de 5 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
menos de hora y media	1	0,0841%	1 de 1189
menos de media hora	4	0,3364%	4 de 1189
menos de un día	2	0,1682%	2 de 1189
menos de una hora	2	0,1682%	2 de 1189
minutos	12	1,0093%	12 de 1189
mucho	3	0,2523%	3 de 1189
muy breve	1	0,0841%	1 de 1189
muy poco	4	0,3364%	4 de 1189

...continuación

muy poco tiempo, gracias	1	0,0841%	1 de 1189
muy rapido	1	0,0841%	1 de 1189
máximo será 2 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
nada	2	0,1682%	2 de 1189
nada!	1	0,0841%	1 de 1189
no entendía bien, 20 min	1	0,0841%	1 de 1189
no estoy segura pero fue rapida	1	0,0841%	1 de 1189
no estoy seguro	1	0,0841%	1 de 1189
no menos de media hora	1	0,0841%	1 de 1189
no mucho	3	0,2523%	3 de 1189
no mucho, un día	1	0,0841%	1 de 1189
no mucho, unos minutos se demoro al reconocer que ya estaba insc	1	0,0841%	1 de 1189
no recuerdo	2	0,1682%	2 de 1189
no recuero	1	0,0841%	1 de 1189
no se	1	0,0841%	1 de 1189
no se :v	1	0,0841%	1 de 1189
no se weno si se pero no te wa a dezhir	1	0,0841%	1 de 1189
nose	3	0,2523%	3 de 1189
o	1	0,0841%	1 de 1189
pocas horas	1	0,0841%	1 de 1189
poco	21	1,7662%	21 de 1189
poco tiempo	1	0,0841%	1 de 1189
poco tiempo	2	0,1682%	2 de 1189
pocos minutos	2	0,1682%	2 de 1189
rapido	3	0,2523%	3 de 1189
regular	1	0,0841%	1 de 1189
semanas	1	0,0841%	1 de 1189
solo me demoro para saber si esta inscrita lo demás fue rápido	1	0,0841%	1 de 1189
solo minutos en la pagina web	1	0,0841%	1 de 1189
solo unos minutos	2	0,1682%	2 de 1189
treinta minutos	1	0,0841%	1 de 1189
tres días	1	0,0841%	1 de 1189
tres días porque la pre se demoro en mandar la relacion	1	0,0841%	1 de 1189
uf una eternidad es mas como soy de cepre unalm aun noentiendo	1	0,0841%	1 de 1189
un corto tiempo	1	0,0841%	1 de 1189
un día	8	0,6728%	8 de 1189
un día	2	0,1682%	2 de 1189
un día y medio diríamos	1	0,0841%	1 de 1189
un mes	1	0,0841%	1 de 1189
un par de horas	1	0,0841%	1 de 1189
un par de minutos	3	0,2523%	3 de 1189
un par de semanas, por un problema que tuve	1	0,0841%	1 de 1189
una hora	11	0,9251%	11 de 1189
una millesima de segundo	1	0,0841%	1 de 1189
una semana	2	0,1682%	2 de 1189
unas horas	4	0,3364%	4 de 1189
unos 5 minutos	1	0,0841%	1 de 1189
unos días	1	0,0841%	1 de 1189

...continuación

unos minutos	3	0,2523%	3 de 1189
unos pocos minutos	1	0,0841%	1 de 1189
varios días	1	0,0841%	1 de 1189
vía virtual, rápido	1	0,0841%	1 de 1189
y	1	0,0841%	1 de 1189
i	1	0,0841%	1 de 1189

11 ¿Necesitaste ayuda para inscribirte? (1197 respuestas)

No	780	65,1629%	780 de 1197
Sí	410	34,2523%	410 de 1197

Un amigo	87	21,1679%	87 de 411
Tus padres o familiares.	114	27,7372%	114 de 411
Llamaste al centro de admisión-UNALM.	119	28,9538%	119 de 411
Video tutorial.	67	16,3017%	67 de 411
Otros	24	5,8394%	24 de 411

administrados del grupo de estudio en donde	1	4,1667%	1 de 24
asesor de rumbo agraria	1	4,1667%	1 de 24
ayuda en linea	1	4,1667%	1 de 24
centro pre universitario	1	4,1667%	1 de 24
chat	1	4,1667%	1 de 24
chat de la página unalm	1	4,1667%	1 de 24
chat unalm	1	4,1667%	1 de 24
en el centro de unalm	1	4,1667%	1 de 24
en el grupo de estudios	1	4,1667%	1 de 24
en la cepre unalm nos otorgaron un comunicac	1	4,1667%	1 de 24
fui ala misma universidad central de admison	1	4,1667%	1 de 24
fui hasta la universidad	1	4,1667%	1 de 24
la página de facebook	1	4,1667%	1 de 24
mi coordinadora de la academia	1	4,1667%	1 de 24
mi misma academia me ayudo.	1	4,1667%	1 de 24
no me la dieron	1	4,1667%	1 de 24
pregunte cuando fui a la charla	1	4,1667%	1 de 24
profesor	1	4,1667%	1 de 24
secretaria de rumbo	1	4,1667%	1 de 24
señorita de la academia	1	4,1667%	1 de 24
tutores	1	4,1667%	1 de 24
una amiga	2	8,3333%	2 de 24
vacío	1	4,1667%	1 de 24

...continuación

12 Entre el prospecto físico y virtual ¿cuál eliges? (1194 respuestas)

Físico	705	59,0452%	705 de 1194
Virtual	489	40,9548%	489 de 1194

El centro de admisión-UNALM te brindó la información necesaria para realizar exitosamente la inscripción. (1191 respuestas)

Si	1037	87,0697%	1037 de 1191
No	154	12,9303%	154 de 1191

14 Qué otras actividades adicionales al examen de admisión te gustaría que realicemos. (1199 respuestas)

Simulacro virtual	234	19,5163%	234 de 1199
Simulacro presencial en la UNALM	540	45,0375%	540 de 1199
Ferias vocacionales	288	24,0200%	288 de 1199
Tu colegio visite la UNALM.	120	10,0083%	120 de 1199
OTROS:	17	1,4178%	17 de 1199

en realidad, sería bueno que permitan todas sus opciones.	1	5,8824%	1 de 17
entrevistas	1	5,8824%	1 de 17
la a y la c	1	5,8824%	1 de 17
más simulacros virtuales	1	5,8824%	1 de 17
que la unalm vaya a los colegios	1	5,8824%	1 de 17
que las personas conoscan mas sobre su carrera, viviendol	1	5,8824%	1 de 17
que nos devuelvan los exámenes	1	5,8824%	1 de 17
simulacro presencial y ferias vocacionales	1	5,8824%	1 de 17
talleres vivenciales	1	5,8824%	1 de 17
talleres, simulacros y visitas a instituciones.	1	5,8824%	1 de 17
test vocacional	1	5,8824%	1 de 17
todas las anteriores son opciones que me gustaría que la u	1	5,8824%	1 de 17
todo	1	5,8824%	1 de 17
todos para que la universidad se haga conocida	1	5,8824%	1 de 17
un día en la carrera, pero que realmente enseñen como ser	1	5,8824%	1 de 17
vacío	1	5,8824%	1 de 17
visitas guiadas en la unalm	1	5,8824%	1 de 17

En líneas generales, en una escala de evaluación del 1 al 5, donde 1 significaría “Totalmente insatisfecho” y 5 “Totalmente satisfecho”, ¿cómo calificarías este proceso de inscripción? (1194 respuestas)

1	13	1,0888%	13 de 1194
2	38	3,1826%	38 de 1194
3	213	17,8392%	213 de 1194
4	593	49,6650%	593 de 1194
5	337	28,2245%	337 de 1194