

Universidad Autónoma de Baja California



Implementación de estrategias y herramientas para conocer
y mejorar la experiencia de usuario de los estudiantes de
licenciatura de la Facultad de Contaduría y Administración

Línea de investigación: Administración y desarrollo de
organizaciones

Tipo de trabajo: Caso práctico

Alumno: Plascencia López Oswaldo

Matricula: 1241702

CVU: 720910

Director de tesis: Flavio Rivera Aguirre

CAPÍTULO I	4
1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Planteamiento del problema	5
1.2. Objetivo General	6
1.2.1. Objetivos específicos	6
1.3. Pregunta de investigación general	6
1.3.1. Preguntas de investigación específicas	6
1.4. Hipótesis General	7
1.4.1. Hipótesis específicas	7
1.5. Justificación	7
CAPÍTULO II	9
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA	9
2.1. Customer experience	9
2.2. El papel de las nuevas tecnologías en la satisfacción del cliente	10
2.3. La experiencia de los estudiantes como consumidores de las instituciones de educación Superior	11
2.4 La Universidad Autónoma de Baja California y la Facultad de Contaduría y Administración	14
CAPÍTULO III	16
3. METODOLOGÍA	16
3.1. Diseño y tipo	16
3.2. Método y técnica	17
3.2.1 Creación de las “Personas estudiantes”	17
3.2.1 Canvas de la experiencia estudiantil	18
3.3. Instrumentos	20
3.3.1 Focus Group para la elaboración de los estudiantes persona	20
3.3.2 Entrevistas con docentes y administrativos	20
CAPÍTULO IV	22
4. RESULTADOS	22
4.1 Creación de los estudiantes persona	22
4.1.1 Delimitación y justificación de los estudiantes persona	22
4.1.2 Estudiantes persona	23
4.2 Elaboración del Canvas Estudiantil	27
4.2.1 Aplicación del canvas estudiantil	29
5. CONCLUSIONES	30

5.1 Pain Points	30
5.2 Uso de las Tecnologías de la Información como apoyo	34
REFERENCIAS	35

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo “Implementación de estrategias y herramientas para conocer y mejorar la experiencia de usuario de los estudiantes de licenciatura de la Facultad de Contaduría y Administración”, busca conocer si los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Baja California, están teniendo una buena experiencia durante su estancia en la licenciatura. Si sienten que la facultad está cumpliendo con sus expectativas y si les está dando todo lo que necesita para realizar sus estudios plenamente. Para lograrlo se utilizaron herramientas desarrolladas por la consultora Brightspot Strategy, enfocado en el análisis de la experiencia estudiantil en instituciones de educación superior. Estas herramientas consisten en la elaboración de entrevistas grupales, aplicación de modelos canvas estudiantiles por medio de focus group con alumnos y profesores para analizar el viaje que tienen los estudiantes de licenciatura dentro de la Facultad.

Para identificar las necesidades de los alumnos se crearon estudiantes personas representativas de las etapas por las que pasa un alumno de licenciatura: nuevo ingreso, etapa disciplinaria y etapa terminal, se utilizó el apoyo de profesores y alumnos en la creación de estos. Posteriormente se llenó el canvas estudiantil recreando el viaje que realiza cada alumno en su respectiva etapa para cubrir sus necesidades (aprender, servicio social, tutorías, entre otros) y como se sintieron al realizarlo. Al aplicar este canvas estudiantil a los alumnos pidiéndoles que califiquen su experiencia del 1 al 5 y un comentario breve. Esto nos ayuda a identificar los puntos donde los alumnos tienen menor satisfacción para poder buscar maneras de mejorarlos y así apoyar a que el alumno tenga una mejor experiencia durante su recorrido por su licenciatura y fortalecer su sentido de pertenencia hacia la facultad.

1.1. Planteamiento del problema

La Facultad de Contaduría y Administración no tiene el conocimiento de qué experiencia se están llevando los alumnos al cursar su licenciatura, una de las etapas más importantes de la vida profesional de las personas que quieren desarrollar su vida profesional. Si bien esta facultad cuenta con herramientas que le ayudan a recabar información como el desempeño de los profesores o los tutores (encuestas), esta información no se hace del conocimiento de los alumnos y al final no saben si participar en este tipo de actividades se traduce como un beneficio hacia ellos.

Aunado a esto, la reciente contingencia de salud ocasionada por el virus Covid-19 que relegó a la mayoría de las personas a realizar sus actividades desde casa, hizo notar que la experiencia para los estudiantes cuenta con deficiencias importantes especialmente en el ámbito tecnológico. Como muchas organizaciones que apenas están incursionando en el mundo digital, la Facultad de Contaduría y Administración está iniciando un proceso de transformación digital para tratar de posicionarla como una institución a la que los alumnos anhelan pertenecer, desde los estudios de licenciatura hasta los de postgrado.

Entre los comentarios que suelen surgir entre los alumnos estudiantes de licenciatura se encuentran:

- Falta de atención en los canales de teléfono/correo electrónico; respondiendo solo cuando se contacta a los coordinadores.
- Falta o seguimiento y/o inconsistencias de las consultas; situación que predomina entre las organizaciones que atienden asuntos por distintos canales digitales y con el número tan alto de individuos.
- Contenido centrado en la solución, en lugar de centrarse en la pregunta.
- Falta de un protocolo claro de atención.
- Diversos canales de servicio de una sola vía no integrados, resulta en múltiples consultas sobre el mismo caso.
- Atención social no incluida en los objetivos estratégicos, y una falta general de estrategia en torno a la relación social con los usuarios, en este caso los alumnos.

1.2. Objetivo General

Implementar estrategias para evaluar y proponer mejoras a la experiencia de los usuarios alumnos de licenciatura de la Facultad de Contaduría y Administración, mediante la implementación de herramientas digitales.

1.2.1. Objetivos específicos

- Desarrollar un sistema de indicadores de desempeño para la experiencia de los usuarios en la atención que brinda la Facultad de Contaduría y Administración.
- Desarrollar estrategias para generar una cultura organizacional que tenga como prioridad estratégica la atención a los alumnos.
- Realizar propuestas para adecuar los procesos operativos y colaborativos derivados de las estrategias desarrolladas.
- Proponer canales de atención adecuados y digitales que funcionen de manera amigable.
- Establecer las características del contenido adecuado para atender los asuntos de los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración.
- Presentar reporte de indicadores de experiencia de los usuarios de la Facultad de Contaduría y Administración mediante el uso de tecnologías digitales, que pueda ser replicable y contribuyendo a reducir costos.

1.3. Pregunta de investigación general

¿La Facultad de Contaduría y Administración le está brindando al alumno una buena experiencia estudiantil?

1.3.1. Preguntas de investigación específicas

- ¿Están teniendo los alumnos una buena experiencia estudiantil durante sus estudios de Licenciatura?
- ¿Cómo se puede medir el desempeño para la experiencia de los usuarios en la atención que brinda la Facultad de Contaduría y Administración?

- ¿Qué modificaciones se le pueden hacer a los procesos operativos de la Facultad de Contaduría y Administración?
- ¿Se puede facilitar el acceso a la información sobre la experiencia de los alumnos en la atención que brinda la Facultad de Contaduría y Administración?

1.4. Hipótesis General

La Facultad de Contaduría y Administración no conoce si los alumnos estudiantes de Licenciatura se están llevando una buena experiencia mientras realizan sus estudios.

1.4.1. Hipótesis específicas

- La Facultad no cuenta con herramientas para medir la satisfacción de los alumnos. El grado de satisfacción del estudiante con la universidad afecta sus decisiones estudiantiles.
- La facultad no comparte la información generada acerca de sus instrumentos de recolección de datos.
- Los alumnos quieren hacer uso de las tecnologías para facilitar sus actividades, estas incluyen las actividades académicas.

1.5. Justificación

Factores como la calidad del producto, la manera en la que está empaquetado o la forma en que la empresa interactúa con sus clientes potenciales o ya establecidos, permiten que los clientes construyan la experiencia que les dejará una buena o mala impresión, lo suficiente como para recomendarla o criticarla. La Facultad de Contaduría y Administración como organización cuenta con los clientes que validan su existencia: Los alumnos. Ellos no solo quieren consumir clases, sino que buscan vivir la experiencia universitaria.

Mientras que las grandes marcas comerciales como Apple o Cinopolis gastan cientos de miles de dólares en publicidad, las instituciones educativas públicas como lo es Facultad de Contaduría y Administración no dispone de ese presupuesto por lo que tiene que hacer uso de la mejor herramienta publicitaria con la que cuenta: Recomendación de boca en boca.

De aquí surge la necesidad de evaluar la experiencia que viven los alumnos en la facultad, saber si están contentos y la recomendarían o que problemas complicaron disfrutar de la experiencia. Cuando los alumnos viven mejores experiencias estudiantiles durante la licenciatura, desarrollan sentido de pertenencia y no solo es probable que continúen con sus estudios (maestría, doctorado, etc.), sino que forman parte de la comunidad que busca apoyar y mejorar la facultad, como es el caso de otras universidades, por ejemplo, la universidad CETYS y su programa "CETYS ALUMNI"¹. Se busca producir información para que la Facultad obtenga una descripción de la situación y que le asista en la toma de decisiones.

De acuerdo con La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2019 proporcionada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, el 70% de las personas de zonas urbanas tienen acceso a internet (Staff, 2019). Esta cifra representa un aumento considerable respecto al 57% que tenían acceso en el 2015, lo que significa que cada vez más personas convierten al internet en una parte fundamental de sus vidas y lo utilizan siempre que les permita facilitarles la vida, ya sea para buscar información y no trasladarse a una biblioteca o bien realizar compras de productos sin tener que buscarlos en un centro comercial.

Esto remarca la necesidad, no solo de la Facultad de Contaduría y Administración, sino de todas las organizaciones para que hagan uso de las tecnologías de la información para darle a sus usuarios una mejor experiencia.

¹ Se necesita ser alumno para poder acceder a la plataforma y revisar contenido

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Customer experience

La experiencia del cliente o “customer experience” como es referido en el ámbito empresarial, pueden incluir muchas variables, pero lo que significa a grandes rasgos es la impresión que deja una marca en un consumidor. Aunque no se puede comparar la experiencia que proporciona un celular de una marca que cueste \$1000 dólares o más con el de una marca que cueste \$200 dólares o menos, cada dispositivo cumple con ciertas características que van destinados a clientes pertenecientes a diferentes segmentos de mercados, sin embargo, la experiencia puede ser igual de placentera para los clientes de ambos celulares independientemente del precio. Es por esto que el valor de una marca va a depender de la percepción que el cliente tenga de ella, sin importar el tipo de cliente al que sirva.

Empresas y organizaciones de todos los ramos y sectores están reconociendo la importancia que tiene el customer service como ventaja competitiva (Benmark, 2014). Con el uso del internet y las redes sociales, el customer experience se ha transformado de ser una experiencia personal a ser una experiencia de comunidad. En la publicación de la revista electrónica Fortune (Shen, 2017) se detalla como la aerolínea United Airlines perdió 1,400 millones de dólares de su valor de mercado al ser castigados por parte de personas e inversionistas, al darse a conocer la violenta manera en la que expulsó a un cliente de un vuelo que la misma aerolínea había sobrevendido.

Con el pasar de los años y la continua aparición de crisis económicas, las personas buscan cada vez menos cosas materiales y más experiencias (Morgan, 2017), las cosas tangibles pueden perderse, pero las memorias y sensaciones quedan

guardadas en la memoria y pueden ser recordadas un sin fin de veces. A esto se le suma la saturación del mercado, por lo cual las empresas que quieran diferenciarse deberán dar una experiencia singular proporcionándole al cliente atención incluso antes que se decida por hacer la compra

2.2. El papel de las nuevas tecnologías en la satisfacción del cliente

Las personas siempre buscan las maneras más fáciles de realizar sus actividades, por esto las empresas y organizaciones que buscan captar la atención de clientes o usuarios deben ofrecerles algo que les resuelva alguna problemática. El uso de las Tecnologías de la información puede apoyar en este sentido ya que facilita prácticamente todos los aspectos en interacción con el cliente por medio de las redes sociales, desde la primera presentación en un anuncio en Facebook o YouTube, hasta la atención post-venta por medio de Messenger o Twitter.

Aunque las actividades del manejo de redes sociales suelen dejarse en las manos de los departamentos de mercadotecnia, las redes sociales se han transformado más allá de ser solamente lugares para hacer promoción. Facebook cumplió en febrero del 2020, 16 años de su fundación con más de 1,100 millones de usuarios en el mundo de los cuales 85 millones son en México, el quinto país con más usuarios, de los cuales alrededor del 70% se conectan diariamente (Staff, 2019). Esta enorme cantidad de personas que entran diario a interactuar prefieren utilizar esos medios para comunicarse, no solo con familiares y seres queridos, sino también con sus gobernantes, instituciones de educación, trabajos, tiendas donde compran, etc.

Aunque muchos administradores prefieren que la atención al cliente se les dé en privado, por esto los call centers aún son populares, estos no proporcionan la flexibilidad de las redes sociales, estando en el chat de Facebook se le puede dar apoyo al cliente mostrando algún video o página para resolver las dudas o problemas que tengan (Benchmark, 2014). Si bien podría sonar contra intuitivo, el hacer públicos los problemas que los clientes estantes teniendo y sus respectivas soluciones puede ayudar a más personas que se les presente el mismo problema, así el cliente no

pierde el tiempo y la organización ahorra recursos ya que no tiene que resolver el mismo problema en múltiples ocasiones con clientes distintos

Un ejemplo de la adopción de las tecnologías de la información es la compañía Sephora, la cual, para diferenciarse de las demás compañías de cosméticos y cuidado personal, la compañía Sephora optó por una digitalización temprana, bajo el lema de “la Belleza es tuya para definir y nuestra para celebrar”, esta empresa desarrolló una experiencia digital que rivaliza con las visitas físicas a su tienda (Stewart, 2018).

Con el uso de una herramienta para detectar las facciones de la cara, los clientes pueden utilizar su celular para tomar una foto y aplicar alguno de los millones de productos que maneja la compañía (sombras, bases, labiales, etcétera), de esta forma sabrán cómo se les ve antes de hacer la adquisición (Stewart, 2018). Esta técnica funciona en ambas direcciones, cuando un cliente hace una visita física, el representante de marca que lo atiende puede enviarle recomendaciones de productos o consejos de uso a sus cuentas online para que el cliente pueda revisarlos en cualquier momento.

Este es un ejemplo de cómo se puede realizar la integración de las actividades por medios tecnológicos (páginas de internet, redes sociales) y los medios físicos, para que los usuarios puedan realizar sus actividades en cualquier momento que les sea más conveniente.

2.3. La experiencia de los estudiantes como consumidores de las instituciones de educación Superior

La autora Shifa Wahab (Wahab, 2016) expone que los detractores de colocar a los estudiantes como el centro de las instituciones de educación, puede ocasionar “sentido de derecho académico” (sense of academic entitlement) en el que los estudiantes al encontrarse en el centro de la atención de la institución o bien en el caso de las universidades privadas al realizar pagos de colegiatura (en muchas universidades esos pagos son enormes) esperan obtener automáticamente buenas calificaciones.

Esto puede afectar el desarrollo de las instituciones y su prestigio, ya que los estudiantes al ver que se tiene que realizar el trabajo optan por abandonar los estudios.

Al igual que pagamos por un corte de pelo o por acceso a la telefonía e internet, los alumnos son consumidores de educación y las universidades son los proveedores. Debido a que históricamente los lugares ofertados por la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Baja California y otras universidades públicas en general son insuficientes para la demanda, se creó una industria de escuelas privadas que buscan satisfacer esa demanda y tan solo en Tijuana la página del Sistema de Información Cultural (Gobierno de Mexico, 2020) enumera ya 40 universidades entre privadas y públicas, por lo que la educación superior se ha convertido en un mercado muy competitivo.

Es por esto que todas las instituciones que busquen captar la atención de los jóvenes interesados en estudios de nivel superior deben echar mano a todas las herramientas que tengan a su disposición, y de ser necesario crear nuevas, para darle a sus alumnos la mejor experiencia posible. Además de competir a nivel local con las universidades privadas locales, la Facultad de Contaduría y Administración también compete con la educación a distancia ya que con el internet se puede tener acceso a clases de casi cualquier lugar del mundo y muchas de estas tienen algún tipo de validez oficial.

Existe una tendencia a nivel mundial en los centros educativos en el que ponen al estudiante en el centro de la organización. Estas instituciones centradas en los alumnos diseñan toda la actividad pedagógica y curricular con la participación de los alumnos con la finalidad de que el aprendizaje sea significativo y congruente con la necesidad de los estudiantes (SCOPE, 2021). Las escuelas que emplean prácticas centradas en el estudiante enfatizan las relaciones positivas y de apoyo entre estudiantes y personal facultativo profesores y personal administrativo), lo que permite a los estudiantes crear resiliencia y aumentar las posibilidades de éxito en entornos académicos que son desafiantes, dirigidos por los estudiantes y aplicados a situaciones que semejen la vida real.

Las investigaciones muestran que este tipo de entorno es necesario para que los estudiantes desarrollen las habilidades para tener éxito en la universidad (SCOPE, 2021). Es importante agregar que, en este tipo de instituciones educativas centradas en los estudiantes, los profesores reciben apoyo para ellos también contribuyan a crear un entorno de aprendizaje centrado en el estudiante a través de oportunidades para la reflexión, la colaboración y el liderazgo, Aptitudes que le servirán a lo largo de su vida educativa, profesional y personal.

El modelo de las universidades centradas en el alumno, permiten a las escuelas ampliar el entorno de aprendizaje, en términos de contenido enseñado, pedagogía utilizada, así como el entorno de aprendizaje físico y el uso flexible del tiempo, para involucrar y apoyar a todos los alumnos. Este tipo de modelos es usado generalmente en las escuelas privadas en las que colocan a pocos alumnos por maestro para que este le dé una atención más personalizada a cada alumno y se puede usar las tecnologías de la información para que esto no se convierta en una carga para los profesores y personal administrativo.

Si una facultad quiere implementar el modelo de la escuela centrada en el alumno tiene que considerar tres aspectos importantes.

En primer lugar, buscan considerar las cosas desde el punto de vista del estudiante y en segundo lugar, actúan sobre este enfoque centrado en el estudiante para diseñar servicios, políticas, procesos y sistemas más efectivos y eficientes para que los estudiantes interactúen con ellos; por ejemplo, si un estudiante tiene un problema al momento de inscribirse, que resulta ser un problema de pago de la cuota causado por un problema en el departamento de becas, ¿Es necesario que el alumno tenga que visitar todos los departamentos involucrados para resolver?. Y, en tercer lugar, una facultad aspira a utilizar mejor los datos sobre sus alumnos para medir y mejorar el impacto de estas interacciones en términos de métricas como pueden ser la tasa de aceptación, el sentido de pertenencia, la deserción, la tasa de graduación y las donaciones de egresados (tentativamente), por nombrar algunas.

La experiencia de un estudiante es una especie de mosaico construido a partir de sus interacciones físicas y digitales con la variedad de ofertas de la escuela. Estos incluyen programas académicos, sistemas de tecnología para todo, desde pagar una factura hasta tomar un curso, servicios administrativos como registro y ayuda financiera, servicios académicos como asesoramiento y tutoría, instalaciones como aulas y laboratorios, estudiantes, profesores, personal administrativo y los exalumnos.

2.4 La Universidad Autónoma de Baja California y la Facultad de Contaduría y Administración

De acuerdo con el marco del mandato que establece la Ley Orgánica, la Universidad Autónoma de Baja California y la Facultad de Contaduría y Administración, desde su origen, asumió el compromiso de brindar la mejor educación superior a la sociedad del estado de Baja California y actualmente atiende al 57.9% del total de jóvenes que cursan la educación superior en este estado. Es, además, receptora de muchos jóvenes que migran de sus entidades de origen, para encontrar en Baja California mejores oportunidades de vida. En ese sentido, alcanzar mayores niveles de cobertura, calidad y pertinencia se mantienen como los principales compromisos para la Universidad y sus facultades (Universidad Autónoma de Baja California, 2021).

En la actualidad, el país cuenta con un sistema de educación superior diversificado y con amplia presencia nacional, por lo que la competencia para recibir alumnos que buscan estudiar la educación superior es cada vez mayor, tanto de escuelas públicas como privadas. La Facultad de Contaduría y Administración y la Universidad Autónoma de Baja California buscan que los estudiantes reciban una formación pertinente e integral para desarrollar las competencias profesionales que exige el mercado laboral y su participación en la sociedad

Al ser una de las universidades más importantes de México, los alumnos que pertenecen a una de las facultades de la Universidad Autónoma de Baja California desarrollan un gran sentido de pertenencia y amor por la universidad, sin embargo no se tiene información sobre la experiencia que tienen los alumnos mientras cursan su licenciatura en la Facultad de Contaduría y Administración, así que al terminar sus

estudios es imposible saber si continuará con considerando a la facultad para continuar con su desarrollo profesional, si mantendrá contacto o se olvidara de ella una vez concluidos sus estudios.

En su página de internet, la Facultad de Contaduría y Administración relata los acontecimientos más importantes de su historia. El 25 de septiembre de 1961, se crea la escuela de educación superior de la UABC, la Escuela de Economía y Ciencias Administrativas, con 2 carreras: Lic. en Economía y Contador Público. El 20 de mayo de 1962, el consejo universitario separa las carreras y se crea la Escuela de Comercio y Administración (Facultad de Contaduría y Administración, 2021).

En 1967 se crea la carrera de Lic. en Administración de empresas y cambia el nombre de Escuela de Contaduría y Administración. En 1985 se crea la especialidad en finanzas, en 1987 la maestría en Administración por lo que cambió el nombre de escuela de Contaduría y Administración por el de Facultad de Contaduría y Administración. En 1988 se creó la especialidad en Fiscal, en 1990 la carrera de Lic. en Informática, en 1995 nace la Licenciatura en Negocios Internacionales. En 2006 se crea el programa académico de la maestría en Tecnologías de Información y la Comunicación, en agosto del mismo año el Doctorado en Ciencias Administrativas. En el año 2012 cambia el nombre de la especialidad en finanzas por especialidad en dirección financiera.

En octubre del 2002 fueron acreditadas las cuatro licenciaturas por el Consejo de Acreditación de la enseñanza de la Contaduría la Administración (CACECA). Dicha acreditación tiene una vigencia de 5 años. Fueron acreditadas las cuatro carreras por segunda ocasión en el año del 2007. Este año 2012 se participará nuevamente en el proceso de re acreditación.

Actualmente se cuenta con un tronco común en las áreas de ciencias administrativas, durante los dos primeros semestres de cada una de las carreras. Mientras que la Unidad de Rosarito cuenta con 3 grupos del mismo tronco común y 1 grupo de la carrera de Lic. Administración de empresas.

Los programas de Posgrado de Maestría en Administración y la maestría en Tecnologías de la Información y la Comunicación, están reconocidos en el programa nacional de posgrados de calidad (PNPC) de CONACYT.

Los múltiples reconocimientos y certificaciones nacionales e internacionales le dan a la Facultad posicionamiento para atraer estudiantes de nuevo ingreso a las licenciaturas, sin embargo, el número de alumnos que concluyen la licenciatura disminuye considerablemente.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Diseño y tipo

En este estudio se utilizará la investigación descriptiva ya que se busca conocer las características de la población o fenómeno estudiado, en este caso la población estudiantil de la Facultad de Contaduría y Administración que cursa alguna de las licenciaturas.

Aplicando los principios de la investigación cualitativa se opta por una investigación de campo con la observación de personas participantes. Este método de investigación desarrolla una comprensión de la composición de un entorno o sociedad en particular al participar en las rutinas y rituales cotidianos junto con sus miembros, como son los alumnos interactuando con la facultad al realizar sus actividades.

Para la recolección de datos, se realizan entrevistas estandarizadas y abiertas para minimizar la variabilidad en la redacción de las preguntas. Esto nos permitirá la comparabilidad entre los entrevistados. Aunque se tiene presente que no ofrece tanta flexibilidad para responder a nuevos temas que se desarrollan durante la entrevista.

3.2. Método y técnica

3.2.1 Creación de las “Personas estudiantes”

La creación de personajes ficticios o “personas” para encarnar características clave específicas de los grupos de usuarios objetivo es la manera más efectiva de llevar a cabo el análisis estudiantil. Las “personas” permiten empaquetar datos de investigación de usuarios en usuarios de muestra que, a su vez, pueden usarse para desarrollar casos de uso para su espacio de aprendizaje y para diseñar servicios.

Las creaciones de este tipo de personas ofrecen muchos beneficios para quienes emprenden proyectos de diseño, que incluyen:

- Hacer suposiciones y conocimientos sobre los usuarios y, por lo tanto, brindar al equipo un lenguaje en común.
- Permitir que se enfoque y diseñe para un pequeño grupo de usuarios específicos, como los alumnos en las diferentes etapas dentro de la Facultad.
- Generar empatía y acercamiento hacia los usuarios de una manera que los informes de datos no pueden lograr.

El objetivo del proceso de creación de personas es mover al equipo de formas estándar de categorizar a los usuarios a encarnaciones de rasgos clave que se basan en necesidades, motivaciones y preferencias.

Para la creación de “personas estudiantes” son similares a lo que las empresas consideran compradores en la forma en que estructura, investiga y planifica el contenido, pero difieren en lo que respecta a la información final obtenida del sujeto. Hay 6 áreas principales sobre las que es esencial recopilar información (Johnson, M., 2019). Estos son:

1. Estado de educación, por ejemplo: ¿Qué carrera estudia? ¿Es un estudiante nacional o internacional? ¿Han estudiado en la Universidad antes? ¿Son estudiantes regulares o condicionados?

2. Metas: ¿Por qué es importante para ellos terminar su carrera? ¿Qué esperan lograr con su título?
3. Desafíos: ¿Qué les resulta difícil para tomar su decisión universitaria?, ¿Están bien apoyados por la familia?, ¿Cómo esperan solventar sus gastos universitarios?, ¿Tienen muchas opciones o están luchando por encontrar lo que buscan?
4. Recursos: ¿Que necesita esta persona para tomar una decisión informada? ¿De dónde obtiene información acerca de su universidad?, ¿Quiénes son sus profesores?
5. Antecedentes demográficos: ¿Dónde viven?, ¿Qué edad tienen?, ¿Por qué están interesados en la educación superior?
6. Toma de decisiones: ¿Cómo toman decisiones?, ¿Cuánto dura su proceso de toma de decisiones?, ¿Qué información considera a la hora de tomar una decisión?

Las entrevistas se realizan a los estudiantes actuales para crear perfiles actualizados. Al igual que con la creación de personas compradoras para empresas, es necesario recopilar información de varios equipos (Jhonson, 2019). Por este motivo se realizarán entrevistas con el personal que labora en los diferentes departamentos de la facultad con los que los alumnos tengan contacto. Nos ayudarán a conocer información relevante como ¿Qué preguntan los estudiantes con mayor frecuencia?, ¿Qué les encanta a los estudiantes de la universidad?, ¿Qué les disgusta?, ¿Qué necesidades tiene que cubrir?

3.2.1 Canvas de la experiencia estudiantil

Cada vez más organizaciones están tratando de crear la mejor experiencia posible y las instituciones educativas como las universidades no son la excepción. Si bien el objetivo de las empresas y las universidades difieren, ambos entes necesitan de personas interesadas para existir, en el caso de las universidades son los estudiantes. Es por esto que se diseñó específicamente una herramienta con la que se puede hacer un plano que detalle la experiencia que tienen los estudiantes en las escuelas y puede ser adaptado para todos los niveles educativos (Felix, 2020).

Se pueden identificar tres grandes patrones que marcan desafíos para que las universidades implementen una estrategia de mejora de experiencia del alumno (Felix, 2020):

1. Carecen de una definición de qué es lo que significa una buena experiencia estudiantil.
2. Las diferentes partes que conforman a una facultad no están trabajando en conjunto al momento de brindar la experiencia estudiantil
3. Cuando se hacen evaluaciones para conocer las opiniones de los alumnos no se analiza ni se le toma importancia a la información recabada.

El canvas de la experiencia del estudiante permitirá comprender y mejorar la experiencia de los estudiantes de manera integral en todos los diferentes puntos de contacto a lo largo de su viaje desde que haga la solicitud para el proceso de admisión hasta que se convierta en un egresado de la facultad. Ya que esta herramienta puede ser completada por los propios estudiantes, profesores y/o personal administrativo, facilitará la creación del mapa del recorrido del estudiante, así como todos los puntos donde el alumno pueda presentar dolores.

Una vez que haya tratado a los estudiantes, evaluado sus experiencias, priorizado sus necesidades e identificado las necesidades recurrentes, se realizará una nueva evaluación, poniendo atención en las partes donde los alumnos presentan dolores para mejorar su experiencia universitaria.

3.3. Instrumentos

3.3.1 Focus Group para la elaboración de los estudiantes persona

Este tipo de técnica es muy utilizada en la investigación de mercado. Consisten en entrevistas controladas de una audiencia objetivo que son dirigidas por uno o más facilitadores. Los participantes en un grupo de enfoque se seleccionan en función de un conjunto de criterios predeterminados, como ubicación, edad, nivel socioeconómico, raza y más. Para efectos de la elaboración del estudiante persona, los criterios solicitados son que sean alumnos o exalumnos y que tengan actividades administrativas en la Facultad de Contaduría y Administración.

3.3.2 Entrevistas con docentes y administrativos

Posteriormente, se utilizará el Canvas de la experiencia estudiantil desarrollado por la compañía Brightspot, enfocada en la transformación de la educación superior.

<p>El lienzo de la experiencia del estudiante es una herramienta para comprender y mejorar la experiencia de los estudiantes al considerar sus puntos de contacto a lo largo del viaje del solicitante al alumno. Los estudiantes, el personal y las administraciones usan el Canvas para identificar qué funciona y qué no y luego determinar las prioridades y preguntas para el futuro. El Canvas brinda la oportunidad de sintetizar lo que se conoce, revelar agujeros sobre lo que se desconoce y generar la colaboración entre departamentos.</p>	1. PERSONA ESTUDIANTE:										
						Estudiante con Discapacidades.					
						Estudiante de intercambio.					
						Estudiante veterano.					
						Estudiante que trabaja.					
						Estudiante de nuevo ingreso					

Modelo genérico traducido del Canvas de la Experiencia Estudiantil desarrollado por Brightspot.

Nuevamente apoyados en alumnos, exalumnos y personal con tareas administrativas, se realizan las entrevistas, principalmente en investigación cualitativa y ocurren cuando los investigadores hacen a uno o más participantes preguntas generales abiertas y registran sus respuestas en el modelo Canvas presentado.

Para el llenado del canvas estudiantil se tomará en cuenta el aspecto de la información. Si los alumnos tienen acceso a información clara y la pueden utilizar para cubrir sus necesidades educativas esto se traducirá en un avance del alumno en su carrera y una buena experiencia con la facultad.

Una vez llenados los modelos Canvas se procederá a realizar un análisis de las respuestas para hacer un mapa del viaje del alumno registrando las interacciones, que se llamarán puntos de contacto, y calificando estas para identificar las posibles problemáticas, o puntos de dolor. Todo esto con la finalidad de ayudar a generar información que nos describa la situación actual por la que pasan los alumnos y generar recomendaciones que contrarresten los problemas detectados.

The Student Experience Roadmap

The Student Experience Roadmap is a tool for colleges and universities to translate the results from the Student Experience Canvas into action.

Students, staff, and administrators use the Roadmap to reflect on and synthesize their priorities and then describe their overall vision and metrics, identify goals to achieve that vision, and assign actions to achieve those goals.

The Roadmap provides a way to align improvements to academic programs, student services, technology, facilities, and campus community.

1. CREATE YOUR VISION

What is the vision for your student experience?
(Hint: Describe ideal future state and the impact you seek.)

2. IDENTIFY YOUR KEY METRICS

What are a few ways you will measure your success, quantitatively and qualitatively? (Hint: Start with KPIs you already track and can influence.)


3. IDENTIFY YOUR GOALS

Student Experience Goals
What are your organization's student experience goals?
(Hint: reflect on your Canvas priorities and complete this phrase: "From ____ to ____ so that ____" to get you started.)

4. ASSIGN YOUR ACTIONS


(Hint: If you don't know where to start, use Administration, Academic Affairs, Student Affairs, Technology, and Facilities as your groups.)

	Time 1	Time 2	Time 3	Time 4	Time 5
Group 1					
Group 2					
Group 3					
Group 4					
Group 5					



Version 1.0 www.brightspotstrategy.com

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Modelo para la mejora del mapa de la experiencia del estudiante creado por Brightspot.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1 Creación de los estudiantes persona

Para facilitar el análisis del viaje que suelen llevar los estudiantes, sin tener que entrevistar a los más de 3,500 estudiantes que actualmente están cursando una carrera en la Facultad de Contaduría y Administración, se recurre a la técnica de creación de los estudiantes persona. Parecido a como las empresas crean perfiles del consumidor, los estudiantes persona son un resumen de un tipo específico de estudiante. Esta persona representa arquetipos, de un segmento o grupo de estudiantes más amplio y trata de detallar el por qué están en la facultad estudiando, así como qué comportamientos, suposiciones y expectativas determinan su visión del sistema de aprendizaje (Brighspot, 2019).

4.1.1 Delimitación y justificación de los estudiantes persona

El modelo Canvas aquí presentado está diseñado para hacer un análisis más extenso de tiempo, normalmente se realizan desde el momento en que el alumno está considerando entrar a una universidad y hasta que se gradúe, por lo que normalmente se realizaría un estudiante persona para cada carrera de la facultad. Sin embargo, derivado de las recientes reestructuraciones en las carreras que se están llevando a cabo en el 2020-2021, se procede a elaborar los estudiantes persona de 3 arquetipos que suene marcar la facultad: los estudiantes de nuevo ingreso, los estudiantes de etapa disciplinaria y los estudiantes en etapa terminal.

Aunque estas etapas no están tan marcadas, por ejemplo, los estudiantes de etapa disciplinaria y pueden realizar actividades de la etapa terminal y viceversa, la facultad tiene implementados ciertos candados para evitar que el alumno avance mucho sin cumplir con sus requisitos de las etapas anteriores.

Uno de estos ejemplos es el límite de créditos, si el estudiante ha superado un determinado número de materias sin liberar su servicio social comunitario (1era. etapa), el sistema de inscripciones le interrumpe el avance y solo puede cursar un máximo de 3 materias hasta que cumpla con su servicio social (Facultad de Contaduría y Administración 2021). La mayoría de las Facultades de la Universidad Autónoma de Baja California manejan sistemas similares, por lo que estos estudiantes pueden ser replicados de ser necesario.

Se opta por elegir a alumnos que estén cursando los últimos semestres (etapa terminal) o que tengan menos de un año de haber egresado, ya que estos realizaron actividades y trámites en la facultad antes de la suspensión de labores que se realizó desde febrero del 2020 y ha continuado durante todo el 2021.

4.1.2 Estudiantes persona

Realizando la dinámica de lluvia de ideas en focus groups realizado con profesores que se encuentran dando clases en la Facultad de Contaduría y Administración, estudiantes y ex estudiantes que aceptaron colaborar, se les pidió que describiera a los 3 tipos de estudiantes persona a crear, tomando en cuenta que necesidades tendría dentro de la Facultad. Además, para hacer a los estudiantes personas más apegados a la realidad se les proporcionó un nombre, edad, lugar de residencia y aspiraciones, tomando en cuenta experiencias propias o que hayan tenido con estudiantes en esas etapas (Brighspot, 2019).

Al finalizar el focus group se recopiló la información y se les dio más detalles a los estudiantes, los resultados se muestran a continuación.

Esmeralda Nuevo Ingreso

“Soy de nuevo ingreso y me gusta aprender y convivir con mis compañeros de escuela. Ya tengo decidida la carrera que quiero estudiar y mi segunda opción por si no logro acceder”

¿Cómo es tu vida estudiantil?

Actualmente curso el tronco común, tomando materias que son repaso de preparatoria y otras que me darán conocimiento general para entrar en mi carrera en los siguientes semestres. Tengo que conocer y aprender las ubicaciones de la facultad ya que algunas materias se toman en laboratorios o salas audiovisuales además del salón de clases

Asisto a la Facultad de Contaduría y Administración de la UABC campus Tijuana. Soy estudiante de tiempo completo. Tengo laptop, pero solo la uso en casa, sin embargo, suelo apuntar todo y repasar en casa por lo que no me cuesta mucho trabajo mis clases obligatorias y las actividades extracurriculares (8=1).

Vivo en la delegación de San Antonio de los buenos y mis padres me suelen traer a la escuela así que no batallo mucho por el transporte, aunque si por el tráfico. La semana la dedico a la escuela y los fines de semana a divertirme, me gusta salir y convivir con mis amigos a reuniones en casas o clubes.

Aunque visito mucho las redes sociales no interactué mucho con ellas, las utilizo principalmente para comunicación. Me gusta escribir porque me ayuda a recordar, pero todos los trabajos los realizo en mi computadora y los guardo en la nube para siempre tener acceso a ellos.

Acerca de:

- 18 años de edad
- Nuevo ingreso en tronco común
- Vive en la delegación San Antonio de los buenos
- Le gusta convivir con personas
- Le gusta aprender y tiene disposición

Necesidades:

- Conocer dónde pedir información acerca dudas de nuevo ingreso
- Un lugar para comprar alimentos
- Acceso a tecnología (computadoras, internet)
- Conocer la facultad y universidad
- información acerca de apoyos para los estudios (becas)
- Conocer al personal administrativo
- Requisitos para entrar a la carrera después de T.C.
- Tutorías

Suele utilizar:

- Cuaderno universitario
- Juegos de mesa para pasar el tiempo libre
- Smartphone
- Apps para compartir contenido, juegos

Paul Etapa Disciplinaria

“Ya estoy estudiando mi carrera para prepararme para tener un mejor futuro, quiero aprovechar las oportunidades que da la universidad para adquirir experiencia y conocimiento por eso siempre reviso que programas y eventos tienen disponibles.”

¿Cómo es tu vida estudiantil?

Soy estudiante y trabajador de medio tiempo y estoy cursando la carrera en Negocios internacionales, ya liberé mi requisito de 2do idioma y actualmente estoy buscando lugares donde hacer el servicio social que no sean tan aburridos, no me gusta pasar mucho tiempo moviendo archivos de un lado a otro. Vivo en la delegación de la Presa Este por lo que tardó mucho en hacer traslados por la distancia y el tráfico, suelo hacer actividades en la escuela antes de irme al trabajo, como tarea y trabajos, para adelantar. Me gustaría encontrar lugares para hacer servicio social cerca de la universidad o de mi casa para no gastar mucho en mi traslado.

No tengo tiempo para tomar optativas en el semestre por lo que las tomo en intersemestrales para no retrasarme en mi carrera ya que me gustaría terminar en tiempo y forma, lo cual es difícil cuando trabajas y tienes que hacer servicio social. Trato de participar en actividades que otorgan créditos extras si tengo tiempo. Me gusta salir con mis amigos, pero no lo hago mucho porque tengo muchas cosas que hacer.

Si tenemos que hacer trabajo en equipo utilizo el laboratorio de cómputo de la facultad para avanzar antes de ir al trabajo y en mi casa lo termino. La nube ha sido una bendición para la escuela, puedo acceder de cualquier lado y continuar donde me quedé en cualquier momento.

Acerca de:

- 22 años de edad
- Estudia la carrera de Negocios internacionales
- Vive en la delegación de la Presa Este
- Prefiere trabajar individualmente, pero participa en dinámicas de equipo

Necesidades

- Espacios para estudios (biblioteca, lab. de computo)
- Espacios para actividades extracurriculares (salas, salón audiovisual)
- Conocer materias optativas
- Donde estudiar idiomas extranjeros
- Información sobre servicio social y donde realizarlo

Suele utilizar

- Carpeta con hojas desprendibles
- Smartphone
- Apps para el manejo del tiempo

Jennifer Etapa Terminal

“Quiere aprovechar los programas de la facultad para experimentar la vida estudiantil en otros países, ya he liberado muchos pendientes y materias por lo que tengo más tiempo para disfrutar el intercambio, después a hacer las practicas, mis últimas materias y por fin la graduación”

¿Cómo es tu vida estudiantil?

Soy estudiante de tiempo completo, vivo en la delegación de la Mesa de Otay, tengo automóvil y no batallo para asistir a la escuela porque vivo cerca. Avance en mis materias obligatorias y optativas y el servicio social porque me quiero ir de intercambio para conocer un país europeo y su vida universitaria.

Cuando regrese de intercambio buscaré donde hacer mis prácticas profesionales, quiero que sea un lugar interesante y con oportunidad de empleo ya que aún no he tenido uno formal y me gustaría empezar a ejercer en cuanto termine la carrera. También estoy pensando en los preparativos para la graduación, me han dicho que el trámite de titulación es largo y tedioso así que me preparé mentalmente desde antes.

Me encantan las redes sociales y es mi principal medio de comunicación, todas las actividades que hacemos en la escuela las coordino con mis compañeros por redes, dividimos y realizamos el trabajo cada quien, desde nuestras respectivas computadoras, cuando todos tenemos tiempo de reunirnos lo hacemos en la casa de algún compañero o en un café cerca de la universidad.

Acerca de:

- 21 años de edad
- Estudia la carrera de Administración de empresas
- Vive en la delegación de la Mesa de Otay
- Le gusta convivir en clases, pero no le gusta mucho las clases

Necesidades

- Información acerca de prácticas profesionales y donde hacerlas
- Información para intercambio estudiantil
- Conocer trámites para la titulación

Suele utilizar

- Libreta universitaria
- Smartphone
- Laptop pequeña para apuntes y consultas
- Redes sociales

4.2 Elaboración del Canvas Estudiantil

Ya que se tiene a los estudiantes persona delimitados y detallados se procede a la creación de los modelos canvas, uno por cada persona estudiante. En el apartado número 1 se escribirán las características de cada estudiante y se incluye información como nombre, posibles motivaciones, comportamiento y expectativas.

En el apartado dos se analiza el viaje del estudiante y se registran los posibles puntos de contacto que el alumno tendrá con la Facultad durante su recorrido de esta etapa ya sea nuevo ingreso, disciplinaria o terminal. También en este apartado se registran las fases por la que pasará el alumno, para el modelo canvas se optó por dividirlo en 5 etapas:

- Solicitar. Búsqueda de información para iniciar el viaje; Esta etapa busca conocer si existe información acerca del tema y cuán disponible está para el alumno. Si existen los recursos y el alumno sabe de ellos.
- Ajustar. Obtener la orientación necesaria; Esta etapa describe qué tan fácil es para el alumno llegar al punto de donde obtendrá su información. Qué tan fácil le es utilizar esos recursos, navegar la página de internet, obtener información por correo o teléfono, encontrar los diversos departamentos.
- Acercarse. Aplicación de la información; Esta etapa evalúa la capacidad para transmitir la información, si el alumno la entendió o necesito de acciones extras, más visitas, más correos, etcétera.
- Avance. Uso de la información. Esta etapa busca conocer qué tan útil fue la información que se le proporcionó al alumno si pudo realizar las actividades que necesitaba realizar con la información.
- Finalización. Resultados Obtenidos. En esta etapa el alumno describe qué tan satisfecho estuvo con los resultados obtenidos.

Al final se analizarán las calificaciones obtenidas y se analizaran las que obtuvieron las puntuaciones más bajas, la disección del viaje del estudiante en las etapas anteriores nos permitirán conocer en qué punto del viaje se tiene que mejorar y que departamento es el que tiene que mejorarlo.

Los canvas estudiantiles de los tres tipos de estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración se presentan a continuación.

<p>El lienzo de la experiencia del estudiante es una herramienta para comprender y mejorar la experiencia de su estudiante al considerar sus puntos de contacto a lo largo del viaje del solicitante al alumno. Los estudiantes, el personal y los administradores usan el Canvas para identificar qué funciona y qué no y luego determinar las prioridades y preguntas para el futuro. El Canvas brinda la oportunidad de sintetizar lo que se conoce, revelar algunas cosas lo que se desconoce y generar la colaboración entre departamentos.</p>	1. PERSONA ESTUDIANTE: Esmeralda Nuevo Ingreso										
	<p>Motivaciones: Es estudiante de tiempo completo porque quiere concentrarse por completo a su carrera para tener crecimiento profesional</p>	<p>Comportamiento: -Tiene muchas ganas de aprender -Tiene un gran manejo de la tecnología pero la utiliza más como ocio -Le gusta convivir con personas y disfruta el trabajo en equipo</p>	<p>Expectativas: -Una gran experiencia estudiantil -Buenos profesores -Facilidad para documentarse y obtener información -Profesores preparados</p>	Estudiante con discapacidades							
				Estudiante de intercambio							
				Estudiante veterano							
				Estudiante que trabaja							
Estudiante de nuevo ingreso											
2. EVALUAR EL VIAJE DEL ESTUDIANTE						3. REFLEXIÓN					
<p>Tiempo: Fases del viaje del estudiante -----></p>											
<p>Solicitar: Búsqueda de información (como iniciar el viaje)</p>						<p>Ajustar: Obtener la orientación necesaria (encontrar el lugar adecuado, coordinación, departamento, etc.)</p>					
<p>En cada cuadro a continuación, describe lo que funciona y lo que no está en la experiencia actual, luego califícalo de 1 (deficiente) a 5 (excelente) en la esquina.</p>						<p>Acercarse: Explicación de la información</p>					
<p>Avance: Uso de la información</p>						<p>Finalización: Resultados obtenidos</p>					
<p>Programas académicos (Clases, proyectos y talleres)</p>						<p>¿Cuáles son las 3 a 5 oportunidades principales para mejorar la experiencia de nuestros estudiantes?</p>					
<p>Instalaciones del campus (Aulas, salones de usos múltiples, audiovisual)</p>											
<p>Tecnología (Equipo de computo, internet, laboratorio de computo)</p>						<p>Preguntas pendientes ¿Qué preguntas tenemos? ¿Qué información adicional necesitamos?</p>					
<p>Orientación estudiantil (Secretarías, personal administrativo, intendencia)</p>											
<p>Servicio social comunitario (Coordinación de servicio social comunitario)</p>											
<p>Tutorías (Profesores encargados de tutorías)</p>											
<p>Actividades extracurriculares (Eventos deportivos, eventos interfacultades, 8=1)</p>											
<p>Apoyos estudiantiles (económicos, estudiantiles, psicologicos)</p>											

<p>El lienzo de la experiencia del estudiante es una herramienta para comprender y mejorar la experiencia de su estudiante al considerar sus puntos de contacto a lo largo del viaje del solicitante al alumno. Los estudiantes, el personal y los administradores usan el Canvas para identificar qué funciona y qué no y luego determinar las prioridades y preguntas para el futuro. El Canvas brinda la oportunidad de sintetizar lo que se conoce, revelar algunas cosas lo que se desconoce y generar la colaboración entre departamentos.</p>	1. PERSONA ESTUDIANTE: Paul Etapa Disciplinaria										
	<p>Motivaciones: Es estudiante y trabajador de medio tiempo y cree firmemente que una educación universitaria es la llave para la prosperidad. Le gusta la experiencia universitaria y trata de participar en eventos y programas aunque no tiene mucho tiempo disponible.</p>	<p>Comportamiento: -Suele realizar sus actividades académicas en las instalaciones de la facultad esperando su horario de trabajo -Realiza estudios los fines de semana para no atrasarse en su carrera -No es muy animado pero participa en dinámicas de equipo</p>	<p>Expectativas: -Flexibilidad para el cumplimiento de requisitos -Apoyo por parte de la facultad para continuar sus estudios -Espacios donde realizar tareas y trabajos en equipo</p>	Estudiante con discapacidades							
				Estudiante de intercambio							
				Estudiante veterano							
				Estudiante que trabaja							
Estudiante de nuevo ingreso											
2. EVALUAR EL VIAJE DEL ESTUDIANTE						3. REFLEXIÓN					
<p>Tiempo: Fases del viaje del estudiante -----></p>											
<p>Solicitar: Búsqueda de información (como iniciar el viaje)</p>						<p>Ajustar: Obtener la orientación necesaria (encontrar el lugar adecuado, coordinación, departamento, etc.)</p>					
<p>En cada cuadro a continuación, describe lo que funciona y lo que no está en la experiencia actual, luego califícalo de 1 (deficiente) a 5 (excelente) en la esquina.</p>						<p>Acercarse: Explicación de la información</p>					
<p>Avance: Uso de la información</p>						<p>Finalización: Resultados obtenidos</p>					
<p>Programas académicos (Clases, proyectos y talleres)</p>						<p>¿Cuáles son las 3 a 5 oportunidades principales para mejorar la experiencia de nuestros estudiantes?</p>					
<p>Instalaciones del campus (Aulas, salones de usos múltiples, audiovisual)</p>											
<p>Tecnología (Equipo de computo, internet, laboratorio de computo)</p>						<p>Preguntas pendientes ¿Qué preguntas tenemos? ¿Qué información adicional necesitamos?</p>					
<p>Orientación estudiantil (Secretarías, personal administrativo, intendencia)</p>											
<p>Servicio social profesional (Coordinación de servicio social profesional)</p>											
<p>Materias optativas (Impartidas en la facultad, impartidas en otras facultades)</p>											
<p>Idioma extranjero (para liberar 2do idioma, para liberar 3er idioma)</p>											
<p>Tutorías (Profesores encargados de tutorías)</p>											
<p>Actividades extracurriculares (Eventos deportivos, eventos interfacultades, 8=1)</p>											
<p>Apoyos estudiantiles (económicos, estudiantiles, psicologicos)</p>											

1. PERSONA ESTUDIANTE: Jennifer Etapa Terminal						Estudiante con discapacidades	Estudiante de intercambio	Estudiante veterano	Estudiante que trabaja	Estudiante de nuevo ingreso	
<p>El lienzo de la experiencia del estudiante es una herramienta para comprender y mejorar la experiencia de los estudiantes al comprender sus puntos de contacto a lo largo del viaje del solicitante al alumno. Los estudiantes, el personal y los administradores usan el Canvas para identificar qué funciona y qué no y luego determinar las prioridades y preguntas para el futuro. El Canvas brinda la oportunidad de sintetizar lo que se conoce, revelar algunas cosas que se desconocían y generar la colaboración entre departamentos.</p> <p>Motivaciones: Es estudiante de tiempo completo que quiere obtener una licenciatura para tener más oportunidades en la vida, desea obtener experiencias internacionales y le gustaría saber como es la vida estudiantil en otros países.</p> <p>Comportamiento: -Prefiere las interacciones personales -Hace un gran uso de las redes sociales -Le gusta convivir con personas -No le gusta mucho las clases pero es cumplida</p> <p>Expectativas: -Intercambio estudiantil -Facilidad para realizar las prácticas profesionales -Crear relaciones que deriven en un empleo</p>											
2. EVALUAR EL VIAJE DEL ESTUDIANTE						Tiempo: Fases del viaje del estudiante ----->				3. REFLEXIÓN	
En cada cuadro a continuación, describe lo que funciona y lo que no está en la experiencia actual, luego calificalo de 1 (deficiente) a 5 (excelente) en la esquina.	Solicitar:	Ajustar:	Acercarse:	Avance:	Finalización:			¿Cuáles son las 3 a 5 oportunidades principales para mejorar la experiencia de nuestros estudiantes?			
	Programas académicos (Clases, proyectos y talleres)	Búsqueda de información (cómo iniciar el viaje)	Obtener la orientación necesaria (encontrar el lugar adecuado: coordinación, departamento, etc.)	Explicación de la información	Uso de la información	Resultados obtenidos					
Prácticas profesionales (Departamento de practicas profesionales)											
Tecnología (Internet y laboratorio de cómputo)								Preguntas pendientes ¿Qué preguntas tenemos? ¿Qué información adicional necesitamos?			
Instalaciones del campus (Aulas, salones de usos múltiples, audiovisual)											
Trámites para titulación (Titulación y seguimiento)											
Intercambio estudiantil (Requisitos, apoyos y opciones)											
Tutorías (Profesores encargados de tutorías)											
Actividades extracurriculares (Eventos deportivos, eventos interfacultades, 8=1)											

Debido a que el estudiante puede interactuar con el mismo punto más de una vez durante su carrera, se pueden repetir en los modelos canvas, como es el caso de la tecnología y los programas académicos.

4.2.1 Aplicación del canvas estudiantil

Se aplicó el canvas estudiantil a 15 alumnos en 3 grupos de 5 participantes, 1 grupo para cada canvas estudiantil. Se les permite a los alumnos participar en más de un canvas estudiantil, siempre y cuando ya hayan realizado actividades en esa etapa. Por ejemplo, los alumnos en etapa terminal pueden realizar los cursos estudiantiles de nuevo ingreso, etapa disciplinaria y etapa terminal.

Se les pidió a los estudiantes recordar el momento en el que hayan tenido que realizar algún trámite o interacción con los elementos señalados (Prácticas profesionales, tutorías, etcétera) y que calificaran esta interacción haciendo uso de la escala de Likert con los números del 1 al 5, siendo el uno la calificación más baja por una mala experiencia y el 5 una calificación alta por una excelente experiencia. Junto a la calificación, los participantes también pusieron un comentario respecto a la calificación, llenaron los canvas estudiantiles. La razón por la que se hace uso de calificación numérica y descriptiva con el comentario es para generar una imagen más detallada del sentir de los alumnos.

Al finalizar las reuniones se analizan los resultados y se promedian las calificaciones

para poder identificar los puntos más problemáticos (los que tuvieron una calificación más cercana al 1) en los que tiene que trabajar la facultad para mejorar la experiencia estudiantil.

5. CONCLUSIONES

5.1 Pain Points

Los puntos que los alumnos calificaron más bajo se muestran a continuación.

- **Programas y clases:** Obtuvo baja calificación en la etapa de búsqueda de información. Los alumnos señalan que es confuso navegar la página para llegar a la información relacionada
- **Instalaciones del campus:** Obtuvo calificación baja en la etapa de búsqueda de información. Los alumnos señalan que hay poca información para navegar las instalaciones
- **Servicio social comunitario:** Obtuvo calificación baja en la etapa de obtención de la información. Los alumnos señalan la plataforma como la más problemática pero también mencionan largas filas para realizar trámites y mucho tiempo de espera para recibir respuesta.
- **Tutorías:** Obtuvo baja calificación en la etapa de búsqueda de información. Los alumnos mencionan que no saben dónde encontrar a sus tutores.
- **Idioma extranjero:** obtuvo una baja calificación en la etapa del uso de la información. Los alumnos señalan que es problemático realizar trámites entre facultades.
- **Servicio social profesional:** Obtuvo baja calificación en la obtención de la información. Aunque los comentarios fueron similares al servicio social comunitario, la que más prevalece es los largos tiempos de espera.
- **Trámites de titulación:** Obtuvo baja calificación en la existencia de la información, obtención de la información y los resultados obtenidos. La queja que más se presenta es el desconocimiento de los tiempos de duración y el avance que tienen.

- **Tecnología:** Calificación baja en la etapa del uso de la información, los alumnos mencionan que las herramientas que tiene la facultad (cánones, computadoras, internet) son problemáticos al utilizar y tratan de evitarlos utilizando los recursos propios.

Una vez concluida la etapa del llenado y análisis de los modelos canvas estudiantiles se hizo uso del segundo modelo, el canvas de acciones para de la experiencia estudiantil también creado por Brightspot (Brightspot, 2019). Esta herramienta complementaria se utiliza para traducir los resultados del canvas en acciones a realizar para mejoras.

Los estudiantes y personal con actividades administrativas se apoyarán en los modelos canvas para reflexionar y sintetizar sus prioridades y luego describir su visión y métricas generales, identificar metas para lograr esa visión y asignar acciones para lograr esas metas.

A continuación, se presenta el canvas de acciones para la mejora de la experiencia estudiantil. En este se hacen las propuestas con las acciones recomendadas para atender los puntos con la calificación más baja que se identificaron en los canvas estudiantiles. El mapa puede ser modificado para que contenga información más específica de acuerdo a las necesidades de los alumnos y de la Facultad.

<p>La hoja de ruta de la experiencia del estudiante La Hoja de ruta de la experiencia del estudiante es una herramienta para que los colegios y universidades traduzcan los resultados del lienzo de la experiencia del estudiante en acción. Los</p>	<p>1. CREAR TU VISIÓN ¿Cuál es la visión para la experiencia de su estudiante? Que todos los estudiantes, independientemente de la etapa en la que se encuentren durante su recorrido por la Facultad de</p>	<p>2. IDENTIFICAR SUS MÉTRICAS CLAVE -No. de solicitudes de información. -Solicitudes de citas con coordinadores y encargados. -Relación entre los problemas</p>	

estudiantes, el personal y los administradores usan la Hoja de ruta para reflexionar y sintetizar sus prioridades y luego describir su visión y métricas generales, identificar metas para lograr esa visión y asignar acciones para lograr esas metas. La Hoja de ruta proporciona una forma de alinear las mejoras a los programas académicos, los servicios para los estudiantes, la tecnología, las instalaciones y la comunidad del campus.

Contaduría y Administración, tengan a su disposición toda la información necesaria para el cumplimiento con sus actividades universitarias y que pueda hacer uso de ella de manera fácil y efectiva. Esto con la finalidad de que tengan una buena experiencia estudiantil y formen relaciones estrechas y duraderas con su Facultad.

surgidos y resueltos (tasa de efectividad).
-Tasa de satisfacción general

3. IDENTIFIQUE SUS OBJETIVOS	4. ASIGNAR SUS ACCIONES						
<p>Metas de la experiencia del estudiante</p> <p>¿Cuáles son los objetivos de experiencia estudiantil de su organización?</p> <p>-Reducir los tiempos de atención a los alumnos de la facultad.</p> <p>-Crear una plataforma para automatizar las solicitudes de información de los alumnos.</p> <p>-Canalizar correctamente a los alumnos a las áreas que solicitaron para evitar contratiempos y re direccionamiento de los alumnos.</p> <p>-Aplicar encuestas semestrales para conocer el nivel de satisfacción de los alumnos con los procesos de la facultad para conocer si hay mejora después de las implementaciones.</p>	Área / Tiempo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
	<p>Programas académicos (Clases, proyectos y talleres)</p>	<p>Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos</p>	<p>Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)</p>	<p>Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)</p>	<p>Elaboración de materiales informativos y realizar promoción acerca de la disponibilidad de los mismos</p>	<p>Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.</p>	<p>Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos</p>
	<p>Instalaciones del campus (Aulas, salones de usos múltiples, audiovisual)</p>	<p>Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos</p>	<p>Revisión de las instalaciones y el correcto funcionamiento de las mismas, en caso de presentar problemas reportar con el administrador de la facultad para tomar las acciones pertinentes.</p>	<p>Revisión de las instalaciones y el correcto funcionamiento de las mismas, en caso de presentar problemas reportar con el administrador de la facultad para tomar las acciones pertinentes.</p>	<p>Revisión de las instalaciones y el correcto funcionamiento de las mismas, en caso de presentar problemas reportar con el administrador de la facultad para tomar las acciones pertinentes.</p>	<p>Revisión de las instalaciones y el correcto funcionamiento de las mismas, en caso de presentar problemas reportar con el administrador de la facultad para tomar las acciones pertinentes.</p>	<p>Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos</p>
	<p>Tecnología (Equipo de cómputo, internet, laboratorio de cómputo)</p>	<p>Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos</p>	<p>Inventario y verificación del funcionamiento o del equipo de los laboratorios de cómputo, sala audiovisual, sala de usos múltiples y en el área de préstamo de equipo a estudiantes</p>	<p>Inventario y verificación del funcionamiento o del equipo de los laboratorios de cómputo, sala audiovisual, sala de usos múltiples y en el área de préstamo de equipo a estudiantes</p>	<p>Realizar las reparaciones y reemplazos de equipo necesarios para garantizar el correcto funcionamiento o de los laboratorios de cómputo así como el internet de la Facultad.</p>	<p>Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.</p>	<p>Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos</p>
	<p>Orientación estudiantil (Secretarías, personal administrativo, intendencia)</p>	<p>Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos</p>	<p>Mejorar capacitación de alumnos que prestan apoyo</p>	<p>Desarrollo e implementación de plataforma para automatizar la atención a los estudiantes</p>	<p>Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.</p>	<p>Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.</p>	<p>Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos</p>

Servicio social comunitario (Coordinación de servicio social comunitario)	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos	Mejorar capacitación de alumnos que prestan apoyo	Mejorar capacitación de alumnos que prestan apoyo	Elaboración de materiales informativos y realizar promoción acerca de la disponibilidad de los mismos	Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos
Tutorías (Profesores encargados de tutorías)	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos	Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)	Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)	Elaboración de materiales informativos y realizar promoción acerca de la disponibilidad de los mismos	Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos
Servicio social profesional (Coordinación de servicio social profesional)	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos	Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)	Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)	Elaboración de materiales informativos y realizar promoción acerca de la disponibilidad de los mismos	Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos
Materias optativas (Impartidas en la facultad, impartidas en otras facultades)	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos	Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)	Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)	Elaboración de materiales informativos y realizar promoción acerca de la disponibilidad de los mismos	Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos
Idioma extranjero (para liberar 2do idioma, para liberar 3er idioma)	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos	Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)	Mejorar la oferta preguntando a los alumnos por los idiomas disponibles	Elaboración de materiales informativos y realizar promoción acerca de la disponibilidad de los mismos	Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos
Prácticas profesionales (Departamento de prácticas profesionales)	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos	Mejorar capacitación de alumnos que prestan apoyo	Reducir el número de trámites y hojas impresas utilizadas durante el proceso	Elaboración de materiales informativos y realizar promoción acerca de la disponibilidad de los mismos	Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos
Trámites para titulación (Titulación y seguimiento)	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos	Inspección de la disponibilidad de los recursos tecnológicos (página de internet, redes sociales, correos electrónicos)	Reducir tiempos de atención por parte de la coordinación para atender dudas	Elaboración de materiales informativos y realizar promoción acerca de la disponibilidad de los mismos	Atender las solicitudes que los alumnos presenten en la plataforma de atención estudiantil.	Aplicar encuesta de satisfacción a los alumnos

5.2 Uso de las Tecnologías de la Información como apoyo

Como se mencionó anteriormente, las Tecnologías de la Información se han convertido en un aspecto importante de nuestra vida diaria. De acuerdo con datos publicados en la página que desarrolla la ciencia de los datos, DATAREPORTAL, en el año 2021 el uso promedio del internet entre los países fue cercano a las 7 horas diarias, mientras que en México el uso fue considerablemente superior con más de 9 horas de uso diarias. También este portal señala que más de la mitad de la población mundial ya se encuentra usando Smartphone, redes sociales e internet (Kepios, 2021), por lo que la implementación de herramientas que hagan uso del internet, los Smartphone y las redes sociales, les serviría a la Facultad para facilitar los procesos y aumentar el flujo de la información.

Al igual que el modelo canvas utilizado en este trabajo derivó de la idea del autor Alex Osterwalder (Osterwalder & Pigneur, 2010) , originalmente creado para desarrollo empresarial, también existen otras herramientas que pueden ser adaptadas para el uso en la facultad.

Tal es el caso de los programas informáticos desarrollados para la atención y manejo de las relaciones con los clientes (CRM por sus siglas en inglés). Con este tipo de programas se puede aliviar los aspectos negativos que más repitieron los alumnos en los canvas estudiantiles: Falta de atención y desconocimiento del estado de su solicitud o proceso.

Al hacer la combinación con el internet y el Smartphone se puede crear un ambiente en el que el alumno pueda solicitar información en cualquier momento y consultar el status de su proceso. Si bien la implementación de CRMs podría significar una dificultad en la fase inicial, debido a la curva de aprendizaje natural que existe al aprender a utilizar una nueva herramienta, la automatización que puede llegar a brindar, se traduciría en reducción de carga de trabajo para los profesores y el personal administrativo que la utilicen.

REFERENCIAS

- Benmark, G. (2014). *Why the COO should lead social-media customer service*. Retrieved from McKinsey & Company: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/why-the-coo-should-lead-social-media-customer-service#:~:text=One%20is%20that%20social%20platforms,social%20media%2C%20less%20than%20%241>
- Brightspot. (2019). *Student experience journey map best practices and tools*. Obtenido de Brightspot: <https://www.brightspotstrategy.com/tool/student-experience-journey-map-tool/>
- Facultad de Contaduría y Administración. (2021). Obtenido de FCA: <https://fca.tij.uabc.mx/en/>
- Felix, E. (2020). *Learning space toolkit*. Obtenido de Brightspot: <https://learningspacetoolkit.org/needs-assessment/data-gathering-tools-2/index.html>
- Gobierno de Mexico. (2020). *Universidades en Tijuana, Baja California*. Obtenido de Sistema de Información cultural-secretaría de Cultura: https://sic.gob.mx/lista.php?table=universidad&estado_id=2&municipio_id=4
- Jhonson, M. (2019). *How to create student personas for your university*. Obtenido de Contra Agency: <https://www.contra.agency/blog/how-to-create-student-personas/>
- Kepios. (2021). *DIGITAL 2021: GLOBAL OVERVIEW REPORT*. Obtenido de DATAREPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Morgan, B. (2017). *What is customer experience?* Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2017/04/20/what-is-customer-experience-2/#15d3caad70c2>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*.
- SCOPE. (2021). *Student-Centered Schools*. Obtenido de Stanford Center for Opportunity Policy in Education: <https://edpolicy.stanford.edu/sites/default/files/scope-enriching-student-centered-practices-questions.pdf>
- Shen, L. (2017). *United Airlines stock drops \$1.4 billion after passenger-removal controversy*. Obtenido de Fortune: <https://fortune.com/2017/04/11/united-airlines-stock-drop/>
- Staff, F. (2019). *México, el quinto país con más usuarios de Facebook en el Mundo*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/mexico-el-quinto-pais-con-mas-usuarios-de-facebook-en-el-mundo/>
- Stewart, K. (2018). *5 ways Sephora creates a seamless customer experience*. Obtenido de NRF: <https://nrf.com/blog/5-ways-sephora-creates-seamless-customer-e>
- Universidad Autónoma de Baja California. (2021). Obtenido de UABC: <https://www.uabc.mx/en/>

Wahab, S. (2016). The implication of customer service in higher education: Review paper. *International Journal of Education and Practice*, 106-111. Obtenido de <https://doi.org/10.18488/journal.61/2016.4.3/61.3.106.111>