



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios

**ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE
EGRESADOS DE LA MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL DE UNIMINUTO
RECTORÍA BOGOTÁ**

**Autores: Darcio Serna Córdoba. ID 688243
Yorby Constanza Mosquera Rodríguez ID 688249**

**Director de tesis:
Obed Alfonso Fragozo Manjarrez**

Trabajo de grado presentado para optar al título de Magíster en Gerencia Social

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL
COMPONENTE DE PROFUNDIZACIÓN
BOGOTÁ, COLOMBIA
JUNIO 2025**

Índice

1. Introducción.....	9
2. Descripción del problema y preguntas de investigación.....	11
2.1 Identificación del problema	11
2.1.1 Estado del Arte	11
2.1.2 Antecedentes del Ámbito Internacional.....	12
2.1.3 Antecedentes del Ámbito Nacional.....	15
2.1.2 Descripción del problema.....	17
2.1.3 Formulación del problema.....	19
2.1.4 Árbol de problemas	20
2.3 Justificación	21
2.3.1 Pertinencia de la investigación para la Gerencia Social.....	23
2.3.2 Pertinencia de la investigación para la organización, grupo social o comunidad donde ésta se realiza.....	24
2.3.3 Pertinencia de la investigación para el problema que se desea estudiar	24
2.3.4 Pertinencia de la investigación frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS	24
3. Objetivos	26
3.1 Objetivo General.	26
3.2 Objetivos Específicos.	26
4. Hipótesis.....	26
4.1 Hipótesis de investigación	26
5. Marco Referencial	26
5.1 Marco teórico	26
5.1.1 Fundamento teórico sobre el seguimiento de egresados:.....	27
5.1.2 La Gerencia Social.....	28
5.1.3 La Planeación Estratégica como herramienta de integración participativa	29
5.2 Marco Conceptual.....	33

5.2.1 Estrategias.....	33
5.2.2 Participación.....	33
5.2.3 Egresados.....	34
5.2.4 Gerencia.....	34
5.3 Marco Normativo.....	34
5.3.1 Política de Relacionamiento y Seguimiento de los Egresados de UNIMINUTO.....	34
5.3.2 Legislación Nacional.....	36
5.3.3 Consideraciones Éticas.....	36
6. Diseño Metodológico.....	37
6.1 Tipo de investigación.....	37
6.2 Enfoque de la investigación.....	37
6.3 Método de acercarse al objeto de estudio.....	38
6.4 Universo de estudio.....	38
6.5 Muestra de estudio.....	38
6.6 Técnica e Instrumento para la recolección de los datos.....	40
6.7 Modelo de análisis.....	41
6.7.1 Descripción de las categorías.....	43
7. Resultados.....	47
7.1 Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los egresados de la MGSO durante el periodo 2021-2022-2023-2024.....	47
7.1.1 Descripción de la muestra de estudio.....	47
7.1.2 Análisis de los resultados de la encuesta.....	47
7.2 Análisis de los resultados de la entrevista aplicada a un Directivo de la Maestría en Gerencia Social MGSO durante el periodo 2021-2022-2023-2024.....	55
7.2.1 Descripción de la muestra de estudio.....	55
7.2.2 Análisis de los resultados de la entrevista.....	55
7.3 Análisis de los resultados de la entrevista aplicada a (1) un miembro de Coordinación de Egresados de la MGSO durante el periodo 2021-2022-2023-2024.....	57
7.3.1 Descripción de la muestra de estudio.....	57

7.3.2 Análisis de los resultados de la entrevista.....	57
8. Discusión.....	62
9. Análisis DOFA	64
9.1 Matriz DOFA.....	64
10. Propuesta de estrategias de gerencia social, que promuevan la participación en la vida institucional de los egresados de la Maestría en Gerencia Social.	66
10.1 Estrategias de comunicación	66
10.2 Estrategias de oferta de servicios y beneficios	67
10.3 Estrategias de oferta de participación.....	68
11. Planeación estratégica	70
12. Conclusiones y recomendaciones.....	78
Referencias Bibliográficas	80
Anexos	85

Índice de Tablas

Tabla 1 Objetivos ODS 4, 8 y 10 y sus metas.....	25
Tabla 2 Datos Poblacionales por Cohorte.....	38
Tabla 3 Resultados.	39
Tabla 4 Muestreo de los de 153 egresados desde 2018 a 2023, de la Maestría de Gerencia Social de la Universidad Minuto de Dios.....	40
Tabla 5 Descripción de las categorías.	43
Tabla 6 N° de entrevistados de la MGSO por vigencia.	47
Tabla 7 DOFA	64
Tabla 8 <i>Planeación estratégica (Categoría, Objetivo, Actividades, Indicador)</i>	70

Índice de figuras

Figura 1 Árbol de problemas	21
Figura 2 Evolución de la gerencia social.	29
Figura 3 Modelos de planificación estratégica.....	30

Figura 4. Conocimiento de los canales de comunicación a través de los cuales la MGSO mantiene vínculos con los egresados.....	48
Figura 5. Canales de comunicación que conoce a través de los cuales la MGSO mantiene vínculos con los egresados.	49
Figura 6. Canales de comunicación recomendados al programa de MGSO	49
Figura 7. Recepción de oferta de servicios y beneficios.....	50
Figura 8. Conocimiento acerca de la prestación de servicios y actualización profesional para beneficiar económicamente a los egresados de la UNIMINUTO	51
Figura 9. Servicios recomendados.	51
Figura 10. Invitación a participar en eventos de carácter académico bajo la figura de diversos tópicos y bajo distintas formas de participación.	52
Figura 11. Participación en alguna red de egresados de carácter institucional. ...	53
Figura 12. Participación en proyectos de investigación institucional o como voluntariado de alguna actividad institucional.	53

Resumen

Introducción: La gerencia social es un modelo de gestión corporativo que considera el entorno donde cada organización opera desde una visión transversal combinando capital y actividad social, bienestar colectivo, gestión ética y responsable, participación e inclusión social y toma de decisiones con visión moral e impacto en la comunidad. En tal sentido, los egresados del programa de Maestría en Gerencia Social (MGSO) de UNIMINUTO, Rectoría Bogotá, pueden participar en actividades relacionadas con su carrera de egreso y así buscar un bienestar recíproco para con la comunidad.

El problema: Los egresados del programa de MGSO, Rectoría Bogotá, reflejan una baja participación en la vida institucional y los beneficios que de ella se derivan.

Objetivo: Formular estrategias de gerencia social, que promuevan la participación de los egresados de la Maestría en Gerencia Social en la vida institucional.

Metodología: Se llevó a cabo una investigación no experimental, con un diseño transversal, y alcance explicativo-descriptivo, bajo un enfoque cualitativo, empleando el método inductivo. Como instrumento de recolección de datos se empleó la entrevista. El universo de estudio está conformado por los 153 egresados de la MGSO de UNIMINUTO, Rectoría Bogotá desde 2018 a 2024; y, la muestra está conformada por 31 egresados, un miembro del personal Directivo y un miembro de Coordinación de Egresados de la MGSO.

Resultados: En cuanto al conocimiento los egresados de la MGSO - sobre los diferentes canales de comunicación académicos, - en sus respuestas aseguraron tener conocimiento de dichos canales, particularmente señalando el correo electrónico, por lo que debe ampliarse la oferta de aquellos, para que los egresados accedan con mayor facilidad a la información que emita la MGSO. Sobre el recibimiento de algún tipo de ofertas de empleo por parte de la Institución, la respuesta de 30 egresados entrevistados fue negativa, al no haber recibido ningún tipo de oferta de servicios ni beneficios, lo que llama la atención sobre la limitación de este tipo de servicios en la institución. En relación con el conocimiento de alguna red de egresados de carácter institucional, 29 entrevistados señalaron no participar

en alguna red de egresados de carácter institucional. Las respuestas de la entrevista realizada al miembro del personal Directivo y al de la Coordinación de Egresados de la MGSO fueron adversas a las señaladas por los egresados.

Conclusiones: Existe una discrepancia entre las respuestas aportadas por los 31 egresados entrevistados y la emitida por un miembro del personal Directivo y el de la Coordinación de Egresados de la MGSO; dado que, se encontró que la falta de comunicación efectiva entre la universidad y los egresados es una de las principales barreras para su participación. Por otro lado, los programas de mentoría y las redes de egresados resultaron ser estrategias poco efectivas para fomentar el vínculo entre los egresados y la institución.

Palabras clave: Egresados, participación, gerencia social, estrategias.

Abstract

Introduction: Social management is a corporate management model that considers the environment where each organization operates from a cross-cutting vision combining capital and social activity, collective well-being, ethical and responsible management, participation and social inclusion and decision making with moral vision and impact on the community. In this sense, the graduates of the Master's degree program in Social Management (MGSO) of UNIMINUTO, Rectoría Bogotá, The European Commission has published a report on the Community Action Plan for the Vocational Training of Young People in Education.

The problem: Graduates of the MGSO program, Rectoría Bogotá, reflect a low participation in the institutional offer and the benefits that are derived from it.

Objective: To formulate social management strategies that promote the participation of the Master in Social Management.

Methodology: Non-experimental research was carried out, with a cross-sectional design and explanatory-descriptive scope, under a qualitative approach, using the inductive method. Interviews were used as a data collection tool. The study universe is made up of the 153 graduates of the MGSO of UNIMINUTO, Rectory Bogota from

2018 to 2024; and, the sample is made up of 31 graduates, a member of the management staff and a member of the MGSO Alumni Coordination.

Results: As for the knowledge of MGSO graduates about the different academic communication channels, in their responses they assured to have knowledge of these channels pointing out that it is the e-mail, the range of communication channels should therefore be extended to make it easier for graduates to access information from the MGSO. On the reception of any kind of job offers by the institution, the response of 30 graduates interviewed was negative because they had received no offer of services or benefits, The Institute's limited services are a striking feature. Regarding the knowledge of some network of graduates of institutional nature, 29 interviewees stated that they did not participate in any network of graduates of institutional nature. The answers given in the interview to the member of the Management staff and to the Coordination of MGSO Graduates were contrary to those indicated by the graduates.

Conclusions: There is a discrepancy between the answers given by the 31 graduates interviewed and those given by a member of the Management staff and the Coordination of Graduates of the MGSO; The lack of effective communication between university and graduates was found to be one of the main barriers to their participation. On the other hand, mentoring programmers and networks of graduates proved to be ineffective strategies for fostering the link between graduates and the institution.

Key words: Graduates, participation, social management, strategies.

1. Introducción

La Maestría en Gerencia Social de UNIMINUTO (MGSO), Rectoría Bogotá, como programa de posgrado, tiene como objetivo formar profesionales capaces de liderar procesos de cambio social y gestionar proyectos de desarrollo. Sin embargo, es fundamental que el vínculo entre la institución y sus egresados se mantenga vivo más allá de la etapa formativa, pues esto enriquece tanto a la universidad como a los propios egresados.

La participación activa de los egresados en la vida institucional es un aspecto fundamental para el fortalecimiento de las universidades y el desarrollo de redes profesionales. Sin embargo, estudios como el de Planas et al. (2012), han evidenciado que, en muchos casos, existe una brecha significativa entre las expectativas de las instituciones y el nivel de participación real de sus egresados. Esta problemática se manifiesta de manera particular en el caso de programas de posgrado orientados a la acción social, como la MGSO.

La literatura existente sobre el tema ha identificado diversos factores que influyen en la participación de los egresados, tales como la calidad de la experiencia formativa, la relevancia de las actividades ofrecidas por la institución, la existencia de redes de egresados sólidas y el nivel de satisfacción con los servicios recibidos durante la etapa de formación. Sin embargo, a pesar de estos avances, aún persisten interrogantes sobre las estrategias más efectivas para fomentar la participación a largo plazo de los egresados en la vida institucional.

En este sentido, surgió el interés por el presente estudio, el cual busca contribuir a llenar este vacío de conocimiento al analizar las estrategias de participación implementadas por UNIMINUTO para los egresados de la MGSO; por ende, se planteó como objetivo formular estrategias de gerencia social, que promuevan la participación en la vida institucional de los egresados de la Maestría en Gerencia Social. Para ello, se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las estrategias para fortalecer la participación en la vida institucional, de los egresados de la Maestría en Gerencia Social de UNIMINUTO Rectoría Bogotá, periodo 2018-2024?

A través de este estudio, se espera contribuir al fortalecimiento de la comunidad universitaria, generando un mayor sentido de pertenencia entre los egresados y promoviendo la colaboración entre la academia y el sector social. Los resultados de esta investigación servirán como base para diseñar e implementar políticas y programas que fomenten la participación activa de los egresados en la vida institucional de UNIMINUTO.

La investigación se desarrolló bajo la siguiente estructura: como punto número 1, se realizó la descripción del problema y las preguntas de investigación, incluyendo sus antecedentes, así como su descripción y formulación. Como punto número 2, se desarrolló la justificación de la investigación, en la cual se incluyó la pertinencia de la investigación para la Gerencia Social, para la organización y frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS. Como punto número 3, se desarrollaron los objetivos. En punto número 4 es la propuesta de la hipótesis y el número 5 el marco referencial. Como punto número 6 se propuso el diseño metodológico de la investigación. Seguidamente, en punto número 7 se plantearon los resultados del estudio, y el 8, la discusión. En el punto número nueve se planteó la matriz DOFA basada en el análisis de los resultados del estudio. Seguidamente se realizó la propuesta de estrategias de gerencia social, que promuevan la participación en la vida institucional de los egresados de la Maestría en Gerencia Social, y por último en el punto número 10 se realizaron las Conclusiones a las cuales se llegaron producto de la investigación.

2. Descripción del problema y preguntas de investigación

2.1 Identificación del problema

2.1.1 Estado del Arte.

De acuerdo con la información suministrada en la página web de (UNIMINUTO, s.f.), el programa de Maestría en Gerencia Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios se fundó en el año 2016, cuyos objetivos de formación están direccionados hacia las siguientes dimensiones:

- **Dimensión Acción y liderazgo participativo (aplicación):** La maestría busca que los Gerentes Sociales de UNIMINUTO, entiendan la importancia de un accionar responsable y ético con los seres humanos, para esto se apoya en componentes curriculares tales como Ética; Estado y Gobierno; Ciudadanía y participación, así como Resolución y Manejo de Conflictos y Acción Sin Daño: Estos módulos propenden hacia la reflexión teórica y práctica de la relación causa - efecto y las consecuencias de las acciones como personas ciudadanos y profesionales.
- **Dimensión Política Social:** esta es evidentemente la dimensión más amplia en la especialización, y la más importante, entendiendo los seres humanos como seres sociales. Hace referencia a las relaciones de los seres humanos que conforman la sociedad, sus dinámicas y proyecciones. El estudio de lo social permite entender su complejidad, y de esta manera se proyectan soluciones pertinentes a cada problemática. Evidentemente UNIMINUTO es el resultado de una gestión social efectiva, con un alto sentido de responsabilidad social, y compromiso con la comunidad; y busca que la experiencia de esta obra sea motivación para todos aquellos que hacen parte de ella, y que a sí mismo se replique en otras obras con el mismo sentido social.
- **Dimensión Organizacional:** Esta dimensión hace referencia a la gestión efectiva propia de todo Gerente sin dejar de lado el sentido social. Se trata de delimitar el rol de un gerente que debe hacer un uso racional de los

recursos disponibles, teniendo en cuenta que el fin es apoyar el desarrollo social no desde la perspectiva del mercado sino, desde el desarrollo humano. En la misma línea, es claro que las organizaciones sociales deben desarrollar habilidades que les permitan formular estrategias acordes a su propósito de desarrollo social y comunitario (UNIMINUTO, s.f.).

Es importante señalar, que de esta Maestría que funciona únicamente en la Rectoría de Bogotá, han egresado 153 magísteres desde el año 2018 hasta el 2023.

Con respecto a la participación en la vida institucional de egresados de instituciones de educación superior, se encuentran antecedentes de carácter internacional, nacional y de UNIMINUTO, que se describen a continuación.

Ámbito Internacional.

En el ámbito internacional de la Universidad de Gerona Cataluña, se encuentra el estudio llevado a cabo por Planas et al., (2012), titulado *¿Por qué los estudiantes participan poco en la gestión de la universidad? La opinión del profesorado*, cuyo objetivo fue “mostrar como el profesorado universitario percibe la participación de los exestudiantes en la gestión universitaria y conocer su interpretación de dicho fenómeno”.

Para ello, metodológicamente se llevó un estudio de campo, como instrumentos de recolección de datos se empleó un cuestionario electrónico, se realizaron grupos de discusión y se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas, las cuales permitieron conocer la opinión y los puntos de vista de los vicedecanos y coordinadores de titulación de los diferentes centros y facultades. Obtuvieron como conclusión que, este fenómeno complejo y multidimensional como es la participación de los exestudiantes en la universidad, según los profesores, se debe a que esta generación tiene poca disposición (a diferencia de cuando ellos estudiaron), no quiere participar. Entre las propuestas seguramente habrá que pensar en la formación y capacitación del profesorado en estrategias para

relacionarse constructivamente con los estudiantes e implicarse institucionalmente en las actividades universitarias post-egreso.

Asimismo, en Europa, instituciones como la Universidad de Barcelona (España) y la London School of Economics (Reino Unido) han desarrollado modelos basados en “Alumni clubs”, donde los egresados contribuyen como conferencistas, evaluadores de proyectos o donantes estratégicos (Sánchez & López, 2020). Estos casos demuestran que la participación aumenta cuando existen beneficios mutuos, como acceso a formación continua u oportunidades laborales.

Por otra parte, en América del Norte, se encuentra el estudio llevado a cabo en Miami Ohio por el centro Ellucian (s/f), titulado *Lo que la Universidad de Miami aprendió de la puntuación de participación de exalumnos*. Para ello, aplicaron una escala de participación de egresados y cómo se pueden tomar esos datos de participación acumulados y convertirlos en modelos predictivos para impulsar la calidad de la participación, mejores experiencias de voluntarios y, básicamente, definir modelos que ayuden a construir la fuente de información para los colegas encargados del desarrollo. Los resultados señalan que una enfocados en un grupo en particular de egresados de los últimos 10 años, arrojó un puntaje de participación sorprendente al saber que tenían mucha más participación de lo que se pensaba, pues su asistencia a muchos eventos de la universidad, sí como su participación en distintos programas ofertados por la universidad tales como donaciones, eventos y voluntariado.

Por otro lado, se encuentra la publicación del portal de FasterCapital (Dubai, 2022), titulada “Involucrar a los exalumnos en las actividades del campus”, cuyo objetivo es proponer un “movimiento estratégico que puede generar beneficios sustanciales tanto para la universidad como para sus graduados” a través de:

1. “Programas de tutoría: que fomentando los vínculos generacionales”: el cual permitirá aprovechar al máximo la cantidad de conocimientos y experiencia en el mundo real a través de profesionales experimentados.

2. “Conferencias y talleres invitados: un ecosistema de aprendizaje permanente”: mediante la invitación de exalumnos en calidad de oradores o facilitadores de talleres en si campus se podrá enriquecer.
3. “Eventos de networking: conectando pasado, presente y futuro”; esto permitirá la constitución de eventos para que los exalumnos forjen alianzas y busquen talentos, como, por ejemplo: La Cumbre Anual de Emprendimiento de Antiguos Alumnos reúne a graduados en negocios, capitalistas de riesgo y aspirantes a emprendedores.
4. “Filantropía y recaudación de fondos: retribución”: Los antiguos alumnos deben parte de su éxito a la institución que los crio. Fomentar la filantropía, ya sea a través de becas, subvenciones para investigación o desarrollo de infraestructura, crea un círculo virtuoso. Los exalumnos que retribuyen no sólo invierten en el futuro, sino que también fortalecen la estabilidad financiera de la universidad.
5. “Iniciativas de impacto social”; Tales como el servicio comunitario.

En América Latina, la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso-Chile (2021) titulada “Campaña de Seguimiento a Egresados y Titulados 2021”, la cual implementó un programa de egresados con enfoque en **responsabilidad social**, vinculándolos a proyectos comunitarios afines a sus estudios, con una participación histórica de ex alumnos lo que incrementó su compromiso en un 40% con proyección a tres años.

También, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), posee un seguimiento de sus egresados del programa de Maestría y Doctorado en Historia, mediante encuestas a los egresados titulada “Cuestionario de opinión sobre los servicios de la UNAM”, la cual es “anónima y evalúa de manera general el desempeño docente y del personal administrativo, así como el proceso de enseñanza aprendizaje y la infraestructura”. No obstante, hacen énfasis en los niveles de empleo de sus egresados y en las recomendaciones de estos programas.

Todas las investigaciones citadas, señalan la importancia que reviste la participación de los egresados universitarios en actividades de su campus de egreso como una manera de consolidar beneficios universidad-sociedad mediante su especial participación.

Ámbito Nacional.

En el ámbito nacional, existen varios programas de participación de egresados en distintas universidades colombianas, tales como:

- **Universidad Nacional de Colombia: Programa de Egresados Sede Bogotá.**

Este proyecto estudiantil con egresados fue contemplado en las metas del “Proyecto de Inversión de la Dirección de Bienestar Universitario Sede: Bienestar Integral en Ambientes y Convivencia Saludables 2013 – 2015”; siendo su finalidad “promover el desarrollo de actividades que contribuyan a la formación académica, investigativa, la expresión artística y cultural y profesional, a través del intercambio de saberes y experiencias entre los estudiantes y egresados.

Actualmente, esta universidad cuenta con la estrategia de la Red de egresados a nivel nacional, específicamente de la Facultad de Minas, siendo su fin último: “busca realizar diversas actividades de acompañamiento a los egresados para fortalecer su vínculo con la universidad y promover su desarrollo profesional frente a las exigencias del mercado laboral. Entre esas actividades se encuentra dinamizar su participación en procesos académicos como la autoevaluación de programas, a partir de resultados estadísticos de su desempeño laboral, ser embajadores de la institución desde distintos ámbitos y diagnosticar permanentemente el mercado para mejorar la calidad y pertinencia de nuestros programas académicos y así facilitar su inserción laboral” (Universidad Nacional de Colombia, s.f).

- **Universidad Católica de Colombia: Convocatoria “Egresados en la sociedad del conocimiento (2023).**

Cuyo objetivo es “promover la vocación científica en la comunidad de los egresados no graduados y graduados, a partir del desarrollo de actividades de formación investigativa en los semilleros y proyectos de investigación, lo cual busca favorecer el desarrollo de acciones para el crecimiento en la vía profesional e institucional, en materia de la investigación, ciencia, tecnología e innovación”.

- **Universidad de los Andes (UNIANDES) (s.f):** La UNIANDES la red de Uniandinos, Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes, la cual ofrece una serie de beneficios para sus egresados tales como: beneficios para egresados, empleabilidad (Centro de trayectoria profesional: oportunidades para encontrar trabajo y gerenciar la carrera profesional), estudios en el exterior (convenios, becas y convocatorias) y seguimiento laboral.
- **Universidad del Bosque (Unibosque):** esta institución universitaria cuenta con el portal Graduados El Bosque, cuya red de graduados ofrece noticias de graduados donde se resalta el talento tal como: Emprendedores El Bosque, donde aparecen las empresas pertenecientes a los egresados y las publicaciones de beneficios para estos. Asimismo, en esta red existe un apartado direccionado a la prestación de servicios que benefician y les brindan oportunidades a sus egresados de sentirse cercanos a su Alma Máter, tales como: Correo electrónico permanente, acceso a la Biblioteca Juan Roa Vásquez, actividades de bienestar universitario: CAF, salud, deportes, clases, talleres y club de beneficios, portal de empleo y programa de apoyo al egresado: Club de empresarios, asesoría para internacionalización y seguimiento a los egresados que buscan trabajo

Como se puede observar, los antecedentes nacionales citados, exponen la importancia de la participación de los egresados de cada universidad para con su claustro universitario y los beneficio que de ello pueden derivarse.

Ahora bien, UNIMINUTO posee una página titulada “Red de egresados UNIMINUTO” de la MGSO, la cual señala ser un “espacio exclusivo que permite que se conecten entre sí, se conecten con la institución y con la sociedad a través de su proyecto y desarrollo profesional”, siendo su objetivo: “Fortalecer los vínculos profesionales y construir las redes de relacionamiento entre colegas de la institución” (Club de Egresados, 2022). Para ello, el egresado que desee participar puede registrarse mediante su correo institucional, luego suscribirse y completar todos los datos para su solicitud de acceso, luego podrá tener acceso, completar los datos del perfil y comenzar a interactuar en esta red, la cual les permite a los egresados ampliar redes de contacto, mantener mayores conexiones laborales y explorar más grupos de interés.

Además, los integrantes de la red pueden interactuar con otros colegas y ubicarlos por distintos filtros y hacer alianzas para aumentar la red de contactos. Además, esta red posee una ventana que permite visualizar todas las empresas en las cuales prestan sus servicios profesionales los egresados de UNIMINUTO, lo cual brinda como ventaja el aumento de las conexiones laborales. Asimismo, existe una sesión de noticias que permite visualizar todos los acontecimientos del Alma Mater, y donde se puede tener acceso a los foros para interacción, así como para conectarse con los eventos que le interesen al egresado.

2.1.2 Descripción del problema.

Naturalmente los alumnos que han cursado y aprobado satisfactoriamente la totalidad del plan de estudios reglamentado para un programa o carrera académica en una universidad, siempre crean un importante vínculo social que, se traduce en la internalización de las distintas dinámicas universitarias que se desarrollan en los campus como lo son la investigación (semilleros de investigación), actividades de extensión (deportes, coros, grupos de interés, etc.), responsabilidad social incorporada al ámbito universitario, trabajo social desde la universidad hacia su contexto más próximo, cuyo impacto socio-educativo se evidencia en un proceso

integrador y de calidad educativa que reporta beneficios tanto a la universidad, como a la sociedad y a los egresados.

En tal sentido, desde un punto de vista de la calidad, el comunicado final de la Conferencia Mundial de Educación Superior 2009, refiere que: “La calidad requiere tanto el establecimiento de sistemas de aseguramiento de la calidad y pautas de evaluación, así como la promoción de una cultura de la calidad en el seno de las instituciones (Conferencia Mundial de Educación Superior, 2009, p. 3)”. Tanto la universidad como la sociedad y los egresados obtienen beneficios de una educación superior de alta calidad. Para estos últimos, la calidad se traduce en ventajas como mayores oportunidades laborales, una trayectoria laboral ascendente y salarios más altos. Esto conduce a una mayor responsabilidad social de los egresados, pues podrán aportar su talento y su compromiso para con la sociedad y para con el claustro universitario, ya que de esta manera podrán retornar parte de los beneficios individuales recibidos en su casa de estudio.

UNIMINUTO, cuenta con una “Red de egresados UNIMINUTO”, como un “espacio exclusivo que permite que se conecten entre sí, con la institución y con la sociedad a través de proyectos de desarrollo profesional”, siendo su objetivo: “Fortalecer los vínculos profesionales y construir las redes de relacionamiento entre colegas de la institución” (Club de Egresados, 2022). Y es como consecuencia de ello que, se plantea este trabajo de grado dado que la página WEB, alude a todos los egresados de UNIMINUTO y no hay alusión a los egresados de la MGSO.

En tal sentido, las universidades pueden conseguir en sus egresados un gran apoyo que incluye beneficios recíprocos y que se verán reflejados socialmente; sin embargo, no existe suficiente información acerca de la actual participación de egresados del programa MGSO de UNIMINUTO, Rectoría Bogotá, en las actividades desarrolladas dentro del claustro universitario, pues esta es escasa o casi nula, lo que pudiera ocasionar un menoscabo en algunas actividades universitarias relacionadas con los egresados universitarios de esta áreas, siendo

este un tema que merece atención y análisis; dado que, el *Informe general de resultados estadísticos de la encuesta de seguimiento a egresados de posgrado, de la MGSO (2023)*, no señala ningún ítem relacionado con la participación de sus egresados en las actividades de la universidad: esto es un indicador acerca de la baja participación de los egresados o de las barreras que impiden que dicha participación sea oportuna, permanente y efectiva, así como las estrategias que podrían desarrollar a favor de fortalecer dicha participación desde el marco de la Gerencia Social.

Para intervenir el problema, se acude a la herramienta de la Planeación Estratégica (PE) siendo esta “Un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados” (Steiner, 2007, p. 73). Por ende, en el marco de la Gerencia Social, la PE participativa en las instituciones se define como:

Un proceso de planificación estratégica que involucra activamente a todos los miembros de la comunidad en la definición de objetivos, la elaboración de estrategias y la evaluación de resultados. Esta metodología permite crear un sentido de pertenencia y compromiso entre los diferentes grupos, fomentando el trabajo colaborativo y la toma de decisiones consensuadas (Aramburo, 2008, p. 78).

En tal sentido, no existen evidencias directas (ni en la página de egresados de la UNIMINUTO) acerca de la participación de los egresados del programa MGSO de UNIMINUTO, Rectoría Bogotá, en las actividades y decisiones – que los involucran – generando una ruptura de dicha instancia, en temas de información, participación y formación de estos egresados.

2.1.3 Formulación del problema.

Lo anterior permite plantear la siguiente pregunta problema para esta investigación: ¿Cuáles son las estrategias para fortalecer la participación en la vida

institucional, de los egresados de la Maestría en Gerencia Social de UNIMINUTO Rectoría Bogotá, periodo 2018-2023?

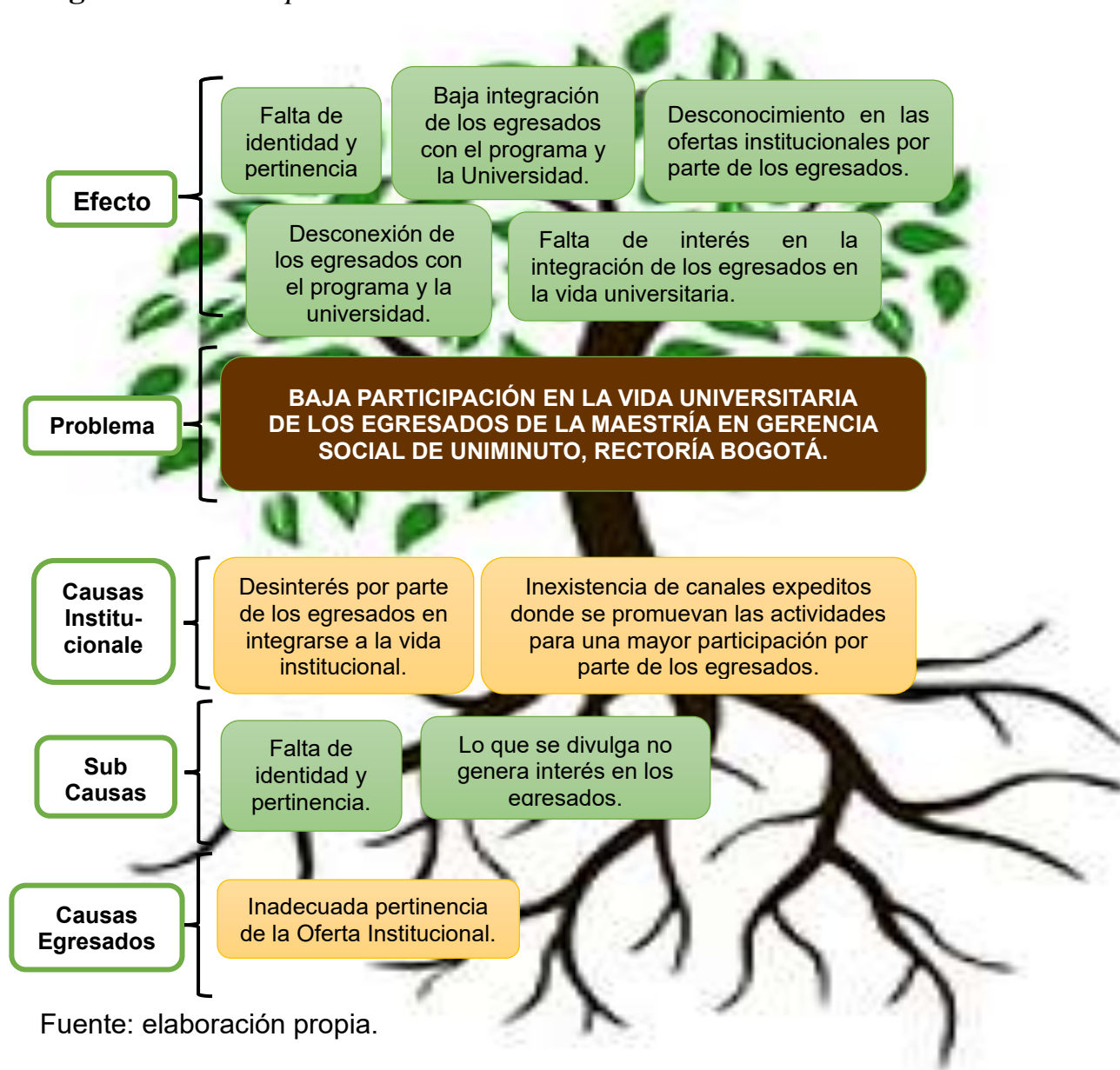
2.1.4 Árbol de problemas

Un árbol de problemas es una técnica de análisis que establece relaciones de causa-efecto basadas en la teoría y el conocimiento sectorial para identificar y ordenar los principales problemas u oportunidades que una intervención busca abordar (Aguirre et al., 2021).

Cabe destacar que, esta metodología permite relacionar tres dimensiones esenciales, que abren espacio a cada una de las categorías asociadas. El tallo del árbol que lleva el problema central, las raíces que contienen las causas y las hojas que describen los efectos, siendo ejemplos de dimensiones esenciales que esta metodología permite relacionar.

Por lo tanto, la forma correcta de analizar el árbol de problemas es que cada problema es resultado de los que están debajo de él y a su vez es causa de los que están debajo de él. En la Figura N° 1 se presenta el árbol problemas.

Figura 1 *Árbol de problemas*



2.3 Justificación

La presente investigación, se justifica por la necesidad de fortalecer la participación de los egresados de la Maestría en Gerencia Social en el ámbito universitario y su proyección hacia la sociedad, específicamente de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Rectoría Bogotá, al distinguirse por su enfoque contextualizado; ya que, no solo han conseguido barreras de participación institucional, sino también oportunidades muy limitadas que ofrece el entorno académico y social de esta universidad.

A diferencia de estudios generales sobre vinculación de egresados con sus centros de formación, esta investigación profundiza en las particularidades de la gerencia social como disciplina clave para el desarrollo comunitario, proponiendo estrategias adaptadas a un perfil profesional comprometido con la transformación social. Así, el estudio trasciende recomendaciones genéricas y ofrece soluciones prácticas basadas en el ethos institucional de UNIMINUTO y las expectativas de sus graduados.

Aunque otras investigaciones coincidan en la necesidad de fortalecer redes de egresados o mejorar la comunicación institucional, este trabajo se diferencia al integrar principios de gerencia social como enfoque participativo, compromiso social y redes de contactos institucionales en el diseño de las estrategias. Mientras estudios convencionales priorizan métricas de empleabilidad o satisfacción, aquí se evalúa el impacto de la participación en la construcción de capital social y en la proyección de la maestría como referente en el ámbito público y comunitario.

Esta perspectiva innovadora convierte a los egresados en actores centrales del desarrollo institucional, no solo en beneficiarios pasivos. Por último, este proyecto las articula con un plan de acción contextual, medible y alineado con la misión social de la institución, garantizando no solo replicabilidad sino también pertinencia estratégica.

En este mismo sentido, es pertinente observar que la gerencia social, comporta unas características diferenciadoras, y dentro de ellas esta entre otras, la transformación social, la visión interdisciplinaria y la gerencia estratégica; ello infiere que en este trabajo de tesis, se esta abordando un problema organizacional, para intervenir en problemáticas organizacionales, estos es, organizaciones, y en este caso particular, se trata de la Corporación Universitaria Minuto de Dios y específicamente su programa de MGSO, en lo referente a sus egresados.

En este mismo sentido, se advierte que el perfil del egresado, busca resolver esas problemáticas sociales, mediante un análisis de contexto, para desarrollar propuestas. Ahora bien, el perfil del egresado de una MGSO, es precisamente

comprender problemáticas sociales y en este caso una problemática social organizacional, para desarrollar un visión crítica, prospectiva y propositiva.

Por ello el Ministerio de Educación nacional, solicita que egresados de la MGSO puedan vincularse a su planta docente y administrativa, si ello es así, como efectivamente lo es, abordar este tema desde la investigación resulta no solo relevante y pertinente, si no, absolutamente novedoso.

2.3.1 Pertinencia de la investigación para la Gerencia Social

Este estudio encuentra su justificación en la necesidad de encontrar las razones, que dificultan la participación, efectiva, eficaz y oportuna de los egresados del programa de Maestría en Gerencia Social en la vida institucional de la Universidad Minuto de Dios.

Por todo lo anterior, es necesario y pertinente que, a través de la Planeación estratégica, los gerentes sociales actúen desde una visión transversal que genere acción social, bienestar colectivo, gestión ética y responsable, participación e inclusión de esta población objeto, en la toma de decisiones respecto a la solución o intervención de estos egresados en algunos problemas que afecten la institucionalidad de UNIMINUTO.

Lo novedoso de esta trabajo de grado, es que producto de la investigación exhaustiva realizada, se pudo constatar, que si bien, hay una coordinación de egresados de esta rectoría Bogotá, no se hace un estudio minucioso del relacionamiento de egresados por programas, es decir, si bien cada programa tiene un plan para trabajar con los egresados y en lo que se investigó - se encuentra que fortalezas y debilidades - la coordinación de egresados, se tiene una visión muy general de todos los programas, pero no específicamente del desenvolvimiento de cada uno de ellos, esto adquiere relevancia, al hacer una investigación referida al programa de MGSO.

2.3.2 Pertinencia de la investigación para la organización, grupo social o comunidad donde ésta se realiza

La presente investigación es pertinente para la Corporación Universitaria Minuto de Dios y para el grupo de egresados del programa de MGSO, Rectoría Bogotá, pues se realiza con el fin de proponer estrategias para el fortalecimiento de la participación de egresados de este programa para el fortalecimiento de vínculos de índole social entre comunidad e institución de educación superior.

2.3.3 Pertinencia de la investigación para el problema que se desea estudiar

El bienestar social y la satisfacción de las necesidades sociales están relacionados con el contexto de lo social y en coherencia con el problema descrito. En esta reflexión es importante tener en cuenta un conjunto de relaciones e instituciones que permiten su funcionamiento. Estas relaciones de fuerza surgen entre los actores involucrados (grupos, individuos e instituciones). Es por ello, la pertinencia de esta investigación dado que se pretenderá crear la red de egresados de la MGSO, para que de esta manera se pueden comenzar a apreciar una participación en las actividades de la universidad de este grupo de egresados.

2.3.4 Pertinencia de la investigación frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS

La Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2005) plantea los acuerdos globales más ambiciosos y trascendentales en la historia reciente: “Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): 17 objetivos como eje central de La agenda 2030,” En tal sentido, la presente investigación posee pertinencia con los siguientes ODS y sus metas:

Tabla 1 *Objetivos ODS 4, 8 y 10 y sus metas.*

	<p>Metas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria.- Aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.- Aumentar considerablemente la oferta de docentes calificados, incluso mediante la cooperación internacional para la formación de docentes en los países en desarrollo, especialmente los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo
	<ul style="list-style-type: none">- Lograr el empleo pleno productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor- Reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.- Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios
	<ul style="list-style-type: none">- Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.- Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto- Aplicar el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, de conformidad con los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio.

Fuente: Elaboración sobre la base de las metas de los ODS 4, 8 y 10.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General.

Formular estrategias de gerencia social, que promuevan la participación en la vida institucional de los egresados de la Maestría en Gerencia Social.

3.2 Objetivos Específicos.

- Conocer las estrategias de participación que se han implementado para el fortalecimiento del vínculo de los egresados de la MGSO con la vida institucional.
- Identificar los factores que influyen en el bajo nivel de participación institucional de los egresados de la Maestría en Gerencia Social de UNIMINUTO Rectoría Bogotá, mediante encuestas y grupos focales, para diagnosticar las causas principales de su desconexión con la universidad.
- Diseñar un plan de estrategias de gerencia social, basado en los hallazgos del diagnóstico, que fomente la participación activa de los egresados en actividades académicas, redes de cooperación y proyectos institucionales.

4. Hipótesis

4.1 Hipótesis de investigación

La formulación de estrategias de Gerencia Social, promueven y fortalecen la participación de los egresados de la MGSO en la vida institucional.

5. Marco Referencial

5.1 Marco teórico

Esta fase de la investigación se fundamenta en la revisión de fuentes primarias, secundarias y antecedentes que permitan reconocer la realidad de la problemática desde la naturaleza y las causas que dan origen (Rivera, 2019). Por

ello, en este aparatado se exponen los distintos postulados investigativos, los constructos teóricos, contextuales y las bases legales que sustenta la investigación y que permiten tener una visión amplia y fundamentada del tema investigado (Carlino, 2021), las cuales se requiere para su respectivo soporte académico.

De este modo, el presente aparatado es esencial para la investigación; dado que, la fundamenta y proporciona una base sólida de conocimiento que sustenta el estudio y le otorga credibilidad; además, le permite orientar la metodología siendo coherentes con el enfoque teórico, lo que a su vez permitirá analizar e interpretar los hallazgos de la investigación a la luz de las teorías y conceptos existentes para contribuir con el conocimiento, al ampliar la comprensión del tema de estudio y aporta nuevas perspectivas al campo de investigación y que serán tratados cada uno en los siguientes subapartados, en los cuales se describen cada una de las categorías de análisis que fundamentan esta investigación, siendo la gerencia social, la planeación estratégica, la planeación estratégica como herramienta de integración participativa.

5.1.1 Fundamentos teóricos sobre el seguimiento de egresados:

- **La teoría del capital humano (TCH, Schultz, 1961; Becker, 1964).**

Siguiendo la perspectiva de Schultz, su teoría postula que la educación es una inversión que incrementa las habilidades y la productividad de los individuos, generando mayores retornos económicos a largo plazo. El seguimiento de egresados permite evaluar el impacto de la formación académica en su desarrollo profesional, vinculando su desempeño laboral con la calidad de la educación recibida (Becker, 1964).

- **Teoría del Vinculación Institucional (Tinto, 1975, 1993)**

El autor Tinto argumenta que la permanencia y el éxito académico dependen del **compromiso** del estudiante con la institución. Extendiendo este principio, el seguimiento de egresados busca mantener ese vínculo postgraduación,

fomentando su participación en redes alumni y proyectos institucionales para fortalecer su sentido de pertenencia (Tinto, 1993).

- **Teoría de las Redes Sociales (Granovetter, 1973)**

Desde esta perspectiva, el seguimiento de egresados se justifica como una estrategia para fortalecer redes de contacto que faciliten oportunidades laborales y colaboraciones académicas. La teoría del strength of weak ties (Granovetter, 1973) sugiere que los lazos débiles (ej.: excompañeros, docentes) son clave para acceder a información y empleo.

- **Enfoque de Competencias (Brennan et al., 2001)**

Propone que el seguimiento de egresados debe evaluar la alineación entre las competencias adquiridas en la universidad y las demandas del mercado laboral. Estudios como el Tuning Project (González & Wagenaar, 2003) destacan la necesidad de ajustar los planes de estudio según los resultados de estos monitoreos.

5.1.2 La Gerencia Social

De acuerdo con Díaz y Salcedo (2017), la gerencia social es un tipo de gestión o gobierno corporativo que tiene como principal objetivo el desarrollo humano y colectivo integral; asimismo, es la construcción de un esquema organizacional en el que la sociedad es el pilar, y sus diversos actores e instituciones sociales cooperan para brindar respuestas estructuradas a los desafíos de la sociedad moderna.

Los mismos autores definen a la gerencia social como un modelo de gestión corporativo que considera el entorno donde cada organización opera desde una visión transversal que combina capital y actividad social, bienestar colectivo, gestión ética y responsable, participación e inclusión social y toma de decisiones con visión moral y su impacto en la comunidad.

Sin embargo, de acuerdo con Martini (2023), la gerencia social no debe verse como una combinación forzada de dos conceptos, sino como una sinergia dinámica de elementos que se complementan entre sí y crean la estrategia, dirección y liderazgo necesarios para el desarrollo organizacional y social.

Ahora bien, Cáceres (2014) señala que:

La gerencia social sin duda alguna va de la mano con la pública, puesto que las dos van en constante beneficio de la comunidad a partir de políticas estatales que se cumplen desde lo público o lo privado. Es el gerente social el que vigila y realiza un análisis minucioso de las categorías, productos, normas y generación de recursos tangibles e intangibles (p. 81).

Lo expuesto por el autor, se puede evidenciar en la siguiente figura:

Figura 2 Evolución de la gerencia social.



Fuente: Adaptado de Díaz y Salcedo (2017).

5.1.3 La Planeación Estratégica como herramienta de integración participativa

La planeación estratégica puede conceptualizarse como “un procedimiento o herramienta utilizada por las empresas para establecer los objetivos a cumplir para llegar al fin deseado. Generalmente, contiene una visión a futuro y objetivos de largo plazo” (Bojórquez y Pérez, 2013, p. 18). De allí que, la Planeación Estratégica (PE) participativa, se ha convertido en una herramienta fundamental para la gestión y

utilizada como una herramienta poderosa para fomentar la integración participativa de los diferentes actores que conforman la comunidad, incluyendo la comunidad universitaria, sus estudiantes, profesores, personal administrativo y egresados (Ballesteros y Sánchez, 2004). En este sentido, la PE participativa se define como:

Un proceso de planificación estratégica que involucra activamente a todos los miembros de la comunidad universitaria en la definición de objetivos, la elaboración de estrategias y la evaluación de resultados. Esta metodología permite crear un sentido de pertenencia y compromiso entre los diferentes grupos, fomentando el trabajo colaborativo y la toma de decisiones consensuadas (Aramburo, 2008, p. 78).

Por ende, este proceso de planeación estratégica establece la dirección de la organización y evalúa su estado. De manera que, se podrá definir los objetivos a largo plazo y plan de acción para alcanzarlos (Escobar, 2024). Además, existen diversos modelos de planificación estratégica, tal y como se puede observar en la siguiente figura:

Figura 3 Modelos de planificación estratégica.



Fuente: adaptada de Escobar (2024).

Los modelos de planificación estratégica señalados en la figura se emplearán según se adapten a las necesidades de las intuiciones empresariales, y entre los tres más utilizados se encuentra:

- **Cuadro de mando integral:** “es un marco de gestión de estrategia el cual considera los siguientes elementos:
 - Objetivos: Las metas organizacionales de alto nivel.
 - Medidas: Las métricas que te ayudan a comprender si estás logrando tu objetivo estratégicamente.
 - Iniciativas: Programas de acción clave que ayudan a alcanzar objetivos.
- **Análisis DOFA (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas):** “es un modelo de alto nivel utilizado al comienzo de la planificación estratégica de una organización. Las fortalezas y debilidades se consideran factores internos, y las oportunidades y amenazas se consideran factores externos”.
- **Estrategia Océano Azul:** “La idea detrás de la Estrategia Blue Ocean es que las organizaciones se desarrollen en un «espacio de mercado no disputado» en lugar de un espacio de mercado desarrollado o saturado, lo que significa un aumento de valor masivo para tu empresa, tus compradores y tus empleados”.

5.1.3.1 Beneficios de la Planeación Estratégica participativa en las universidades.

- **Fortalecimiento de la identidad institucional:** La participación activa de los diferentes actores en la PE permite construir una visión compartida sobre la misión, visión y valores de la universidad, fortaleciendo su identidad institucional.
- **Mejora de la comunicación y el diálogo:** El proceso participativo fomenta la comunicación fluida y el diálogo abierto entre los diferentes grupos, facilitando la comprensión mutua y la resolución de conflictos.

- **Aumento del compromiso y la motivación:** La participación activa en la toma de decisiones genera un mayor sentido de compromiso y motivación entre los miembros de la comunidad universitaria.
- **Aprovechamiento del talento y las experiencias:** La PE participativa permite aprovechar el talento, las experiencias y las perspectivas de los diferentes actores, enriqueciendo el proceso de planificación y aumentando las posibilidades de éxito.
- **Legitimidad y sostenibilidad de las decisiones:** Las decisiones tomadas a través de un proceso participativo son más legítimas y tienen mayor probabilidad de ser sostenidas en el tiempo (García y Martínez, 2008).

5.1.3.2 Estrategias para implementar la Planeación Estratégica participativa.

- **Comunicación efectiva:** Es fundamental comunicar de manera clara y transparente los objetivos, el proceso y los resultados de la PE a todos los miembros de la comunidad universitaria.
- **Creación de canales de participación:** Se deben establecer canales de participación accesibles y efectivos para que todos los actores puedan expresar sus opiniones, ideas y sugerencias.
- **Selección de representantes:** Es importante seleccionar representantes de los diferentes grupos que conforman la comunidad universitaria para asegurar una participación equitativa.
- **Capacitación y formación:** Se debe brindar capacitación y formación a los participantes sobre el proceso de PE participativa y las herramientas de trabajo utilizadas.
- **Dinamización del proceso:** Es importante dinamizar el proceso de PE participativa con actividades creativas y participativas que fomenten la interacción y el trabajo colaborativo.
- **Evaluación y seguimiento:** Se debe realizar una evaluación continua del proceso de PE participativa para identificar sus fortalezas, debilidades y áreas de mejora (Ballesteros y Sánchez, 2004).

Ante lo expuesto, se puede sintetizar que, la PE participativa se presenta como una herramienta valiosa para fomentar la integración de los diferentes actores en la vida universitaria, fortaleciendo el sentido de pertenencia, la comunicación y el trabajo colaborativo. Al implementar una PE participativa, las universidades pueden construir una comunidad más unidas, comprometidas y capaces de alcanzar sus objetivos de manera conjunta.

5.2 Marco Conceptual

En este apartado, se expone cada uno de los conceptos principales que sustentan la investigación, tal como lo son: estrategia, participación, egresados y gerencia, cada uno de los cuales serán conceptualizados a continuación.

5.2.1 Estrategias.

Al referirse a estrategias desde una apreciación conceptual, estas se pueden concebir como aquel conjunto de métodos, técnicas o planes dirigidos a poder alcanzar un objetivo en particular, es decir que se enmarcan en función a un contexto específico como por ejemplo en el contexto educativo, donde las estrategias vienen a ser todas aquellas pericias que los estudiantes emplean para aprender. No obstante, si estas son empleadas por los docentes vienen a ser ese conjunto de herramientas que pretenden ayudar a comprender y procesar de manera más profunda un cúmulo de información, enmarcadas dentro de un panorama bien sea de estudio, de investigación o de escritura, las cuales se desarrollan a lo largo de la vida académica (Vargas, 2020).

5.2.2 Participación.

La participación alude al acto de involucrarse activamente en un proceso o actividad. Implica tomar parte, contribuir y aportar ideas, esfuerzos o recursos para lograr un objetivo común (Loayza, Malpartida y Peña, 2021).

5.2.3 Egresados.

De acuerdo con el Diccionario de la Lengua Española (DLE), el término egresados proviene “Del part. de egresar. 1. m. y f. Am. Persona que sale de un establecimiento docente después de haber terminado sus estudios” (RAE, 2014).

5.2.4 Gerencia.

La gerencia se define como “un proceso que coordina la planificación, organización, dirección y control de los recursos disponibles de una organización: humanos, físicos, tecnológicos y financieros; para lograr los objetivos previamente establecidos” (Garrido, 2006).

5.3 Marco Normativo.

El marco normativo aplicable a la presente investigación titulada "Estrategias para el fortalecimiento de la participación de egresados de la maestría en gerencia social de UNIMINUTO, rectoría Bogotá", comprende las leyes, decretos, acuerdos y políticas públicas que regulan la investigación científica en Colombia, así como las normas internas de la Universidad.

5.3.1 Política de Relacionamiento y Seguimiento de los Egresados de UNIMINUTO.

El pasado 13 de agosto de 2021, el Consejo de Fundadores a través del Acuerdo 343 aprobó la nueva Política de Relacionamiento y Seguimiento de los Egresados de la Institución:

UNIMINUTO tiene como política, establecer un relacionamiento permanente con sus egresados, para que a partir del seguimiento a su trayectoria profesional y conociendo sus necesidades e intereses, la institución pueda contribuir a su formación a lo largo de la vida y fortalezca su crecimiento personal y profesional a partir de un conjunto de servicios y productos que además crean un sentido de pertenencia con la institución (Consejo de Fundadores, 2021).

Asimismo, es importante mencionar que, el Plan de Desarrollo de UNIMINUTO 2020-2025 señala la importancia de busca cultivar en sus estudiantes una conciencia crítica y un compromiso social que les permita identificar y abordar los desafíos de su entorno, promoviendo el desarrollo de soluciones innovadoras y sostenibles, por lo que dicho planteamiento es cónsono con lo establecido en la Política de Relacionamiento y Seguimiento de los Egresados de la Institución; ya que, de esta manera los estudiantes crean un sentido de compromiso social con la institución. Por otra parte, una de las líneas estratégicas de este plan es la de generar un “Crecimiento con impacto Social”, y que mejor para ello que mantener una relación permanente con los egresados.

También, se debe destacar que Proyecto Educativo Institucional (PEI) de UNIMINUTO, señala la importancia de los egresados como parte de la comunidad educativa:

- Los egresados son los actores de la comunidad educativa que se constituyen en la principal proyección de UNIMINUTO hacia la sociedad, al evidenciar y representar el resultado de los procesos formativos que adelanta la Institución. Son personas con excelentes condiciones profesionales y ciudadanos éticos e innovadores, comprometidos con la transformación de sus propias realidades, sus comunidades y territorios.
- Los egresados favorecen el cumplimiento de la misión institucional, como promotores y creadores de oportunidades para el mejoramiento de las condiciones de sus entornos, aportan al vínculo permanente de UNIMINUTO con la sociedad y posibilitan, desde el ejercicio de su profesión, una constante retroalimentación a la Institución para ser cada vez más pertinente en sus procesos formativos, frente a las demandas y necesidades sociales, productivas, y en general, del entorno y los contextos.
- Los egresados son las personas que han recibido un título de formación, que los habilita para ejercer una profesión y dar cuenta de las competencias profesionales, personales y sociales, desarrolladas a lo largo de su proceso

formativo en UNIMINUTO. Por ello, se espera que sean personas éticas, responsables, gestoras de cambio y que influyan de manera constructiva en quienes los rodean, en las comunidades y los territorios en los que se desenvuelven. (PEI, 2021, p. 22).

5.3.2 Legislación Nacional.

- Ley 1151 de 2011: “Por medio de la cual se crea el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI) y se dictan otras disposiciones. Esta ley establece los principios, lineamientos y estrategias para el desarrollo científico, tecnológico y de innovación en el país”.
- Decreto 1277 de 2013: “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1151 de 2011 y se dictan otras disposiciones. Este decreto establece los mecanismos para la creación, funcionamiento y articulación del SNCTI”.
- Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2019-2030: “Define los objetivos, estrategias y metas para el desarrollo científico, tecnológico y de innovación en el país durante el periodo 2019-2030”.
- Ley 1753 de 2015: “Por la cual se establece la Política Nacional de Equidad de Género y se dictan otras disposiciones. Esta ley establece los principios y normas para la promoción de la equidad de género en el país”.

5.3.3 Consideraciones Éticas

La investigación cumple con los principios éticos establecidos en la legislación nacional referenciados, así como con las normas éticas de UNIMINUTO. Asimismo, para la aplicación de los instrumentos de recolección de información de los grupos de interés del proyecto (integrantes de la coordinación de egresados y egresados), se obtendrá el consentimiento informado a dichos participantes, para proteger su privacidad y confidencialidad, y evitar cualquier tipo de discriminación o daño.

6. Diseño Metodológico

6.1 Tipo de investigación

Se llevó a cabo una investigación no experimental porque “no se manipulan variables ni se asignan grupos de control (como en un experimento). En su lugar, se analiza la situación actual de los egresados de manera observacional, sin intervenir en su comportamiento o condiciones naturales” (Creswell, 2014). Asimismo, se emplea un diseño es transversal porque los datos se recolectan en un único momento temporal, permitiendo una "fotografía" del fenómeno en el presente (Creswell, 2014).

La investigación posee un alcance descriptivo porque busca identificar y caracterizar los factores que influyen en poca o nula participación de los egresados con la universidad), (Creswell, 2014); y también explicativa, pues “está dirigido a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

6.2 Enfoque de la investigación

El enfoque investigativo empleado para la realización de la presente investigación es un enfoque cualitativo, el cual puede definirse como aquel que se “selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean” (p. 364). De acuerdo con Rodríguez et. al. (2005) “el dato cualitativo —al contrario que el cuantitativo— se convierte en un elemento dinámico, resultado en un registro de la realidad, su plasmación material en algún tipo de expresión y su transformación mediante un proceso de elaboración conceptual...” (p. 9).

6.3 Método de acercarse al objeto de estudio

La presente investigación emplea el método inductivo porque parte del estudio del programa de MGSO y puede servir para aplicarlo a nivel de Facultad y de rectoría. A través del método inductivo, se identifican las razones de la baja participación de los egresados de la Facultad de Ciencias Empresariales, particularmente de la MGSO de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Rectoría Bogotá, durante el periodo 2022-2024, en las actividades universitarias propuestas.

6.4 Universo de estudio

El universo de estudio está conformado por los 153 egresados desde 2018 a 2024 de la MGSO de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Rectoría Bogotá.

6.5 Muestra de estudio

Se llevó a cabo un Muestreo Estratificado proporcional por cohortes para egresados de la MGSO (2018-2023), de manera que se pudiera garantizar representatividad de todas las cohortes en la investigación, A continuación, el procedimiento detallado.

Tabla 2 *Datos Poblacionales por Cohorte*

Año de Egreso	Población (N _i)	% Respecto al Total
2018	12	7.84%
2019	16	10.46%
2020	19	12.42%
2021	30	19.61%

Año de Egreso	Población (N _i)	% Respecto al Total
2022	38	24.84%
2023	28	18.30%
Total	153	100%

Fuente: Elaboración propia

fórmula para cada cohorte:

$$n_i = \left(\frac{N_i}{N} \right) \times n_{\text{total}}$$

Donde:

- n_i = Muestra del estrato i .
- N_i = Población del estrato i .
- n total = 110 (calculado previamente).

Tabla 3 Resultados.

Año de Egreso	Población (N _i)	% Respecto al Total	Muestra (n _i)	Muestra Redondeada
2018	12	7.84%	8.62	9
2019	16	10.46%	11.51	12
2020	19	12.42%	13.66	14
2021	30	19.61%	21.57	22
2022	38	24.84%	27.32	27
2023	28	18.30%	20.13	21
Total	153	100%	102.81	105

Nota: El redondeo ajusta la suma a **105** (ligeramente menor que 110 por limitaciones de tamaño en estratos pequeños).

Como se puede apreciar, el total de la muestra obtenida de 153 egresados de la MGSO de la Corporación Universitaria Minuto de Dios es de 105. No obstante, por cohorte solo se logró contactar al siguiente número de egresados, por lo que la muestra encuestada fue de 31 egresados, lo cual puede denominarse muestreo por cuotas, tal y como se puede apreciar en la tabla siguiente.

Tabla 4 Muestreo de los de 153 egresados desde 2018 a 2023, de la Maestría de Gerencia Social de la Universidad Minuto de Dios.

Años	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Población	12	16	29	30	38	28
Muestra	2	3	6	6	8	6
Aproximación	2.4	3.2	5.8	6	7.6	5.6
Total, obtenido de la muestra: 31						

6.6 Técnica e Instrumento para la recolección de los datos

La técnica, es la forma como se recogerán los datos, al respecto Arias (2012) expone que: “Se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (p. 67). Para efectos del presente estudio, los datos se recogerán a través de la técnica de la encuesta; pues permite recoger de manera rápida y directa los datos que interesan para efectos del estudio.

Un instrumento de recolección de datos es definido por Arias (2012) como: “Cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (p. 68). Teniendo en cuenta que la técnica seleccionada es la encuesta, de ella se desprende la selección del instrumento que para efectos del presente estudio será la encuesta (Anexo 1) definida por Arias (2012) como: “Cualquier recurso, dispositivo o formato, en papel

o digital, que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (p. 68). En el presente caso, el instrumento para la recolección de la información será la encuesta, el cual: “Consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (Arias, 2012); la encuesta (Anexo 1), se aplicará de forma autoadministrada, esto se debe a que el encuestado debe completar la sin intervención del encuestador.

Por otra parte, se utilizará como instrumento la entrevista estructurada. (Anexo No 2 y Anexo No 3)

Asimismo, la investigación aplicará como técnica el trabajo de campo, el cual puede definirse como:

Aquellas prácticas científicas y metodológicamente adaptables a cualquier tipo de investigación, además, son un conjunto actividades donde los investigadores observar y recoger materiales, datos o experimentar en el campo El objetivo del trabajo de campo permitirá establecer los parámetros que ayudarán a la selección del lugar o comunidad donde realizar la actividad” (Atencio, et. al., 2011).

6.7 Modelo de análisis

Un modelo de análisis es una representación simplificada de un proceso o sistema real que, se utiliza para comprender su funcionamiento y predecir su comportamiento. Muchas disciplinas, incluidas la ingeniería, la ciencia, la economía y las ciencias sociales, utilizan modelos de análisis (Calderón, 2023).

En tal sentido, desde la Gerencia Social se puede emplear para este estudio la “Planeación estratégica, la cual involucra activamente a todos los miembros de la comunidad universitaria en la definición de objetivos, la elaboración de estrategias y la evaluación de resultados.

En este modelo, se puede poner en evidencia si los egresados han participado en eventos y actividades como conferencias o actividades organizadas por la UNIMINUTO relacionadas con la gerencia social; si han participado en mentorías y tutorías de estudiantes actuales o futuros del programa en Gerencia Social; si poseen vínculos con alguna red de egresados y en las actividades que esta organiza; o si los egresados han implementado estrategias innovadoras en sus proyectos y programas sociales, contribuyendo al desarrollo de nuevas soluciones para los problemas sociales.

En tal sentido, es necesario que, del modelo se puedan identificar y operacionalizar las variables, las cuales permiten valorar los comportamientos e identificar la relación existente entre ellas, evidenciado en las causas y los efectos del problema, con el fin de contemplar el horizonte de los objetivos para generar el plan estratégico más adecuado con resultados en el tiempo

6.7.1 Descripción de las categorías.

De acuerdo con las causas y efectos expuestos en el árbol de problemas, se pueden exponer las siguientes categorías

Tabla 5 Descripción de las categorías.

Categoría	Definición	Sub categoría	Definición	Preguntas	Grupo de interés			Instrumento
Comunicación	La comunicación es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas. En este caso desde la MGSO hacia los egresados	Canales de comunicación	Son los medios a través de los cuales se transmiten y reciben mensajes dentro de una organización. Pueden tomar diversas formas, desde los tradicionales correos electrónicos y reuniones presenciales hasta plataformas de mensajería instantánea y redes sociales internas.	¿Conoce Ud. los canales de comunicación a través de los cuales la MGSO mantiene vínculos con los egresados?	Egresados	Coordinación de egresados	Directivos de la MGSO	Encuesta
				En caso afirmativo ¿Cuáles canales conoce?	X			
				¿Qué canales de comunicación recomienda Ud. al programa de MGSO para que haya mayor efectividad en el vínculo con sus egresados?	X			
				¿Qué canales de comunicación utiliza para mantener una comunicación con los egresados?		X	X	Entrevista estructurada

		Eficacia de la comunicación	Proceso mediante el cual comparten la información de la forma más comprensible para el receptor del mensaje.	¿Los canales de comunicación que poseen permiten la comunicación eficaz con los egresados de la MGSO? ¿Por qué?		X	X	Entrevista estructurada
Oferta de servicios y beneficios	Conjunto de servicios y beneficios ofrecidos a los egresados para fomentar su vinculación con la universidad.	Empleabilidad	Conjunto de las capacidades y los talentos que hacen que un individuo esté en condiciones de conseguir y mantener un trabajo.	¿Cómo egresado de la MGSO ha recibido algún tipo de ofertas de empleo por parte de la Institución? ¿Cuáles?	X			Encuesta
				¿Hay ofertas de empleo por parte de la Institución para los egresados de la MGSO? ¿Cuáles?		X	X	Entrevista Estructurada
		Actualización profesional bajo beneficios económicos.	Prestación de servicios de actualización profesional a bajo precio para beneficiar económicamente a los egresados.	¿Hay ofertas de Prestación de servicios de actualización profesional para beneficiar económicamente a los egresados?	X	X	X	Encuesta
				En caso afirmativo ¿Qué tipo de ofertas se hacen? ¿Qué tipo de beneficios y/o servicios recomiendas para fomentar la vinculación de los egresados a la Maestría y a la vida institucional?	X	X	X	Entrevista estructurada

Participación	Grado de involucramiento de los egresados en actividades organizadas por el programa.	Participación en eventos académicos	Reuniones formales donde se promueve la difusión y discusión de diversos tópicos en un determinado ámbito académico o profesional (coloquios, congresos, conferencias, simposios, etc.). En estos eventos destacan los siguientes tipos de participación: expositor, ponente, comité científico o evaluador.	Como egresados de la MGSO ¿son invitados a participar en eventos de carácter académico? ¿A cuáles eventos y cómo es su participación? ¿Qué tipo de temáticas a analizar y reflexionar en reuniones académica te gustaría proponer para la mejora del programa de MGSO?	X			Encuesta
				¿Los egresados de la MGSO son invitados a participar en eventos de carácter académico? ¿A cuáles eventos y cómo es su participación?		X	X	Entrevista estructurada
		Participación en redes de egresados	Plataforma en la cual todos los graduados de una institución podrán interactuar, realizar alianzas de networking, y fortalecer su vínculo con la comunidad universitaria.	Como egresados de la MGSO ¿conoces y participas en alguna red de egresados de carácter institucional? En caso afirmativo, ¿Cuál o cuáles redes? ¿Para qué serviría participar de esa Red?	X			Encuesta

				<p>¿Tiene conocimiento acerca de la participación de los egresados de la MGSO en alguna red de carácter institucional? En caso afirmativo, ¿A cuáles redes?</p> <p>¿Qué tipo de beneficio le significaría a un egresado de la MGSO participar de una Red de egresados?</p>		X	X	Entrevista estructurada
		Colaboración en proyectos de investigación y voluntariado	Participación o colaboración de manera comprometida en las tareas de investigación o de voluntario en alguna actividad institucional.	<p>Como egresados de la MGSO ¿participan o colaboran en proyectos de investigación institucional o como voluntariado de alguna actividad institucional? En caso afirmativo, ¿En cuáles?</p> <p>¿Invitan a participar a los egresados de la MGSO en proyectos de investigación institucional o como voluntariado de alguna actividad institucional? ¿En cuáles?</p>	X			Encuesta
						X	X	Entrevista estructurada

7. Resultados

7.1 Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los egresados de la MGSO durante el periodo 2021-2022-2023-2024

7.1.1 Descripción de la muestra de estudio

Para el desarrollo de las encuestas a la población objeto, fueron entrevistados 31 egresados, acorde a la muestra representativa, en donde se cumplió en su totalidad con los resultados; esto previo a la firma del consentimiento informado, y correspondiente a los periodos de MGSO entre 2021-2024 tal y como puede observarse en la siguiente tabla.

Tabla 6 N° de entrevistados de la MGSO por vigencia.

Año de Grado de la Maestría en Gerencia Social	
Vigencia	Número
2021	2
2022	16
2023	11
2024	2

Fuente: Elaboración propia.

Se observa una mayor participación al desarrollar la encuesta a los egresados de la vigencia 2022 con un número de 16 personas seguido de la vigencia 2023 con un número de 11 personas, lo que indica que hay mayor índice de participación en los egresados de la vigencia 2022 que en los egresados de la vigencia 2021 y 2024.

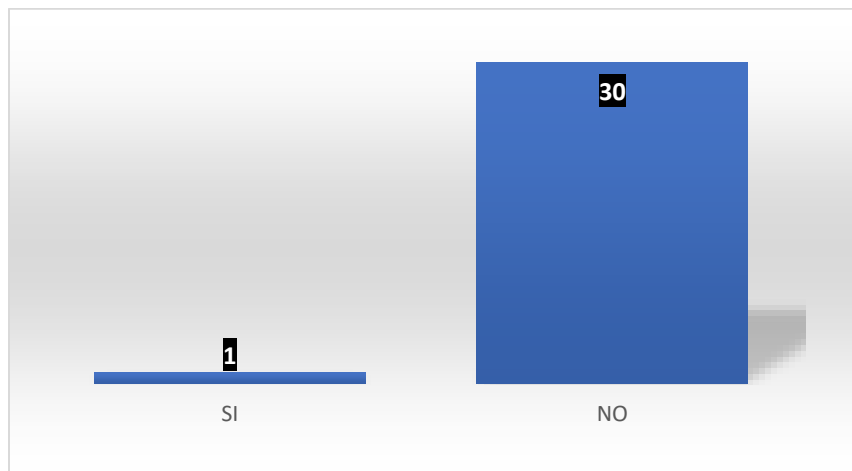
7.1.2 Análisis de los resultados de la encuesta

- **COMUNICACIÓN (Canales de Comunicación).**

Con respecto a la pregunta N° 1.1 de la encuesta aplicada a los egresados ¿Conoce Ud. los canales de comunicación a través de los cuales la MGSO mantiene vínculos con los egresados? De las respuestas emitidas 30 egresados aseguraron

no tener conocimiento de dichos canales, solo (1) un encuestado señaló tener conocimiento, tal y como puede visualizarse en el siguiente gráfico. Lo que indica que el conocimiento de canales de comunicación es mínimo.

Figura 4. *Conocimiento de los canales de comunicación a través de los cuales la MGSO mantiene vínculos con los egresados*

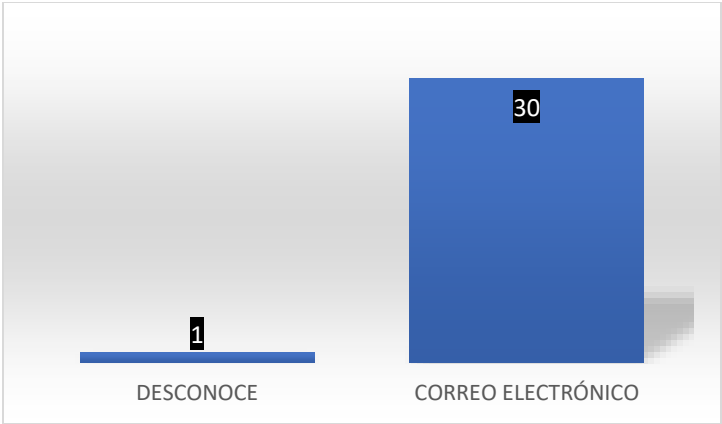


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

En caso afirmativo, N.º 1.2 ¿Cuáles canales conoce?

Se observa que 30 encuestados emplean como canal de comunicación el correo electrónico, y solo un egresado no lo conoce, lo que demuestra que debe ampliarse la oferta de canales de comunicación para que los egresados accedan con mayor facilidad a la información que emita la MGSO.

Figura 5. *Canales de comunicación que conoce a través de los cuales la MGSO mantiene vínculos con los egresados.*

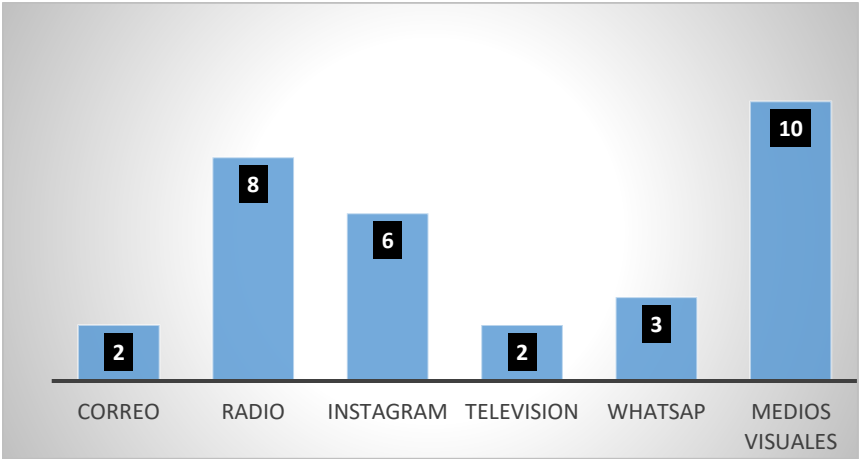


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

Respecto a la pregunta 1.2 de la encuesta ¿Qué canales de comunicación conoce a través de los cuales la MGSO mantiene vínculos con los egresados?

De los 31 egresados, 30 respondieron que su canal de comunicación es el correo electrónico y solo (1) un egresado manifestó que desconoce los canales de comunicación.

Figura 6. *Conocimiento de los canales de comunicación recomendados al programa de MGSO*

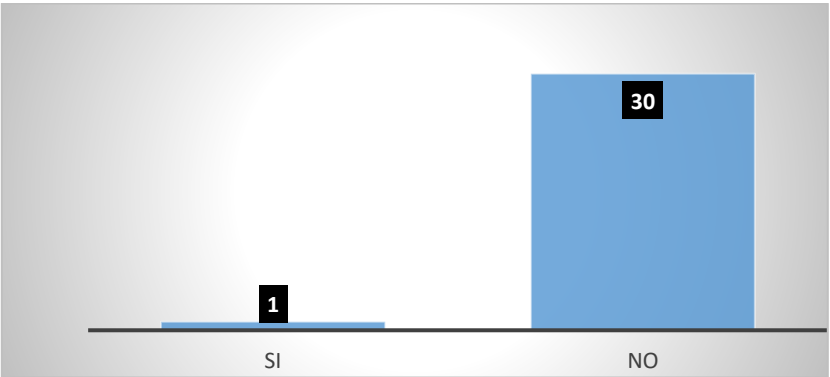


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

Con respecto a la pregunta N.º 1.3 de la encuesta ¿Qué canales de comunicación recomienda Ud. al programa de MGSO para que haya mayor efectividad en el vínculo con sus egresados?, las respuestas emitidas por los encuestados fueron variadas, predominando en lo señalado los medios audiovisuales con 10 egresados, seguido de la radio con 8 egresados, lo que demuestra que el correo electrónico es el medio de mayor atracción y recomendación para los egresados.

- **OFERTA DE SERVICIOS Y BENEFICIOS**

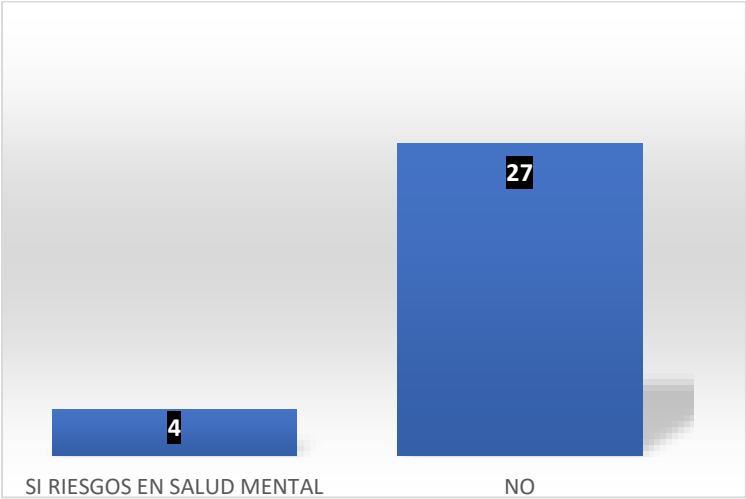
Figura 7. *Recepción de oferta de servicios y beneficios*



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

Con respecto a la pregunta de la encuesta N.º 2.1 Como egresado de la MGSO ¿ha recibido algún tipo de ofertas de empleo por parte de la Institución? La respuesta de los 31 egresados fue que no han recibido ningún tipo de oferta de servicios ni beneficios 30 egresados y solo 1 egresado respondió que sí, lo que llama la atención que hay limitación de oferta de servicios en la MGSO.

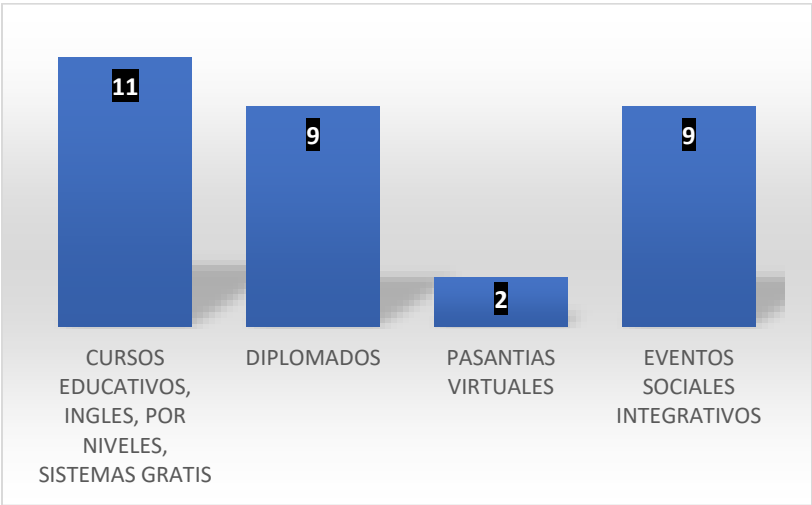
Figura 8. Conocimiento acerca de la prestación de servicios y actualización profesional para beneficiar económicamente a los egresados de la UNIMINUTO



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

Con respecto a la pregunta No. 2.2 ¿Conoce usted acerca de ofertas por parte de UNIMINUTO relacionadas con prestación de servicios y actualización profesional para beneficiar económicamente a los egresados? En caso afirmativo ¿cuáles? De los 31 egresados, 27 respondieron no conocer ningún servicio, y solo 4 señalaron conocer un solo servicio titulado “Riesgo en salud mental”, lo que llama la atención es el alto desconocimiento de los egresados sobre la oferta de servicios.

Figura 9. Servicios recomendados.

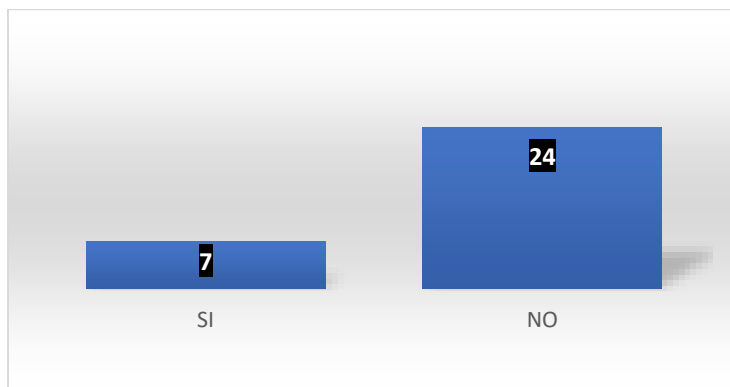


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

Sobre la pregunta No 2.3 ¿Qué tipo de beneficios y/o servicios (eventos, cursos, diplomados, comités curriculares, encuentros de egresados, servicios docentes) recomienda para fomentar la vinculación de los egresados a MGSO y a la vida institucional? las respuestas de los egresados encuestados fueron diversas, predominando entre los beneficios y/o servicios señalados por 11 participantes, los cursos gratis, seguidos de los eventos sociales integrativos y los diplomados señalados por 9 encuestados, tal y como puede apreciarse en la siguiente figura, generando la necesidad en los egresados de obtener más formación de tipo educativo y gratuito.

- **PARTICIPACIÓN**

Figura 10. *Invitación a participar en eventos de carácter académico bajo la figura de diversos tópicos y bajo distintas formas de participación de la MGSO*

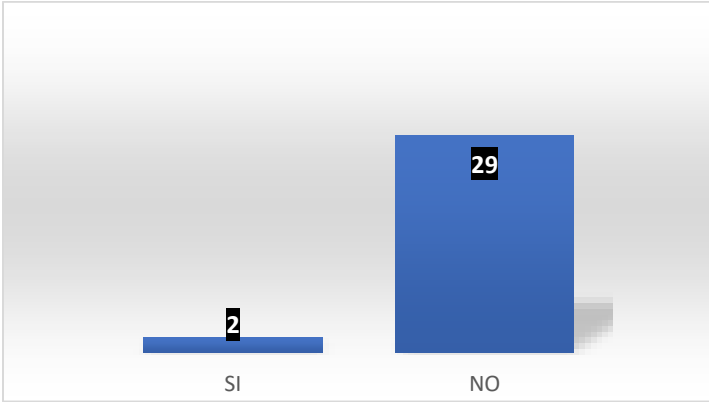


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

Con respecto a la pregunta No 3.1 Como egresados de la MGSO ¿son invitados a participar en eventos de carácter académico bajo la figura de diversos tópicos y bajo distintas formas de participación? De las 31 encuestas, 24 egresados encuestados señalaron que No han sido invitados a eventos de carácter académico, y solo 7 señalaron que Sí fueron invitados a participar; lo que representa un bajo

número de egresados que han tenido la oportunidad de ser invitados a los diferentes eventos de carácter académico.

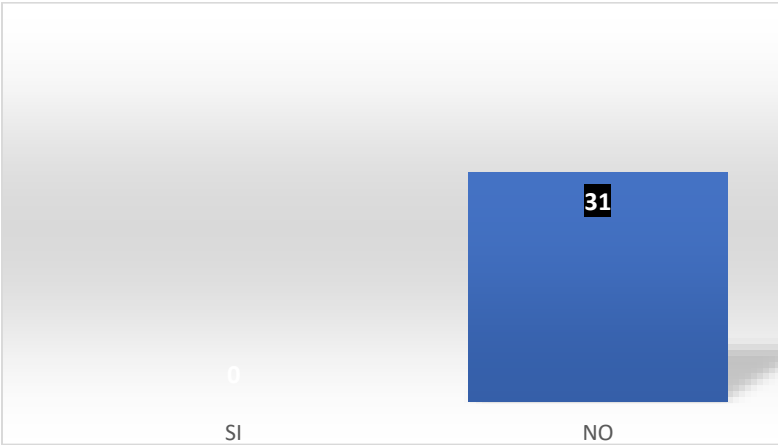
Figura 11. *Participación en alguna red de egresados de carácter institucional.*



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

Con respecto a la pregunta No 3.2. Como egresados de la MGSO ¿conocen y participan en alguna red de egresados de carácter institucional? De los 31 egresados, 29 señalaron No participar en alguna red de egresados de carácter institucional y solo dos señalaron haber participado. Lo que indica que se debe fomentar y fortalecer la participación en red de egresados de la MGSO.

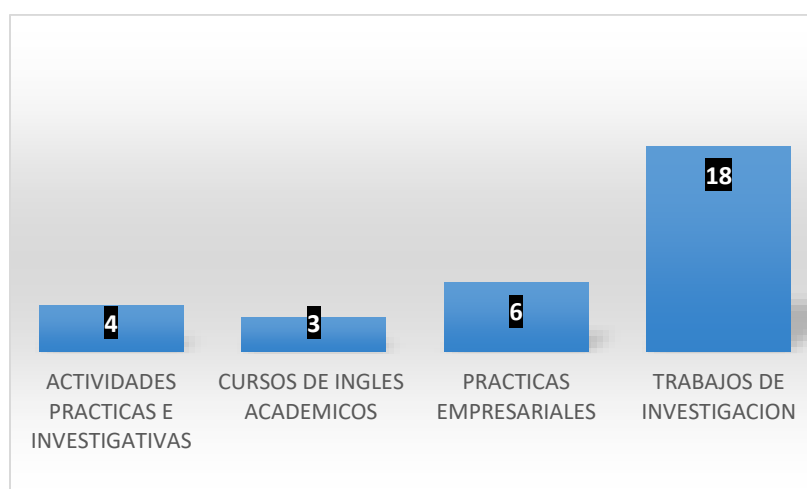
Figura 12. *Participación en proyectos de investigación institucional o como voluntariado de alguna actividad institucional.*



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

Por otra parte, en la pregunta No 3.3. Como egresados de la MGSO ¿participan o colaboran en proyectos de investigación institucional o como voluntariado de alguna actividad institucional? Los 31 egresados señalaron No participar en ningún proyecto o voluntariado de la MGSO; lo que genera la necesidad de fomentar el nivel participativo en proyectos de investigación institucional o voluntariado en las diferentes actividades de carácter institucional, tal y como puede apreciarse en la siguiente figura.

Figura 13. ¿Qué tipo de temáticas a analizar y reflexionar en reuniones académicas te gustaría proponer para la mejora del programa de MGSO?



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a egresados MSGO 2021-2024

Asimismo, la pregunta No 3.4 ¿Qué tipo de temáticas a analizar y reflexionar en reuniones académicas te gustaría proponer para la mejora del programa de MGSO? de los 31 egresados, la respuesta predominante emitida por 18 de los egresados encuestados señalaron como temáticas para la mejora del programa de MGSO se encuentra el área de los trabajos de investigación, seguida de 6 respuestas señalan las áreas empresariales, 4 egresados señalaron actividades investigativas y 3 señalaron cursos de inglés académicos.

7.2 Análisis de los resultados de la entrevista aplicada a un Directivo de la Maestría en Gerencia Social MGSO durante el periodo 2021-2022-2023-2024

7.2.1 Descripción de la muestra de estudio

Para efectos de esta investigación solo (1) un directivo de la MGSO fue entrevistado; esto previo a la firma del consentimiento informado. A continuación, el análisis de las respuestas obtenidas.

7.2.2 Análisis de los resultados de la entrevista.

- **COMUNICACIÓN (Canales de Comunicación)**

Con respecto a la pregunta No 1.1 relacionada con los canales de comunicación recomendados por el entrevistado al programa de MGSO para que haya mayor efectividad en el vínculo con sus egresados, la respuesta fue: que debe haber un acercamiento a la tecnología de los estudiantes, red social X y Tic Toc.

Con respecto a la pregunta No 1.2 relacionada con los canales de comunicación utilizados para mantener una comunicación con los egresados, la respuesta señaló la utilización de las bases de datos y los correos electrónicos como medios de información.

- **OFERTA DE SERVICIOS Y BENEFICIOS**

Sobre el interrogante No 2.1 relacionada con la existencia de ofertas de empleo por parte de la Institución para los egresados de la MGSO, el directivo de la MGSO señaló, que es a través de la página de empleos.com y desde la institución, se les hace llegar la oferta a través de correos electrónicos. Además, aseguró que, no se cuenta con estadística, para ello la conoce la coordinación de egresados quienes podrían dar esa información.

En cuanto a el interrogante No 2.2 relacionada con la oferta de prestación de servicios y de actualización profesional para beneficiar económicamente a los egresados, el entrevistado señaló que sí había ofertas de actualización; además, de la oferta para desarrollar algunos cursos, conferencias donde participan estudiantes y egresados, uno de ellos el curso con la universidad Missouri en resolución de conflictos el cual fue gratuito para los egresados.

Por otra parte, la pregunta No 2.3 en la cual se indaga sobre ¿qué tipo de beneficios y/o servicios recomiendas para fomentar la vinculación de los egresados a la Maestría y a la vida institucional la respuesta del entrevistado fue que: la participación en las diferentes actividades y eventos genera un reconocimiento ante la coordinación de egresados y así mismo la posibilidad de integrarse con la Corporación Universitaria Minuto de Dios en el ámbito laboral.

- **PARTICIPACIÓN**

Con respecto a la pregunta No 3.1. ¿Los egresados de la MGSO son invitados a participar en eventos de carácter académico bajo la figura de diversos tópicos y bajo distintas formas de participación? La respuesta es que Si son invitados a participar en los eventos académicos por los diferentes medios de comunicación. Y ¿A cuáles eventos y cómo es su participación?, señaló que, en todos los eventos de formación continua, congresos y ser ponentes en foros y simposios.

Con respecto a la pregunta No 3.2. ¿Tiene conocimiento acerca de la participación de los egresados de la MGSO en alguna red de carácter institucional? La respuesta fue afirmativa, y el entrevistado señaló saber que han tenido la posibilidad de ingresar a otro tipo de redes, para la vinculación con los egresados. En caso afirmativo, ¿A cuáles redes? el entrevistado señaló que a través de los programas de capacitación los egresados participan por la página institucional.

En relación a la pregunta No 3.3 ¿Invitan a participar a los egresados de la MGSO en proyectos de investigación institucional o como voluntariado de alguna actividad institucional?, el entrevistado señaló que, ciertamente los egresados si han participado en varios proyectos y han sido invitados: “Recuerdo que se llamaba Colombia científica donde algunos estudiantes sacaron trabajos de grado y 2 estudiantes 3 ó 4 estudiantes participaron en prácticas de sostenibilidad empresarial y sacan adelante sus proyectos de tesis, aunque se puede aumentar el volumen”.

En cuanto a lo relacionado con la interrogante N° 3.4 sobre el tipo de beneficio que le significaría a un egresado de la MGSO al participar de una Red de egresados, el entrevistado señaló: “En Colombia científica trabajaban su proyecto y desarrollaban su proyecto de grado”.

Finalmente, para culminar la entrevista, se le preguntó si conocía si había algún egresado de la MGSO trabajando con la universidad, a lo que el entrevistado respondió que, durante su periodo laboral, sí conocía egresados que ya están trabajando con la Universidad como docentes, pues habían cumplido con los requisitos para ingresar.

7.3 Análisis de los resultados de la entrevista aplicada a (1) un miembro de Coordinación de Egresados de la MGSO durante el periodo 2021-2022-2023-2024

7.3.1 Descripción de la muestra de estudio

Para efectos de esta investigación solo un miembro de Coordinación de Egresados de la MGSO fue entrevistado; esto previo a la firma del consentimiento informado. A continuación, el análisis de las respuestas obtenidas.

7.3.2 Análisis de los resultados de la entrevista

- **COMUNICACIÓN (Canales de Comunicación)**

Sobre la pregunta No 1.1 realizada a un miembro de Coordinación de Egresados de la MGSO fue entrevistado: ¿Qué canales de comunicación utiliza para mantener el contacto con los egresados? La respuesta fue: “Redes sociales, perfiles en Facebook, YouTube de rectoría de Bogotá, canal nacional de YouTube, club vive donde está el portafolio de servicios para que se enteren de alguna novedad, Red de egresados tipo Network (Llamadas telefónicas y a nivel de WhatsApp, en donde se genera una relación más directa con los egresados. En el Centro progresa un WhatsApp interno, Instagram, sin embargo, los egresados están revisando el link, y se creó un link específico relacionado con la red networking) en la cual los egresados pueden observar foros, perfiles y es otro canal que tiene la institución; así como correos masivos. No obstante, el entrevistado señaló que, “el egresado poco lo consulta, así como el correo institucional. Para esto se requiere que el egresado tengo el carnet activo.

En relación con la pregunta No 1.2 sobre los canales de comunicación que permiten interactuar de manera oportuna y eficaz con los egresados de la MGSO, el entrevistado dejó ver la necesidad de tener canales efectivos, respondiendo: “Cuando el egresado se va es difícil volver a establecer comunicación con ellos, la tasa de efectividad es de un 8 o 9%, pero esa efectividad depende del correo que se tenga. El correo lo utilizan para recordar la invitación y con el WhatsApp interno la efectividad es mejor. Cuando el egresado sale de la universidad pierde el interés y es “es esquivo” y no vuelve a revisar los correos que se envían o no revisan los correos institucionales”.

2. OFERTAS Y BENEFICIOS

Con respecto a la pregunta No 2.1 sobre la oferta de emprendimiento o empleabilidad por parte de la Institución para los egresados de la MGSO, el encuestado aseguró que “no hay servicios específicos para los programas; Hay una unidad que se encarga de gestionar q son a través de Centro Progresa, para emprendimiento es complejo para el egresado de la maestría que ya tiene un

vínculo laboral, y lo que tienen es que no están buscando empleo. En términos de emprendimiento hay un programa que se llama Reto cumbre, pero no es exclusivo para el programa de la MGSO. Los posgrados no participan mucho en ese programa. Se realizan acompañamientos para que sus proyectos vayan madurando y lo van acompañando hasta que se consolide en una empresa, se brindan asesorías gratis, y hay un programa en específico de emprendimiento. No existe un nicho específico para atención de los egresados de la MGSO en tratándose del emprendimiento en la actualidad”.

Con respecto a la pregunta No 2.2 relacionada con la existencia de ofertas de prestación de servicios y actualización profesional para beneficiar a los egresados, el entrevistado refirió su existencia. Y en cuanto al tipo de ofertas que realizan, señaló la oferta de 3 niveles a nivel pregrado y posgradual: “Para egresados el descuento es del 20% en matriculas de tipo académico, y en la educación continua, y está bastante consolidada, viene con un modelo y con un esquema muy particular. La oferta es responsabilidad de nosotros, pero como coordinación de egresados tenemos un modelo de seguimiento obligatorio con encuestas, el cual está cruzada con indicadores de satisfacción, intenciones y aspectos laborales donde se evalúa el grado de satisfacción con el currículo o áreas específicas, y se analiza qué está sucediendo o si se quejan de algún aspecto. Y se les pregunta a los egresados sobre qué temas les interesaría que la institución les dictara. En grupos focales también se indaga a los estudiantes”.

En relación a la pregunta No 2.3 relacionada con el tipo de beneficios y/o servicios (cursos, eventos, diplomados, comités curriculares, encuentros de egresados, servicios docentes), recomendados para fomentar la vinculación de los egresados a la MGSO con la institución, el entrevistado señaló la existencia de 5 elementos:

1. El comité curricular el cual está para egresados y estudiantes, y eso genera sentido de pertenencia y vinculo de participación.
2. Modelo de seguimiento y evaluación a egresados

3. Modelo de estudio de seguimiento y modelo de impactos son espacios de participación
4. Reconocimientos a la comunidad de egresados. A los que tengan cierta trayectoria en su formación. Manifiesta que se le pide a este egresado reconocer su trayectoria y se dé a conocer.
5. El Galardón padre Diego Jaramillo que es un reconocimiento para los egresados que vivan la institución.

El egresado puede ingresar a estrategias de Mentoría para los estudiantes y espacios de investigación; sin embargo, en Gerencia Social no existen.

- **PARTICIPACIÓN**

En relación con la pregunta No 3.1 relacionada con el hecho de invitar a los egresados de la MGSO a participar en eventos de carácter académico bajo la figura de diversos tópicos y bajo distintas formas de participación, el encuestado señaló que sí existen y que “los egresados tienen los espacios académicos para que participen. Si el egresado tiene las habilidades en diversos temas se le invita a participar. Los invitamos en los encuentros con pares académicos y hacemos esos procesos de convocatoria para que se vinculen a participar, pero para que los egresados vuelvan a la institución no es sencillo. En ese sentido establecemos mecanismos para que no se desvinculen de la Institución. El dilema es que el egresado participe. No hemos podido cerrar la brecha en no enviar información que sea pertinente a los egresados y envían notificaciones de manera libre y la idea es que se de manera segmentada. Y hemos observado que debemos mejorar en este aspecto. Se reenvía información no pertinente y adecuada. De igual manera hay evidencia que se ha saturado la información de los correos de los egresados y por eso pierden el interés. Y hay egresados a quienes no se les informa, que no se les envió información; sin embargo, pasa por saturarlos con información que no es de su interés”.

Con respecto a la pregunta No 3.2 relacionada con el hecho de tener conocimiento respecto a la participación de los egresados de la MGSO en alguna red de carácter institucional, el encuestado señaló, que la red institucional es la misma red de egresados. De esta maestría no tengo acá el dato. Y la red de egresados está dispuesta para participar en la comunidad.

Sobre la pregunta N° 3.3 relacionada con el tema de la invitación de los egresados de la MGSO a participar en proyectos de investigación o voluntariado de alguna actividad institucional, la respuesta del encuestado fue positiva, y señaló que los egresados son invitados “siempre y cuando nos informe cuál sería su interés en temas específicos”.

Por último, la pregunta 3.4 relativa al tipo de beneficio que le significa a un egresado de la MGSO participar de una red de egresados, el entrevistado señaló dos elementos de importancia:

- “Tener un permanente contacto, con las redes institucionales, lo que le permite, al egresado, un estatus y ser un referente para el desarrollo de las actividades que se realizan al interior del al MGSO.
- Para que el egresado vaya fortaleciendo su experiencia a nivel investigativo en la Universidad, para ir fomentando las diferentes actividades de participación, asimismo para generar un impacto en la sociedad de forma académica y profesional”.

8. Discusión

Los resultados de las respuestas emitidas por los 31 egresados de la MGSO que fueron encuestados, dejan ver la necesidad de fortalecer en primer lugar, los canales de comunicación ya que no posee canales efectivos, siendo el único canal señalado el correo electrónico; en segundo lugar, los mismos egresados señalan que para que exista mayor efectividad en el vínculo del programa de MGSO y ellos, señalaron varios medios predominando en sus respuestas los medios visuales y la radio; en tercer lugar, es evidente que desde la coordinación de la MGSO de UNIMINUTO rectoría Bogotá, no existe una clara oferta de servicios ni un conocimiento acerca de las ofertas en prestación de servicios, como tampoco invitación a participar en eventos de carácter académico bajo la figura de diversos tópicos y formas de participación, ni colaboración en algún proyecto de investigación o voluntariado de alguna actividad institucional.

Ante ello, los egresados encuestados proponen una serie de actividades para fomentar su vinculación con la MGSO es necesario proponer actividades como cursos educativos, inglés por niveles, sistemas gratis, diplomados, eventos sociales integrativos, entre otros. De otra parte, el nivel de divulgación bajo, ha generado inquietud en los egresados en conocer las estrategias del programa lo que no les ha permitido integrarse y hacer parte de la red de egresados de la MGSO, se evidencia que al no conocer las actividades no hay una apropiación en cada uno de ellos para aportar de manera formativa al programa de MGSO.

Por otra parte, existe una contradicción con la apreciación tanto del miembro directivo como el de la Coordinación de Egresados de la MGSO, quienes consideran que los egresados poco consultan los canales de comunicación propuestos por la institución ni se involucran en actividades propuestas para ellos. Además, aludieron a la red de egresados la cual está dispuesta para que los egresados puedan participar en la comunidad institucional. No obstante, el entrevistado de la Coordinación de egresados manifestó un elemento muy interesante al señalar que: “No hemos podido cerrar la brecha en no enviar información que sea pertinente a los egresados y envían notificaciones de manera libre y la idea es que se dé, de manera segmentada. Y hemos observado que debemos mejorar en este aspecto.

9. Análisis DOFA

9.1 Matriz DOFA

Tabla 7 DOFA

FACTORES INTERNOS	
DEBILIDADES (-)	FORTALEZAS (+)
<ul style="list-style-type: none"> • Escasa participación y compromiso de los egresados con la vida institucional y académica de la UNIMINUTO. • Deficiencia en los canales de comunicación entre la coordinación de egresados y éstos a fin de lograr una interacción efectiva. • Falta de control por parte de la coordinación de egresados en el envío de la información adecuada y específica acorde a los perfiles de los egresados de la MGSO. • Carencia de beneficios referidos a empleabilidad y emprendimiento para los egresados de la MGSO. • Falta de seguimiento a través de redes que les permita a los egresados participar en foros, paneles, ferias de servicio, encuentros de capacitación y actualización en las temáticas que comporta la MGSO. • Desconocimiento de temas de interés de los perfiles laborales y/o ocupacionales de los egresados de la MGSO. • Dificultades para identificar de manera concreta las expectativas de los egresados • en materia de participación, dado los diferentes perfiles ocupacionales y entornos culturales y sociales que ellos comportan. • Escasa participación y desinterés de los egresados de la MGSO de la UNIMINUTO Rectoría Bogotá en conocer la oferta institucional y académica en sus diferentes ciclos de formación y capacitación. • Bajo nivel de socialización desde la coordinación de egresados para con estos y carencia de 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la red de contactos en la coordinación de egresados de la MGSO. • Existencia de un sistema de información • Que le permite conocer las diferentes actividades ofertadas por parte de la coordinación de egresados. • Apropiación de los egresados que genera pertenencia y orgullo por su institución universitaria. • Existencia de alianzas estratégicas con Instituciones nacionales e internacionales de alta calidad que permiten mayor apropiación del conocimiento complejo y status universitario. • Provisión de recursos humanos, administrativos y financieros para apoyar iniciativas académicas y proyectos académicos institucionales. • Implementación en los procesos de educación de alta calidad que permite el mejoramiento continuo en los programas de la UNIMINUTO Rectoría Bogotá. • Se tiene definida y estructurada un área administrativa que planea, planifica y ejecuta los programas curriculares de la Universidad. • Implementación de los diversos mecanismos de invitación y convocatoria, para generar la participación de los egresados en la UNIMINUTO. • Existencia de profesionales idóneos con experiencia y conocimientos para desarrollar proyectos de investigación que fomenten participación de egresados. • Existencia de bases de datos de los egresados que permite el acceso al conocimiento de las diferentes actividades que se desarrollan en la MGSO. • Promoción y fortalecimiento en las líneas de acción de la responsabilidad social, entre otros el enfoque

estrategias que permitan una mayor integración e interés en las actividades extracurriculares de la UNIMINUTO.	diferencial étnico, madres cabeza de hogar entre otros, que contribuyan a reducir las barreras de acceso a los estudiantes de la MGSO.
FACTORES EXTERNOS	
AMENAZAS (-)	OPORTUNIDADES (+)
<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con otras universidades y organizaciones. • Cambios en la economía y el mercado laboral. • Desinterés y apatía de los egresados, en participar en la vida institucional y académica de la MGSO. • Cambios permanentes en la legislación educativa y las diferentes regulaciones (Ley 115 de 1994 y Ley 30 1992. • Falta de adherencia, conocimiento y participación de los egresados de la MGSO generando poco compromiso institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • La creación de programas de mentoría y coaching. • Noche de excelencia para destacar a los egresados exitosos • La existencia de nuevas tecnologías al servicio de las instituciones de educación superior como la inteligencia artificial (IA) • Seguimiento y evaluación por parte de la coordinación de egresados sobre las acciones que se desarrollen dentro del marco formativo de participación por parte de los egresados que permita una mejora continua y toma de decisiones. • Participación de los egresados en el “Club Vive UNIMINUTO”, el cual ofrece beneficios como descuentos, formación, empleabilidad, emprendimiento, etc.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de los resultados de las encuestas y las entrevistas.

10. Propuesta de estrategias de gerencia social, que promuevan la participación en la vida institucional de los egresados de la Maestría en Gerencia Social.

El análisis de los resultados de la matriz DOFA, permitió el surgimiento de la propuesta de las siguientes estrategias en Gerencia Social, con la finalidad de promover la participación en la vida institucional de los egresados de la MGSO.

10.1 Estrategias de comunicación

Categoría COMUNICACIÓN	Oportunidades	Amenazas
		<ul style="list-style-type: none"> Existencia de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial (IA) al servicio de las instituciones de educación superior
Fortalezas	Estrategia F. O.	Estrategia F.A.
<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de la red de contactos en la coordinación de egresados de la MGSO. Existencia de un sistema de información que les permite conocer las diferentes actividades ofertadas por parte de la coordinación de egresados. 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de una Plataforma digital exclusiva en línea con la integración de redes sociales (correo electrónico, página web) donde los egresados puedan acceder a información relevante y establecer redes de contacto. 	<ul style="list-style-type: none"> Boletín informativo: Enviar periódicamente un boletín electrónico con noticias sobre la universidad, cambios en legislación educativa, logros y convocatorias a eventos y oportunidades. Alianzas estratégicas: con instituciones de educación superior acreditadas y/o certificadas en Alta Calidad.
Debilidades	Estrategia D. O.	Estrategia D. A.
<ul style="list-style-type: none"> Deficiencia en los canales de comunicación entre la coordinación de egresados y éstos a fin de lograr una interacción efectiva. Falta de control por parte de la coordinación de egresados en el envío de la información adecuada y 	<ul style="list-style-type: none"> Empleo de las Redes sociales: Utilizar activamente las redes 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas de seguimiento: Realizar encuestas periódicas para conocer las necesidades,

<p>específica acorde a los perfiles de los egresados de la MGSO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de seguimiento a través de redes que les permita a los egresados participar en foros, paneles, ferias de servicio, encuentros de capacitación y actualización en las temáticas que comporta la MGSO. 	<p>sociales para mantener informados a los egresados y fomentar la interacción.</p>	<p>expectativas y opiniones de los egresados, y ajustar las estrategias en consecuencia.</p>
---	---	--

10.2 Estrategias de oferta de servicios y beneficios

<p>Categoría OFERTA DE SERVICIOS Y BENEFICIOS</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Noche de excelencia para destacar a egresados exitosos. • Existencia de beneficios ofrecidos por el Club de Egresados Vive UNIMINUTO tales como descuentos, empleabilidad y emprendimiento. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la economía y el mercado laboral.
	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Provisión de recursos humanos, administrativos y financieros para apoyar iniciativas académicas y proyectos académicos institucionales. • Implementación en los procesos de educación de alta calidad que permite el mejoramiento continuo en los programas de la UNIMINUTO Rectoría Bogotá. • Se tiene definida y estructurada un área administrativa que planea, planifica y ejecuta los programas curriculares de la Universidad. • Existencia de bases de datos de los egresados que permite el acceso al conocimiento de las diferentes actividades que se desarrollan en la MGSO. 	<p>Estrategia F. O.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento público: Reconocer los logros profesionales y académicos de los egresados en eventos institucionales y a través de los canales de comunicación.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carencia de beneficios referidos a empleabilidad y emprendimiento para los egresados de la MGSO. • Desconocimiento de temas de interés de los perfiles laborales y/o ocupacionales de los egresados de la MGSO. 	<p>Estrategia D. O.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación y Conocimiento de Perfiles y Expectativas de los egresados de MGSO para elaborar perfiles laborales y ocupacionales: mediante encuestas online y entrevistas a profundidad a egresados de diferentes cohortes, perfiles ocupacionales y contextos 	<p>Estrategia D. A.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas de voluntariado: Fomentar el voluntariado de los egresados en proyectos sociales y comunitarios, promoviendo su compromiso con la sociedad, asumiendo los cambios económicos.

<ul style="list-style-type: none"> • Dificultades para identificar de manera concreta las expectativas de los egresados en materia de participación, dado los diferentes perfiles ocupacionales y entornos culturales y sociales que ellos comportan. 	<p>socioculturales para identificar tendencias, necesidades y expectativas comunes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de grupos focales con egresados para abordar y profundizar temas relacionados con el mercado laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Networking y vinculación laboral: Organizar eventos de networking con empresas del sector público, privado y social, así como con organizaciones no gubernamentales para crear una bolsa de trabajo virtual exclusiva para egresados de la MGSO.
--	--	--

10.3 Estrategias de oferta de participación

Categoría PARTICIPACIÓN	Oportunidades	Amenazas
		<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación y seguimiento por parte de la coordinación de egresados sobre las acciones que se desarrollen dentro del marco formativo de participación por parte de los egresados.
Fortalezas	Estrategia F. O.	Estrategia F.A.
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de alianzas estratégicas con Instituciones nacionales e internacionales de alta calidad que permiten mayor apropiación del conocimiento complejo y status universitario. • Existencia de profesionales idóneos con experiencia y conocimientos para desarrollar proyectos de investigación que fomenten participación de egresados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones de egresados: Creación de asociaciones de egresados para fortalecer las diferentes temáticas académicas entre ellos. • Cursos de actualización: en inglés por niveles, sistemas y medios audiovisuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de mentoría: Implementar programas de mentoría que permita a los egresados un mayor entendimiento y apropiación en la participación de las actividades de formación académicas que se desarrollen.
Debilidades	Estrategia D. O.	Estrategia D. A.
<ul style="list-style-type: none"> • Escasa participación y compromiso de los egresados con la vida institucional y académica de la UNIMINUTO. • Bajo nivel de socialización desde la coordinación de egresados para con estos y carencia de estrategias que permitan una mayor integración e interés en las actividades extracurriculares de la UNIMINUTO. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mecanismos de retroalimentación: establecer mecanismos de retroalimentación para que los egresados pueda realizar comentarios y sugerencias en relación con la oferta de servicios y beneficios. • Encuestas de satisfacción y sondeos para conocer las necesidades y opiniones de los egresados frente a las temáticas desarrolladas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos de investigación conjunta: Creación de proyectos de investigación conjunta con entidades del Estado y Organizaciones no gubernamentales para desarrollar un modelo de gestión de proyectos sociales eficaz y sostenibles.

11. Planeación estratégica

Tabla 8 Planeación estratégica (Categoría, Objetivo, Actividades, Indicador).

Categoría	Objetivo	Actividades	Indicador
1.Comunicación	1.1 Crear mecanismos de comunicación que permitan a los egresados interactuar a través de los diferentes medios de comunicación existentes.	<p>Crear un sitio web y redes sociales para la Maestría en Gerencia Social</p> <p>Desarrollo y lanzamiento de la plataforma digital, incluyendo perfiles de usuario, foros de discusión, bolsa de trabajo, directorio de egresados y sección de noticias.</p> <p>Creación de contenido relevante y atractivo para la plataforma (artículos, entrevistas, webinars).</p>	<p>Número de usuarios que utilizaron la plataforma. / Número de usuarios registrados en la plataforma X 100</p> <p>Nivel de interacción en la plataforma (comentarios, publicaciones, /número de conexiones entre egresados a través de la plataforma X 100</p> <p>Número de contenido relevante para la plataforma/ Número de usuarios participantes en la plataforma X 100.</p>
	1.2 Optimizar las redes sociales para mantener una comunicación constante con los egresados, difundir información relevante, fomentar la interacción y crear una comunidad virtual activa.	<p>Creación y gestión de perfiles en las redes sociales relevantes para el público objetivo.</p> <p>Publicación regular de contenido interesante y variado (noticias, eventos, entrevistas, testimonios).</p>	<p>Número de seguidores en las redes sociales/Número de interacciones en las publicaciones (me gusta, comentarios, compartidos) X 100.</p>

		<p>Interacción con los seguidores (responder comentarios, participar en conversaciones).</p> <p>Organización de concursos y sorteos.</p> <p>Utilización de publicidad pagada en redes sociales para aumentar el alcance.</p> <p>Monitoreo y análisis de las métricas de las redes sociales.</p>	
	<p>1.3 Recopilar información sobre las necesidades, expectativas y opiniones de los egresados para mejorar las estrategias de comunicación y los servicios ofrecidos, asegurando la pertinencia y el impacto de las acciones.</p>	<p>Diseño y elaboración de encuesta.</p> <p>Selección de la muestra de egresados a encuestar.</p> <p>Envío de las encuestas (en línea, por correo electrónico).</p> <p>Recopilación y análisis de los datos.</p> <p>Elaboración de informes con los resultados.</p> <p>Presentación de los resultados a las partes interesadas.</p> <p>Implementación de acciones de mejora basadas en los resultados.</p>	<p>Numero de encuestas realizadas a los egresados/Número de los egresados encuestados X 100</p>

2. Oferta de servicios y beneficios	<p>2.1 Establecer un programa de asesoramiento en áreas que comporten emprendimiento y empleabilidad para los egresados de la MGSO.</p> <p>2.2 Fomentar y recomendar la participación de los egresados en la toma de decisiones.</p> <p>2.3 Crear un sistema de retroalimentación en línea para los egresados</p>	<p>Identificación de egresados destacados en diferentes áreas (académica, profesional, social).</p> <p>Organización de ceremonias de premiación o reconocimiento.</p> <p>Publicación de noticias y entrevistas en la página web, redes sociales y boletín informativo.</p> <p>Invitación a egresados exitosos para participar en eventos y conferencias de la universidad.</p>	<p>Número de egresados reconocidos públicamente. / Numero de egresados participantes de los eventos de reconocimiento X 100</p> <p>Programa de egresados capacitados en línea/ Número de egresados que participan en el programa de capacitación X 100</p> <p>Numero de egresados beneficiados con emprendimiento y empleabilidad/ Numero de los egresados de la MGSO X 100</p>
	<p>2.4 Ofrecer servicios de asesoramiento y capacitación para los egresados mediante el acceso a recursos y servicios exclusivos que contribuyan a su desarrollo profesional y personal.</p>	<p>Definición de los beneficios a ofrecer (descuentos, acceso a recursos, programas de capacitación).</p> <p>Establecimiento de convenios con diferentes proveedores para ofrecer descuentos.</p>	<p>Número de egresados que utilizan los beneficios ofrecidos. / Numero de satisfacción de los egresados con los beneficios ofrecidos X 100.</p>

		Comunicación y promoción de los beneficios entre los egresados.	
		Seguimiento y evaluación del uso de los beneficios.	
	2.5 Constituir, un mecanismo de caracterización que permita identificar las necesidades y expectativas de los egresados para diseñar programas y servicios que permitan insertarse exitosamente en el mercado laboral.	<p>Diseño y elaboración de encuestas online y guiones para entrevistas.</p> <p>Selección de la muestra de egresados a encuestar y entrevistar.</p> <p>Análisis y elaboración de perfiles laborales y ocupacionales.</p>	<p>Numero de egresados entrevistados/Numero de entrevistas realizadas X 100.</p> <p>Numero de egresados con aptitudes laborales y ocupacionales/ Numero de perfiles laborales y ocupacionales identificados X 100.</p>
2.6 Fomentar la participación de los egresados en actividades de voluntariado para promover su compromiso con la sociedad, desarrollar sus habilidades y fortalecer su red de contactos.	<p>Identificación de organizaciones y proyectos sociales que requieran voluntarios.</p> <p>Promoción de las oportunidades de voluntariado entre los egresados.</p> <p>Coordinación y seguimiento de las actividades de voluntariado.</p> <p>Reconocimiento a los egresados que participan en programas de voluntariado.</p>	Número de egresados que participan en programas de voluntariado. / Número de egresados del programa X 100	

	<p>2.7 Fomentar la inserción laboral de los egresados mediante la creación de espacios de encuentro con empresas y organizaciones, así como la gestión de una bolsa de trabajo virtual.</p>	<p>Organización de ferias de empleo, talleres de empleabilidad y otros eventos de networking.</p> <p>Establecimiento de alianzas con empresas y organizaciones.</p> <p>Desarrollo y gestión de una bolsa de trabajo virtual.</p> <p>Difusión de las ofertas de trabajo entre los egresados.</p> <p>Seguimiento de la inserción laboral de los egresados.</p>	<p>Número de eventos de networking organizados / Número de empresas y organizaciones participantes en los eventos X 100</p> <p>Número de ofertas de trabajo publicadas en la bolsa de trabajo virtual / Número de egresados que consiguen empleo a través de la bolsa de trabajo X 100</p>
<p>3. Participación</p>	<p>3.1 Fortalecer redes de contacto entre egresados a través de las agrupaciones y asociaciones existentes, fomentando el sentido de pertenencia, la colaboración profesional y el apoyo mutuo.</p>	<p>Difusión de la importancia y los beneficios de pertenencia, a las asociaciones de egresados.</p> <p>Apoyo logístico y administrativo para la creación y el registro de las asociaciones.</p> <p>Elaboración de un reglamento o estatuto para las asociaciones.</p>	

		<p>Organización de eventos de lanzamiento y promoción de las asociaciones.</p> <p>Seguimiento y evaluación del funcionamiento de las asociaciones (ej. encuestas de satisfacción, informes de actividades).</p> <p>Establecimiento de canales que permitan la participación entre las asociaciones y la universidad.</p>	
--	--	--	--

	<p>3.2 Constituir oportunidades de formación continua a los egresados para que actualicen sus conocimientos y habilidades, manteniéndose competitivos en el mercado laboral y respondiendo a las nuevas demandas del sector.</p>	<p>Identificación de las necesidades de formación de los egresados a través de encuestas, estudios de mercado y retroalimentación de las empresas.</p> <p>Diseño y desarrollo de cursos de actualización relevantes y de alta calidad.</p> <p>Promoción y difusión de los cursos entre los egresados.</p> <p>Implementación de un sistema de seguimiento y evaluación de los cursos (ej. encuestas de satisfacción, seguimiento del desempeño de los egresados).</p> <p>Creación de alianzas con instituciones de educación superior acreditadas en calidad.</p>	<p>Número de cursos de actualización ofrecidos a los egresados/Número de egresados inscritos en los cursos X 100.</p> <p>Número de cursos solicitados por los egresados/ Numero de cursos desarrollados en el programa X 100.</p> <p>Alianzas con instituciones de educación superior con acreditación de alta calidad.</p>
	<p>3.3 Facilitar la transferencia de conocimientos y experiencias entre egresados con trayectoria y estudiantes</p>	<p>Convocatoria y selección de mentores y aprendices.</p>	<p>Número de mentores participantes/Número de aprendices y participantes X 100.</p>

	o recién egresados, brindando orientación profesional, apoyo y desarrollo de redes.	Capacitación para mentores sobre el rol y las mejores prácticas.	
	3.4 Fomentar la colaboración entre egresados, docentes y estudiantes en proyectos de investigación, generando nuevas oportunidades de aprendizaje, desarrollo de conocimiento y fortalecimiento de la vinculación con la universidad.	<p>Difusión de oportunidades de participación en proyectos de investigación.</p> <p>Creación de una plataforma o espacio virtual para conectar a investigadores y egresados interesados.</p> <p>Organización de talleres y seminarios sobre investigación.</p> <p>Divulgación de los resultados de las investigaciones a través de publicaciones, conferencias y otros medios</p>	<p>Número de proyectos de investigación conjunta realizados. /Número de egresados participantes en los proyectos X 100.</p> <p>Numero de talleres y seminarios sobre investigación desarrollados/ Numero de talleres y seminarios sobre investigación planeados X 100.</p>

12. Conclusiones y recomendaciones

Se puede concluir en cuanto al conocimiento de las estrategias de participación que se han implementado para el fortalecimiento del vínculo de los egresados de la MGSO con la vida institucional, que existe una discrepancia entre las respuestas aportadas por los 31 egresados encuestados y la emitida por (1) un miembro del personal directivo y (1) un miembro de la Coordinación de Egresados de la MGSO; dado que, se encontró que las estrategias de participación implementadas por la institución para el fortalecimiento del vínculo no han sido positivas, pues existe falta de comunicación efectiva entre la universidad y los egresados lo que constituye una de las principales barreras para su participación.

Las estrategias de participación implementadas por Corporación Universitaria Minuto de Dios - desde la Coordinación de egresados, han sido poco efectivas en el fortalecimiento del vínculo de los egresados de la MGSO con la vida institucional; en tal sentido, el entrevistado de la Coordinación de egresados manifestó un elemento muy interesante al señalar que: “No hemos podido cerrar la brecha en no enviar información que sea pertinente a los egresados y envían notificaciones de manera libre y la idea es que se realice de manera segmentada. Y hemos observado que debemos mejorar en este aspecto. Se reenvía información no pertinente y adecuada”.

Los resultados obtenidos corroboran la importancia de establecer estrategias de vinculación efectivas para mantener a los egresados involucrados en la vida institucional. Asimismo, se evidencia la necesidad de diseñar programas y actividades que respondan a las necesidades e intereses de los egresados, fomentando su participación activa en la comunidad universitaria.

La implementación de una plataforma digital exclusiva para egresados es fundamental para facilitar la comunicación y el acceso a información relevante; asimismo, los programas de mentoría representan una herramienta valiosa para

fortalecer el desarrollo profesional de los egresados y fomentar su compromiso con la institución. La participación de los egresados en proyectos de investigación conjunta puede generar un impacto positivo en la generación de conocimiento y en la visibilidad de la universidad.

Se cumple la hipótesis de la investigación: “La formulación de estrategias de Gerencia Social, promueven y fortalecen la participación de los egresados de la MGSO en la vida institucional”.

Recomendaciones

Sobre la base de los resultados obtenidos, se recomienda:

- Implementar una plataforma digital integral para egresados, que incluya un directorio, foros de discusión, eventos virtuales y recursos de aprendizaje.
- Emplear programas de mentoría para los egresados de la MGSO, de manera que este se convierta en una estrategia efectiva para fomentar el vínculo entre los egresados y la institución.
- Emplear activamente las redes sociales para mantener informados a los egresados y fomentar la interacción.
- Crear un fondo para financiar proyectos de investigación liderados por egresados.

Referencias Bibliográficas

- Aguirre, E., Durán, V., Gorga, L. y Hernández, E. (2021). El árbol de problemas como herramienta para la evaluación de políticas. *INIA*. <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/sites/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/files/documentos/publicaciones/El%20%C3%A1rbol%20de%20problemas%20como%20herramienta%20para%20la%20evaluaci%C3%B3n%20de%20pol%C3%ADticas.pdf>
- Aramburo, C. (2008). La planificación estratégica participativa como herramienta para la gestión universitaria. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 17(1), 77-92.
- Arias, F. (2012). EL proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. (6a ed.). Caracas: EPISTEME, C.A
- Atencio Ramírez, M., Gouveia, E. L. y Lozada, J. M. (2011). El trabajo de campo estrategia metodológica para estudiar las comunidades *Revista Omnia*, 17(3), 9-22. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/737/73720790002.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/737/73720790002.pdf)
- Ballesteros, J. A., & Sánchez, J. A. (2004). La planificación estratégica en la universidad: Un modelo participativo. *Revista de Educación*, 328, 221-243.
- Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis*. The University of Chicago Press.
- Bojórquez Zapata, M. I. y Pérez Brito, A. E. (2013). La planeación estratégica. Un pilar en la gestión empresarial. *Revista El Buzón de Pacioli*, 1(81), 4-19. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>
- Brennan, J., Kogan, M. & Teichler, U. (2001). *Higher education and work*. Jessica Kingsley Publishers.
- Cáceres, N. D. (2014). *De la responsabilidad social hacia un modelo sostenible de valor compartido en las pymes colombianas*. Ciudad de México: Spenta México.

- Calderón, S. (2023). Modelo de análisis y sus características. *Genially*.
<https://view.genial.ly/64ab65cd6db7fa0018f1ece6/interactive-content-modelo-de-analisis-y-sus-caracteristicas>
- Carlino, P. (2021). Antecedentes y marco teórico en los proyectos de investigación: aportes para construir este apartado. Material de cátedra para uso del Taller de escritura de proyecto de investigación de la Maestría en Formación Docente de la Universidad Pedagógica Nacional de Argentina.
<https://www.aacademica.org/paula.carlino/274.pdf>
- Club de Egresados (2022) Disfruta de tu Red de Egresados UNIMINUTO.
<https://www.clubviveuniminuto.org/noticias/disfruta-tu-red-egresados-uniminuto>
- Consejo de Fundadores UNIMINUTO (2021). Acuerdo No. 342 del 13 de agosto de 2021.
https://portalweb-uniminuto.s3.us-east-1.amazonaws.com/activos_digitales/DocInstitucionales/Politicasy40-7.%20POL%C3%8DTICA%20DE%20RELACIONAMIENTO%20Y%20SEGUIIMIENTO%20DE%20LOS%20EGRESADOS.pdf
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE.
- Díaz Cáceres, N. y Salcedo Pérez, C. (2017). La gerencia social y los procesos de innovación en la búsqueda de la sostenibilidad. *Revista Espacio*, 38(52).
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p04.pdf>
- Ellucian (s/f), titulado Lo que la Universidad de Miami aprendió de la puntuación de participación de exalumnos. <https://www.ellucian.com/es/ideas/lo-que-la-universidad-de-miami-aprendio-de-la-puntuacion-de-participacion-de-exalumnos>
- Escobar, I. (2024). Planificación estratégica: ¿Qué es y para qué sirve?
<https://www.questionpro.com/blog/es/planificacion-estrategica>
- FasterCapital (Dubái, 2022). Involucrar a los exalumnos en las actividades del campus. <https://fastercapital.com/es/tema/involucrar-a-los-exalumnos-en-las-actividades-del-campus.html>

- Fundación Universitaria Luis G Páez. (UNIPÁEZ). (2021). Sistema de Gestión de la Relación con los Egresados. <https://unipaez.edu.co/wp-content/uploads/2021/06/UNIPAEZ-sistema-de-gestion-de-relaciones-con-egresados-2021.pdf>
- García, J. C. y Martínez, M. P. (2008). La planificación estratégica participativa como herramienta de gestión en las universidades. *Revista de Universidad y Sociedad*, 2(1), 43-64.
- Garrido, S. (2006). *La Dirección por Valores*. (2a ed.). McGraw Hill Interamericana.
- González, J. & Wagenaar, R. (Eds.). (2003). Tuning educational structures in Europe. Universidad de Deusto.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Hernández Sampieri, R. C., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2004). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw – HILL.
- International Institute for Sustainable Development (2016). Evaluación del Impacto Social (EIS). <https://www.iisd.org/learning/eia/es/wp-content/uploads/2016/06/ES-SIA.pdf>
- Martini Hernández, N. C. (2023). Gerencia social y planificación estratégica, claves para una gobernanza municipal transformadora. *Revista venezolana de ciencia y tecnología (REVENCYT)*, (60), 143-156. <https://revista.grupocieg.org/wp-content/uploads/2023/03/Ed.60-143-156-Martini-Nelson.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas (2005). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): 17 objetivos para transformar nuestro mundo. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Palmett Urzola, A. M. (2020). Métodos: inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. Petroglifos *Revista Crítica Transdisciplinar*, 3(1), 36-42. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/650/6503406006/6503406006.pdf>
- Planas Lladó, A., Soler Masó, P., Pallisera Díaz, M., Vilà Suñé, M. y Fullana Noell, J. (2012). ¿Por qué los estudiantes participan poco en la gestión de la

- universidad? La opinión del profesorado. *REIFOP*, 15(4), 17-27.
<http://www.aufop.com>
- Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (2021). USET CFT PUCV agradece la participación de Ex Alumnos en la Campaña 2021.
<https://cftpucv.cl/campana-de-seguimiento-a-egresados-y-titulados-2021/>
- Real Academia Española. RAE. (2014). Egresados. *Diccionario de la Lengua Española* (DLE) (23.^a edición). <https://dle.rae.es/egresado>.
- Rivera García, P. (2019). Marco Teórico, Elemento Fundamental en el Proceso de Investigación Científica. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/Qu%C3%A9-es-el-Referente-Te%C3%B3rico-y-c%C3%B3mo-elaborarlo-Te%C3%B3rico-.pdf>
- Rodríguez Sabiote, C., Lorenzo Quiles, O. y Herrera Torres, L. (2005). Teoría y práctica del análisis de datos cualitativos. Proceso general y criterios de calidad. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, XV(2), 133-154.
- Sánchez, M. y López, P. (2020). Alumni networks and institutional impact: A European perspective. *International Journal of Educational Advancement*.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.
- Steiner, G. (2007). *Planeación estratégica lo que todo director debe saber*. México: Grupo editorial patria.
- Sustainable Development Solutions Network (SDSN) Australia (2017). *Cómo empezar con los ODS en las universidades. Una guía para las universidades, los centros de educación superior y el sector académico* (ed. en español). Australia, New Zealand and Pacific Edition. Sustainable Development Solutions Network – Australia/Pacific, Melbourne.
- Tinto, V. (1993). *Leaving college: Rethinking the causes and cures of student attrition* (2nd ed.). The University of Chicago Press.
- UNIMINUTO (2021). Proyecto Educativo Institucional UNIMINUTO. Experiencias transformadoras e innovación al servicio de aprendizaje. <https://portalweb-uniminuto.s3.us-east->

- 1.amazonaws.com/activos_digitales/DocInstitucionales/Uniminuto/PEI_2021.pdf
- UNIMINUTO (s.f.). Maestría en gerencia social. Presentación del programa. <https://www.uniminuto.edu/oferta-academica/maestria-en-gerencia-social/maestria-en-gerencia-social>
- UNIMINUTO. (2021). Plan de Desarrollo de UNIMINUTO 2020-2025. Aprendizaje para la transformación. https://portalweb-uniminuto.s3.amazonaws.com/activos_digitales/RBP/Plan+de+desarrollo+2020-2025+-+Bogota.pdf
- UNIMINUTO. (2024). *Informe general de resultados estadísticos de la encuesta de seguimiento a egresados de posgrado, de la maestría en Gerencia Social 2023*. Coordinación de Egresados
- Universidad Católica de Colombia (2023, febrero 9). Prográmate y participa en la Convocatoria “Egresados en la sociedad del conocimiento” <https://www.ucatolica.edu.co/portal/programate-y-participa-en-la-convocatoria-egresados-en-la-sociedad-del-conocimiento/>
- Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (2021). Seguimiento de egresados. <https://historia.posgrado.unam.mx/seguimiento-de-egresados/>
- Universidad Nacional de Colombia (2020, julio 17). Así se ha fortalecido el programa de egresados en la Facultad. <https://minas.medellin.unal.edu.co/noticias/facultad/3261-asi-se-ha-fortalecido-el-programa-de-egresados-en-la-facultad>
- Universidad Veracruzana (s.f.). Tipos de investigación. <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html>
- Vargas Murillo, G. (2020). Estrategias educativas y tecnología digital en el proceso enseñanza aprendizaje. Cuadernos Hospital de Clínicas, 61(1), 114-129. Recuperado en 12 de julio de 2024, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1652-67762020000100010&lng=es&tlng=es.
- Velázquez, A. (s.f). ¿Qué es el muestreo por cuotas? QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-cuotas/>

Anexos

1. Consentimiento informado

MANIFESTACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo _____, apruebo participar voluntariamente en este estudio llevado a cabo los investigadores Darcio Antonio Serna Córdoba y Yorby Constanza Mosquera Rodríguez. He sido informado(a) que el objetivo del estudio es: Formular estrategias de gerencia social, que promuevan la participación en la vida institucional de los egresados de la Maestría en Gerencia Social de la UNIMINUTO, rectoría Bogotá.

Me han indicado que responderé a las preguntas de la entrevista que será llevada a cabo por la mi persona en mi función de investigador y que tomará aproximadamente treinta minutos. Reconozco que la información es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de este estudio sin mi consentimiento.

Firma: _____

2. Anexo 1. Encuesta a Egresados de la MGSO.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL
ENCUESTA PARA EGRESADOS

Estimado/a egresado/a de la Maestría en Gerencia Social de la UNIMINUTO, Rectoría Bogotá. El presente cuestionario corresponde al trabajo de campo del trabajo de grado final de la MGSO, denominado “ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE EGRESADOS DE LA MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL DE UNIMINUTO RECTORÍA BOGOTÁ”, y los resultados serán utilizados únicamente con fines académicos.

Agradecemos su tiempo y colaboración.

FECHA DE DILIGENCIAMIENTO: _____

FECHA DE GRADO DE LA MGSO: _____

C.C. (Opcional)

1. COMUNICACIÓN (Canales de Comunicación).

1.1 ¿Conoce Ud. los canales de comunicación a través de los cuales la MGSO mantiene vínculos con los egresados?

En caso afirmativo

1.2 ¿Cuáles canales conoce?

1.3 ¿Qué canales de comunicación recomienda Ud. al programa de MGSO para que haya mayor efectividad en el vínculo con sus egresados?

2. Oferta de servicios y beneficios

2.1 Como egresado de la MGSO ¿ha recibido algún tipo de ofertas de empleo por parte de la Institución?

2.2 ¿Conoce usted acerca de ofertas por parte de UNIMINUTO relacionadas con prestación de servicios y actualización profesional para beneficiar económicamente a los egresados?

En caso afirmativo ¿Cuáles?

2.3 ¿Qué tipo de beneficios y/o servicios recomiendas para fomentar la vinculación de los egresados a la Maestría y a la vida institucional?

3. Participación

3.1 Como egresados de la MGSO ¿son invitados a participar en eventos de carácter académico bajo la figura de diversos tópicos y bajo distintas formas de participación?

3.2 Como egresados de la MGSO ¿conocen y participan en alguna red de egresados de carácter institucional?

3.3 Como egresados de la MGSO ¿participan o colaboran en proyectos de investigación institucional o como voluntariado de alguna actividad institucional?

3.4 ¿Qué tipo de temáticas a analizar y reflexionar en reuniones académica te gustaría proponer para la mejora del programa de MGSO?

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo 2. Entrevista Estructurada a Directivo de la MGSO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL

ENTREVISTA ESTRUCTURADA PARA DIRECTIVO

Estimado directivo de la Maestría en Gerencia Social de la UNIMINUTO, Rectoría Bogotá. El presente cuestionario corresponde al trabajo de campo del trabajo de grado final de la MGSO, denominado “ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE EGRESADOS DE LA MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL DE UNIMINUTO RECTORÍA BOGOTÁ”

Agradecemos su tiempo y colaboración.

FECHA DE DILIGENCIAMIENTO: 23 DE OCTUBRE DE 2024

AÑO DE GRADO DE LA MGSO: 2021 a 2024

C.C. (Opcional)

1. COMUNICACIÓN (Canales de Comunicación)

1.1 ¿Qué canales de comunicación recomienda Ud. al programa de MGSO para que haya mayor efectividad en el vínculo con sus egresados?

1.2 ¿Qué canales de comunicación utiliza para mantener una comunicación con los egresados?

2. Oferta de servicios y beneficios

2.1 ¿Hay ofertas de empleo por parte de la Institución para los egresados de la MGSO?

2.2 ¿Hay ofertas de Prestación de servicios de actualización profesional para beneficiar económicamente a los egresados?

En caso afirmativo ¿Qué tipo de ofertas se hacen?

2.3 ¿Qué tipo de beneficios y/o servicios recomiendas para fomentar la vinculación de los egresados a la Maestría y a la vida institucional?

3. Participación

3.1 ¿Los egresados de la MGSO son invitados a participar en eventos de carácter académico bajo la figura de diversos tópicos y bajo distintas formas de participación? ¿A cuáles eventos y cómo es su participación?

3.2 ¿Tiene conocimiento acerca de la participación de los egresados de la MGSO en alguna red de carácter institucional? En caso afirmativo, ¿A cuáles redes?

3.3 ¿Invitan a participar a los egresados de la MGSO en proyectos de investigación institucional o como voluntariado de alguna actividad institucional

3.4 ¿Qué tipo de beneficio le significaría a un egresado de la MGSO participar de una Red de egresados?

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo 3. Entrevista Estructurada a Coordinador de egresados de la rectoría UNIMINUTO Bogotá.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL
ENTREVISTA ESTRUCTURADA PARA MIEMBROS DE LA COORDINACIÓN DE
EGRESADOS

Estimado miembro de Coordinación de Egresados de la Maestría en Gerencia Social de la UNIMINUTO (MGSO), Rectoría Bogotá. El presente cuestionario corresponde al trabajo de campo del trabajo de grado final de la MGSO, denominado “ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE EGRESADOS DE LA MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL DE UNIMINUTO RECTORÍA BOGOTÁ”.

Fecha de Diligenciamiento: 23 de octubre

Año de Grado de la MGSO: 2021-2024

Cedula de Ciudadanía (Opcional):

1.1 ¿Qué canales de comunicación recomienda Ud. al programa de MGSO para que haya mayor efectividad en el vínculo con sus egresados?

1.2 ¿Qué canales de comunicación utiliza para mantener una comunicación con los egresados?

2. Oferta de servicios y beneficios

2.1 ¿Hay ofertas de empleo por parte de la Institución para los egresados de la MGSO?

2.2 ¿Hay ofertas de Prestación de servicios de actualización profesional para beneficiar económicamente a los egresados?

En caso afirmativo ¿Qué tipo de ofertas se hacen?

2.3 ¿Qué tipo de beneficios y/o servicios recomiendas para fomentar la vinculación de los egresados a la Maestría y a la vida institucional?

3. Participación

3.1 ¿Los egresados de la MGSO son invitados a participar en eventos de carácter académico bajo la figura de diversos tópicos y bajo distintas formas de participación? ¿A cuáles eventos y cómo es su participación?

3.2 ¿Tiene conocimiento acerca de la participación de los egresados de la MGSO en alguna red de carácter institucional? En caso afirmativo, ¿A cuáles redes?

3.3 ¿Invitan a participar a los egresados de la MGSO en proyectos de investigación institucional o como voluntariado de alguna actividad institucional

3.4 ¿Qué tipo de beneficio le significaría a un egresado de la MGSO participar de una Red de egresados?

¡Muchas gracias por su participación!

INSTRUMENTOS

CRONOGRAMA													
ESTRATEGIAS	TEMATICAS/ ACTIVIDADES												
	MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Introducción	Introducción												
Descripción del problema y preguntas de investigación.	Identificación del problema												
	Antecedentes												
	Antecedentes Ámbito Internacional												
	Antecedentes Ámbito Nacional												
	Descripción del problema												
	Formulación del problema												
	Árbol de Problemas												
Justificación	Pertinencia de la Investigación para la Gerencia Social												
	Pertinencia de la Investigación para la Organización, grupo social o comunidad donde esta se realiza.												
	Pertinencia de la investigación para el problema que desea estudiar												
	Pertinencia de la investigación frente a los Objetivos del Desarrollo Sostenible- ODS												
Objetivos	Objetivo General												
	Objetivos Específicos												
Hipótesis	Hipótesis de investigación												
Marco Referencial	Marco Teórico												
	La Gerencia Social La planeación estratégica como herramienta de integración participativa.												
Marco Conceptual	Estrategias												
	Participación												
	Egresados												
	Gerencia												

Propuesta de estrategias	Propuesta de estrategias de gerencia social, que promuevan la participación en la vida institucional de los egresados de la Maestría en Gerencia Social.															
Conclusiones y Recomendaciones																
Referencias Bibliográficas																
Anexos (Tablas y Figuras)																
Plataforma Digital																

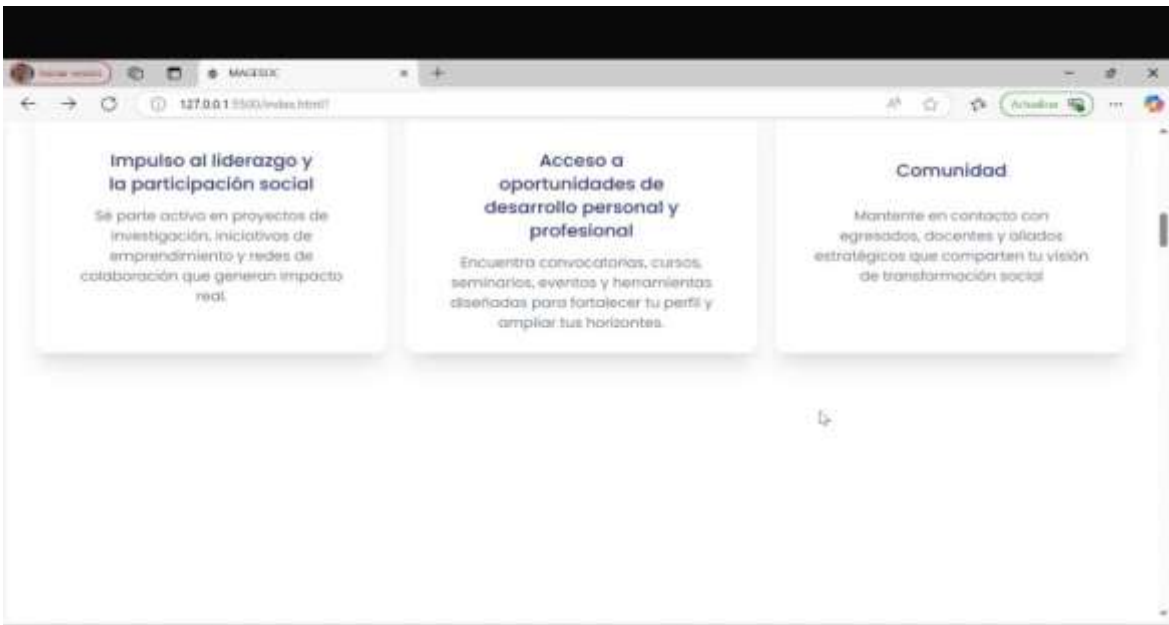
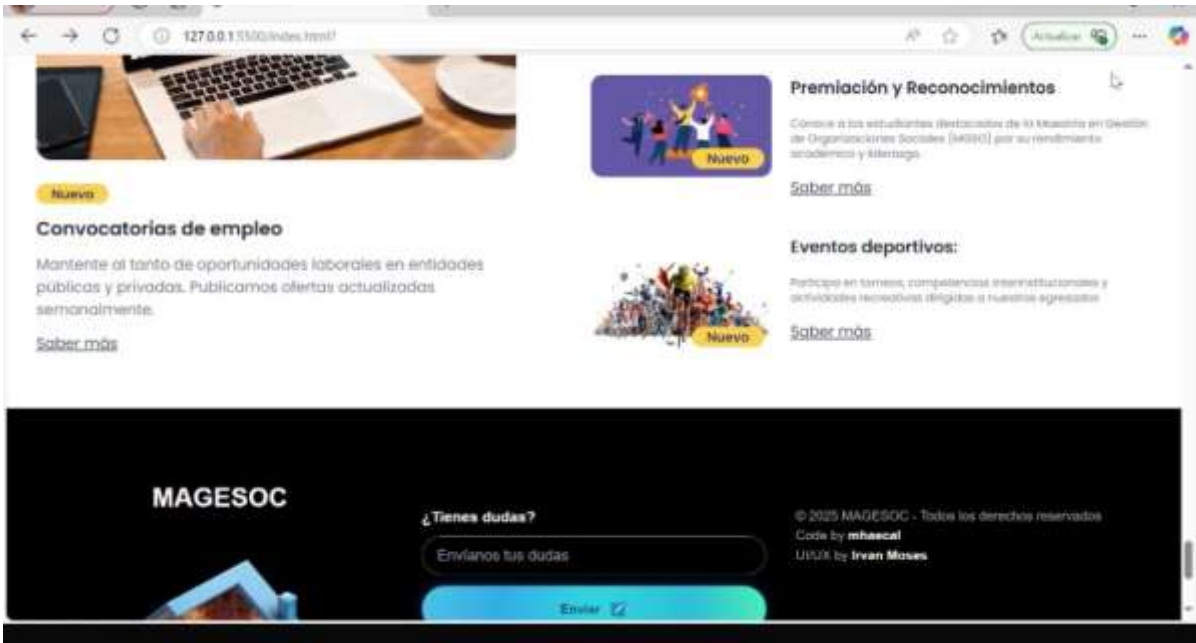
PRESUPUESTO

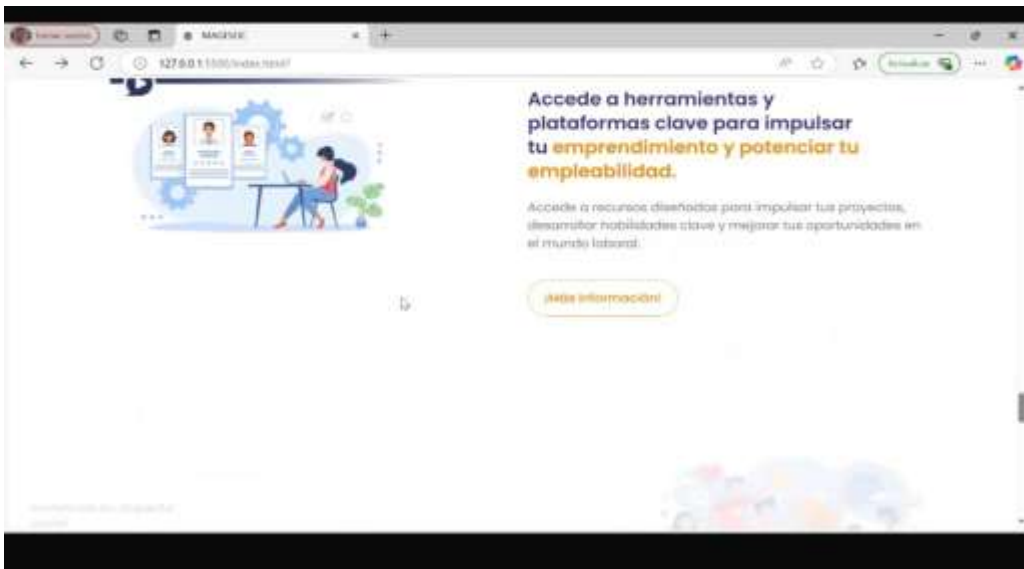
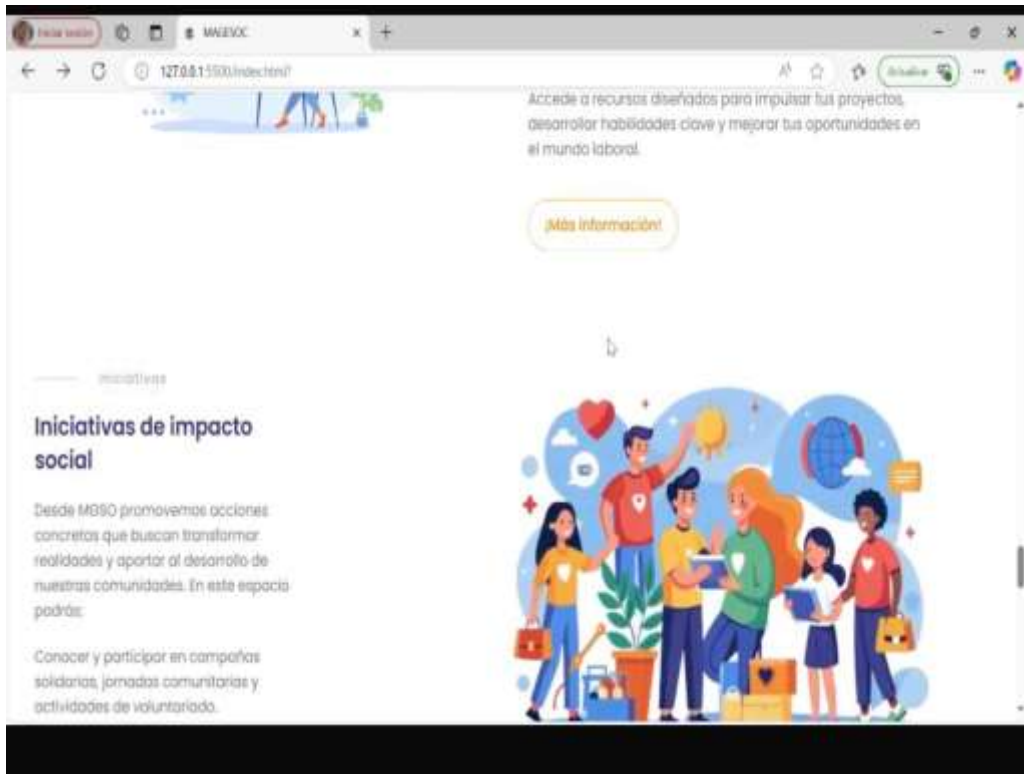
PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO						
DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL		OBSERVACIONES
ESTRATEGIA 1	ITEMS		\$			
ENCUESTAS	Encuesta a egresados	mes	2	150.000	300000	Las encuestas de egresados de la MGSO, se realizaron a través de sus respectivos correos electrónicos; se obtuvo una muestra de 31 de ellos, de una población total de 153 egresados, obteniendo respuesta (3) días después, y para estos efectos contamos con el apoyo decidido de nuestro Tutor Obed Alfonso Fragozo Manjarrez.
	Lápices	Und	36	1.000	36000	
	Resma de papel	Día	5	10.000	50000	
	Internet	mes	5	21.000	105000	
ESTRATEGIA 2	ITEMS				\$ 491.000	
ENTREVISTA A MIEMBRO DE EQUIPO DIRECTIVO	Encuesta a egresados	mes	1	100.000	100000	Para desarrollar este ítems, se hizo necesario desplazarnos, hasta la UNIMINUTO durante 8 días, de manera interrumpida.
	Lápices	día	6	12.000	72000	
	Resma de papel					
	Internet	Día/mes	3	60.000	180000	
	Computador	Día/mes	1	1.200.000	1200000	
ESTRATEGIA 3	ITEMS				\$ 1.552.000	
ENTREVISTA A MIEMBRO DE COORDINACION DE EGRESADOS	Encuesta a coordinador de egresados	mes	1	200000	200000	Para estos efectos, la entrevista se realizó de manera virtual, ante el coordinado que fungía en ese momento como tal de la MGSO, el doctor Flover Artunduaga, quien nos ofreció de manera concreta y precisa, las preguntas que se diseñaron para tales efectos.
	Lápices			500	20000	
	Resma de papel	día	4	10000	40000	
	Internet					
	Computador	mes	1	1.000.000	1000000	
ESTRATEGIA 4	ITEMS				\$ 1.260.000	
CREACION DE LA PLATAFORMA WEB	Programas/software	Día/mes	1	1.500.000	1500000	Respecto a la Creación del Logo se realizó bajo ayudas tecnológicas y digitales con el apoyo de personas especializadas, así como la creación del Micrositio.
	Internet	Día/mes	7	24.000	168000	
	Ingeniero de sistemas	Día/mes	1 mes	500.000	500000	
	Diseñador gráfico	Día/mes	1 mes	400.000	400000	
	Lápices	Día/mes	12	12.000	12000	
	TOTAL					
TOTAL					5.883.000	

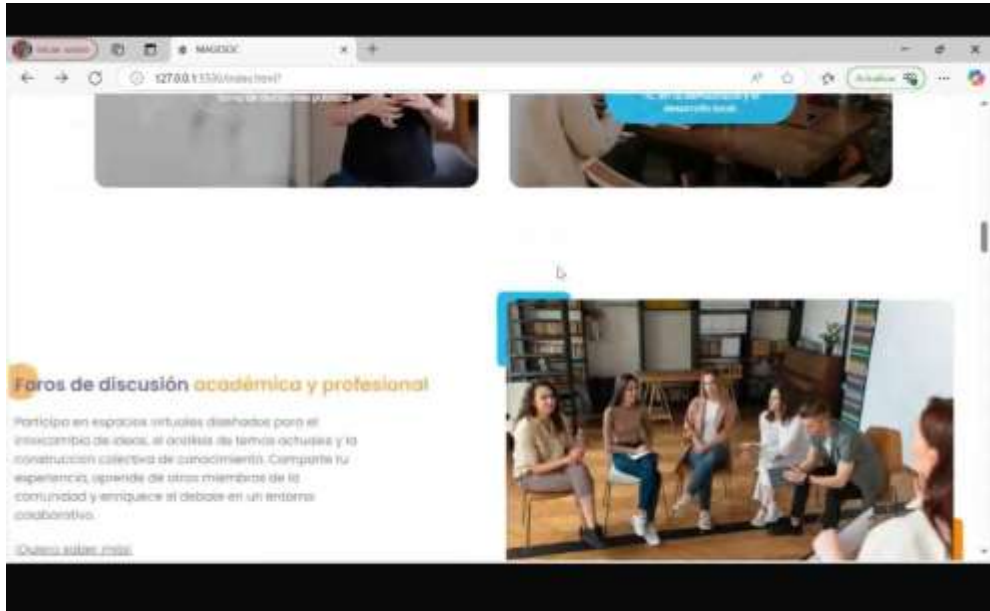
MICROSITIO -MAGESOC

Se Crea el Logo del Micrositio por iniciativa propia con el fin de generar un espacio para los egresados de la MGSO. Así mismo su nombre está identificado para este grupo y genere mayor atractivo.









Elaboración Propia.