

Programa Comunicación Social –Medellín– Julio 2015



Gestión Alumni



El Observatorio de Impacto y Dinámica Ocupacional (OIDO) presenta a continuación una descripción general del Programa de Comunicación Social de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Medellín, como parte del cumplimiento a la Política de Seguimiento e Impacto de graduados; todo ello soportado, en los lineamientos del Consejo Nacional de Acreditación (CNA). Adicionalmente da cuenta de los resultados de la estrategia implementada por la Universidad entorno a la comunidad Alumni. Las fuentes principales de consulta son: Mapa de Datos, OLE, DANE, Banco de la República, Cámara de Comercio, Planes de desarrollo, consolidados estadísticos, estudios de percepción de graduados, EIDO, ENEF, entre otros.

Índice

1. Consideraciones generales

2. Seguimiento a graduados

- 2.1 Existencia de registros actualizados sobre ocupación y ubicación profesional de los egresados del programa
 - 2.1.1 Plataforma Mapa de Datos
 - 2.1.2 Encuesta Momento 0 del Observatorio Laboral para la Educación (OLE)
 - 2.1.3 Informe estadístico consolidado desde la Dirección Nacional Alumni de Graduados con base en información del Dirección de Admisión, Registro y Control -DARC
 - 2.1.4 Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO) y otras fuentes
- 2.2 Correspondencia entre la ocupación y ubicación profesional de los egresados y el perfil de formación del programa.
- 2.3 Apreciación de los egresados, empleadores y usuarios externos sobre la calidad de la formación dada por el programa.
 - 2.3.1 Apreciación de los Graduados.
 - 2.3.2 Apreciación de empleadores sobre la calidad de la formación y el desempeño de los egresados del programa.
- 2.4 Apreciación de los egresados acerca de la forma como el programa favorece el desarrollo del proyecto de vida.
- 2.5 Utilización de la información contenida en el Observatorio Laboral para la Educación (OLE), como insumo para estudiar la pertinencia del programa.
- 2.6 Evidencia de los procesos de análisis de la situación de los egresados.
- 2.7 Mecanismos y estrategias para efectuar ajustes al programa en atención a las necesidades del entorno, evidenciados a través del seguimiento de los egresados.
 - 2.7.1 Necesidades y Expectativas de Formación (ENEF)

2.8 Estrategias que faciliten el paso del estudiante al mundo laboral.

3. Impacto de los egresados en el medio social y académico

- 3.1 Índice de empleo entre los egresados del programa.
- 3.2 Egresados del programa que forman parte de comunidades académicas reconocidas, de asociaciones científicas, profesionales, tecnológicas, técnicas o artísticas, y del sector productivo y financiero, en el ámbito nacional o internacional
- 3.3 Egresados del programa que han recibido distinciones y reconocimientos significativos por su desempeño en la disciplina, profesión, ocupación u oficio correspondiente.

4. CONCLUSIONES

1. Consideraciones Generales



Las dinámicas internacionales, tejidas en el marco de la globalización, benefician en gran medida a los países implicados. Sin embargo, dichos beneficios están lejos de lograr una buena distribución, pues hay países que se ven beneficiados de forma tardía, bien sea por diferencias regionales, culturales, políticas u otras. Las balanzas comerciales son un buen reflejo de estas discrepancias en medio de la boyante globalización. Consciente de esto, la gobernanza internacional y multilateral llama la atención sobre la relevancia de la educación como mecanismo de desarrollo, y la Universidad Cooperativa de Colombia entiende la prioridad de brindar una educación de alta calidad, que lleve a los pueblos a implementar estrategias de desarrollo local con enfoque global.

La Universidad Cooperativa de Colombia en su dinámica de crecimiento y posicionamiento, ve en el graduado, como

parte de la comunidad universitaria, un medio para evidenciar y dar cuenta a la sociedad de su compromiso con los principios de equidad y justicia social. En este sentido la Universidad contribuye a la erradicación de la pobreza, pues es a través de la educación que se empieza a resquebrajar las barreras sociales, la ampliación de oportunidades del acceso al sistema de salud y dignidad laboral, ya que el sector educativo es, por excelencia, uno de los medios más eficientes a la hora de generar efectos positivos con el desbordamiento del conocimiento en medio de las sociedades.

El presente documento es una mirada de la situación presente en el programa de Comunicación Social, a partir del mismo, y haciendo uso de diferentes fuentes que dan cuenta de la proyección e impacto de la Universidad Cooperativa de Colombia en la sede Medellín, se evidencia el impacto del programa a través de sus egresados en el medio, y en función de esto, se adoptan los lineamientos definidos por la Consejo Nacional de Acreditación (CNA), el cual define que: "...un programa de alta calidad se reconoce a través del desempeño laboral de sus egresados y del impacto que éstos tienen en el proyecto académico y en los procesos de desarrollo social, cultural y económico en sus respectivos entornos....".¹

La Universidad Cooperativa de Colombia ha graduado un total de 134.880

¹ CNA.

profesionales (Febrero 2015), de los cuales 901 corresponden al programa de Comunicación Social en toda la Universidad, y de estos, 263 han sido graduados de la sede Medellín.

El seguimiento a graduados es liderado desde la Dirección Nacional Alumni, la cual define los lineamientos que son materializados en las sedes a través de las Coordinaciones Alumni, y que a su vez, bajo el principio de corresponsabilidad lideran ante la comunidad educativa el desarrollo de programas y estrategias tendientes a fortalecer el vínculo con los graduados, las cuales se resumen en el siguiente objetivo de gestión:

“Fortalecer el trabajo colaborativo y solidario de los graduados hacia su Universidad y de la Universidad con estos y sus pares en el mundo, a través de la estrategia de redes, apoyadas en el análisis permanente del entorno, contribuyendo en la generación de programas educativos pertinentes, fortaleciendo la proyección institucional y profesional de los graduados”.

Todo lo anterior, se evidencia a través de 5 Redes:

- Red de Contactos: Programa “en Conexión”.
- Red de Conocimientos: Programa de transferencia de conocimientos y Experiencia “Banco de Tiempos”.
- Red de Cooperación: Programa Corazón Alumni
- Red de Bienestar: Programa “Vive la U”

- Red de Enlace y Apoyo Laboral (REAL): Programa “Conexión al mundo laboral”.

Igualmente se han establecido tres (3) Políticas que dan cuenta de los ejes principales del seguimiento a Egresados:

- Política: Gestión de egresados por grupos de interés
- Política: Gestión de redes
- Política: Seguimiento e impacto de egresados

Estas políticas se fundamentan en la normatividad vigente de la Institución y en los Estatutos de Egresados de la Universidad: Acuerdo Superior 09 de 2010. A través de estos documentos, se declara el compromiso de la Universidad con los graduados, toda vez que ellos son el referente de calidad y pertinencia del modelo educativo. Para honrar este compromiso, se establece dentro de la estructura la gestión de graduados como proceso y parte fundamental del posicionamiento y responsabilidad social de la Universidad Cooperativa de Colombia, reflejándose en la Vicerrectoría de Proyección Institucional, la cual tiene como propósitos: crear, desarrollar y coordinar instancias de interacción entre los diferentes actores internos y externos –entre los que se destacan los egresados–, estimulando y desarrollando distintas posibilidades de vinculación y proyección institucional que aporten al posicionamiento y reconocimiento social.

Todo lo anterior soportado en el Análisis permanente del entorno a través del Observatorio de Impacto y Dinámica Ocupacional (OIDO), el cual se configura como estrategia de gestión para el seguimiento de los egresados, pudiendo

así evaluar el impacto, pertinencia y oportunidades de mejora en los programas y de la Universidad.

Lo anteriormente expuesto, se constituye en la plataforma de trabajo que garantiza el seguimiento de corto y largo plazo a los

egresados y permitirá conocer y valorar su desempeño y el impacto social del Programa, además de estimular el intercambio de experiencias académicas e investigativas.



2. Seguimiento a graduados

La Universidad Cooperativa de Colombia, consciente de la necesidad de tener un seguimiento a los graduados y entendiendo su importancia para el posicionamiento de la Universidad, la apuesta por el mejoramiento continuo de los programas y el buen relacionamiento con el medio en donde la Universidad tiene presencia, se ha definido una serie de recursos y estrategias para tal fin, tanto a nivel interno como a nivel externo. Dentro de dichas estrategias se destaca el uso de fuentes de información, que permite la construcción de conceptos y valoraciones más cercanas a la realidad de las regiones y en ello de nuestros graduados. Las principales fuentes de información son:

- Encuesta Momento 0 del Observatorio Laborar para la Educación (OLE)
- Plataforma Mapa de Datos (MD)
- Consolidado del Total de Graduados (CG), desarrollado por la Dirección Nacional de Egresados, haciendo uso de datos del DARC
- Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO)
- Estudio de Necesidades y Expectativas de Formación (ENEF)
- Informes y estadísticas del DANE, Banco de la República, Ministerio de Educación Nacional MEN, entre otros.
- Planes de Desarrollo regional, departamental y Nacional.
- Informes de las Cámara de comercio Regional.



2.1 Existencia de registros actualizados sobre ocupación y ubicación profesional de los egresados del programa.

A continuación se presenta una breve descripción de la plataforma Mapa de Datos, herramienta base para el seguimiento a graduados, la cual brinda

información permanente a los líderes de los programas para la toma de decisiones.

2.1.1 Plataforma Mapa de Datos.

La herramienta base para el seguimiento de egresados es la plataforma Mapa de Datos, en la cual no sólo se actualizan los datos de contacto, sino que además se recolecta información que permite dar cuenta de los diferentes aspectos, incluso los dispuestos a evaluar en los procesos de acreditación y que son definidos por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) Factor 9: característica 36 y 37. En la Plataforma de Mapa de Datos se encuentra la siguiente información:

- Aspectos sociodemográficos.
- Continuidad académica
- Necesidades y expectativas de formación
- Apreciación de los egresados sobre el programa
- Empleabilidad: situación laboral, sector económico al que pertenece la empresa, cargo, área, tamaño de la empresa,
- Producción intelectual
- Egresados del programa que han recibido distinciones y reconocimientos significativos por su desempeño en la disciplina, profesión, ocupación u oficio correspondiente.
- Egresados del programa que forman parte de comunidades

académicas reconocidas, de asociaciones científicas, profesionales, tecnológicas, técnicas o artísticas, y del sector productivo y financiero, en el ámbito nacional o internacional.

Así las diferentes estrategias de comunicación que facilitan dicho proceso de actualización en Mapa de Datos y que favorecen el vínculo con los graduados son:

Tele mercadeo:

- Se realizan permanentemente llamadas de verificación de datos de contacto de los graduados registrados en “Mapa de Datos”.

A través de la Web:

- Se remiten constantemente correos masivos motivando la actualización de datos a través de “Mapa de Datos”.
- Envío de e-mail con el link para ingresar directamente a Mapa Datos.
- Cuenta de Facebook de la Coordinación Alumni (comunidad de graduados), para contacto con nuevos graduados.

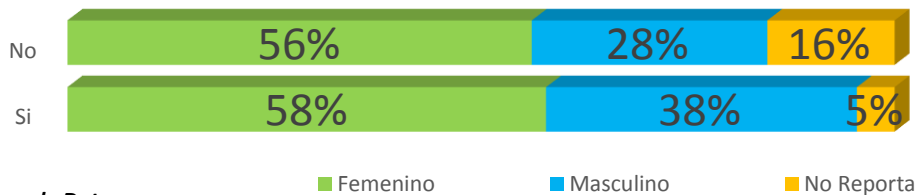
A través de medios físicos:

- Se promueve y distribuye entre los miembros de la comunidad universitaria el formato “Referir a un graduado” y el formato “Actualización de Datos del graduado”, con el fin de obtener nuevos datos de contacto de graduados y/o actualizar la información.
- Mural Noti-Alumni (Cartelera institucional)
- Actualizaciones en la Coordinación de Alumni (graduados).
- Consecución de Bases de Datos: Referidos.

Comunicación Social de la sede Medellín, encontramos que la plataforma cuenta con 239 registros actualizados de un total de 263, lo que significa un 90% de registrados en Mapa de Datos (MD).

La tasa de ocupación de los graduados del programa Comunicación Social en la Sede Medellín es de 54%, lo que implica un total de 130 empleados; de estos el 58% de tienen sexo femenino y el 38% son masculino. Mientras los desocupados son el 46% del total de graduados, de los cuales el 56% tienen sexo femenino y el 28% masculino, el 16% no reporta. Esto evidencia un mayor nivel de vinculación en las mujeres.

En este orden de ideas, y tomado como objeto de análisis al Programa de



Fuente: Mapa de Datos.

Gráfico 1: Ocupación de Los Graduados de Comunicación Social Sede Medellín

De otro lado, la encuesta Momento 0 del OLE muestra que, para cuando eran recién graduados, de 50 encuestados, el

46% manifestaron estar trabajando, el 30% estudiando, el 22% buscando trabajo y 2% se hallaba en oficios del hogar

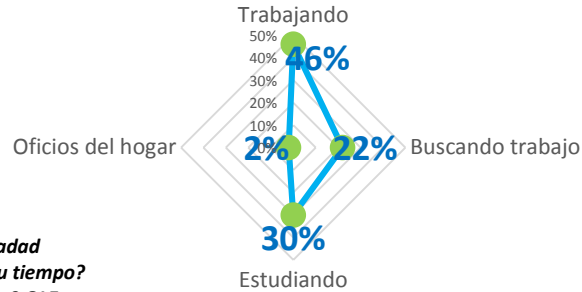


Gráfico 2: ¿En qué actividad ocupa la mayor parte de su tiempo?
Fuente Encuesta Momento O OLE

En Medellín, de acuerdo con el informe de Indicadores Económicos de la Cámara de Comercio de Medellín², las empresas por tamaño se distribuyen así: el 86% son Microempresas, las Pequeñas Empresas son el 10%, Mediana Empresa 3% y Grandes Empresas 1%. El mayor número de empresas, sin distinción de tamaño, se dedican al

Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas. En segundo renglón, las Microempresas, Pequeñas Empresas y Grandes Empresas se ubican en las industrias manufactureras; las Medianas Empresas se ubican en la Construcción.

Descripción	No. De Empresas			
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	657	341	151	36
Explotación de minas y canteras	311	91	43	21
Industrias manufactureras	9.105	1.071	219	88
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	58	14	5	11
Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	250	27	5	2
Construcción	2.813	566	267	74
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	23.596	1.856	452	126
Transporte y almacenamiento	1.180	309	72	23
Alojamiento y servicios de comida	6.097	184	28	15
Información y comunicaciones	1.625	226	39	10
Actividades financieras y de seguros	1.179	229	107	98
Actividades inmobiliarias	1.713	707	273	54
Actividades profesionales, científicas y técnicas	4.765	710	125	35
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1.888	280	109	28
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	69	5		6
Educación	697	51	11	1
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	1.035	191	47	20
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	749	73	14	4
Otras actividades de servicios	2.408	63	14	2
Actividades de los hogares en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio	7	1		
Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales	1			
Sin CIIU	682	3	1	
Total general	60.885	6.998	1.982	654

Cuadro 1: Comerciantes Renovados y Matriculados en el año 2013

² Indicadores Económicos de Antioquia hasta el 2013.

<http://www.camaramedellin.com.co/site/Bibliotec>

a-virtual/Estudios-economicos/Series-Estadisticas-de-Antioquia/Indicadores-Economicos.aspx

Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Base del Registro Mercantil (69 Municipios)
Tabulados: Investigaciones Económicas

La plataforma Mapa de Datos (MD) también contiene información sobre el tamaño de la empresa en donde se ubican laboralmente los graduados, para el caso

del programa Comunicación Social en la Sede Medellín, los graduados registrados reportaron estar dispuestos como lo muestra el siguiente gráfico.

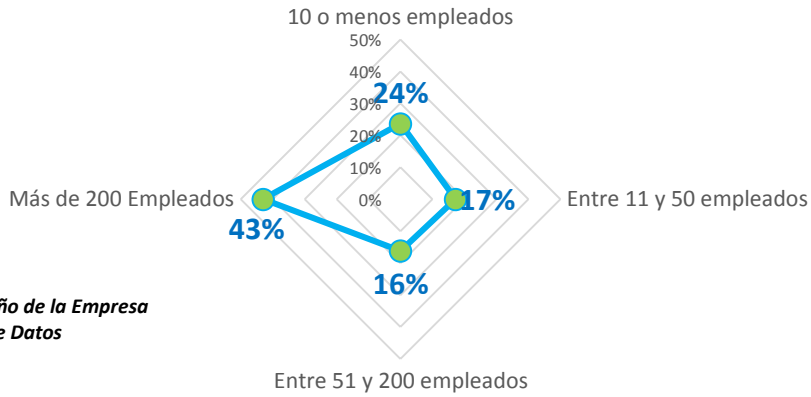


Gráfico 6: Tamaño de la Empresa
Fuente: Mapa de Datos

Analizando el tamaño de la empresa se observa un 43% está ubicado en Grandes Empresas, 24% en Microempresas, en Pequeñas Empresas el 17% y en Medianas Empresas el 16%. Se aclara que la clasificación anterior de las empresas, por tamaño, sigue la clasificación dispuesta por el Ministerio de Industria y Turismo.³

En cuanto al tipo de empresa en el que se encuentran ubicados los graduados, según registros en Mapa de Datos MD, la mayoría se concentra en el sector privado con un 44%, el 29% en el público y 24% son independientes; un 3% pertenece a empresas del sector solidario.

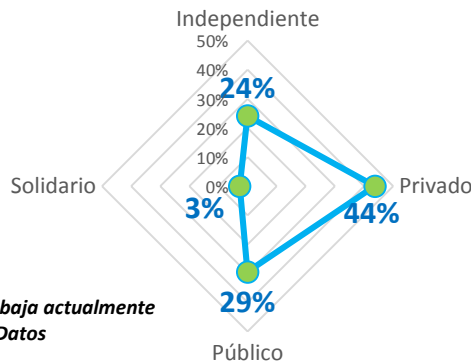


Gráfico 7: Sector de la empresa donde trabaja actualmente
¿Trabaja Actualmetne? Fuente: Mapa de Datos

³

<http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2761>

Según los registros comerciales de Medellín, el 86% son Microempresas; y los dos sectores con más cantidad de empresas son las de comercio relacionado con motos y vehículos, y servicios afines a estos, al igual que el sector manufacturero y de construcción.

Según los registros de Mapa de Datos, programa de Comunicación Social sede Medellín, son las MIPyMES en su conjunto las que más cantidad de graduados absorbe con un 57%, pero a su vez, las Grandes Empresas han Absorbido un 43% de profesionales de este programa.

El 24% de los graduados registrados en Mapa de Datos son independientes, y el 44% de estos están relacionados con el sector privado. Esto no deja de lado el gran potencial que representa el sector público y el solidario, pues bien, entre estos dos últimos acumulan el 32%.

Ante esto se debe mencionar una serie de esfuerzos que las instituciones Medellinenses han venido desarrollando por posicionar a la ciudad como una Ciudad Mundial y de esta manera lograr los beneficios del intercambio sociocultural. Evidencia de esto es la estrategia de *Medellín Ciudad Cluster*⁴ liderada por la Alcaldía y la Cámara de Comercio; *Medellín Ciudad Inteligente*⁵, *Ruta N°*⁶, entre otros.

Nuevas ideas de organización social y desarrollos teóricos, que apuntan al estudio de las tendencias sociales, muestran que en la actualidad vivimos, en lo que denomina Manuel Castels, *la era*

*de la información*⁷; la caída paulatina de las fronteras regionales y la facilidad de comunicación plantean la necesidad de gestionar, computar, organizar y administrar información; que evidentemente debe disponerse para transmitir mensajes al exterior y al interior de las ciudades.

Como se puede notar, Medellín se presenta como un escenario propicio para el desarrollo del programa de Comunicación Social y el crecimiento profesional de sus graduados. La estrategia de Ciudad Mundial, que se ha venido consolidando como una política pública, basada en el City Branding y el mercadeo de Ciudad genera oportunidades para mostrar, de cara a la sociedad, el rol jugado por el Comunicador Social en la misma.

Hoy existen diferentes secretarías y dependencias gubernamentales que requieren dar a conocer su gestión. El sector privado y solidario se verá beneficiado de la apertura al mundo, que se jugó Medellín como estrategia, en la medida que tenga la capacidad de comunicar sus propuestas de valor y en esto los graduados de la Universidad tienen mucho que aportar.

Evidencia de lo anterior es el Perfil Profesional del graduado del programa de Comunicación Social en la sede Medellín de la Universidad Cooperativa de Colombia:

“El Comunicador Social es competente para crear mensajes de acuerdo con la dinámica de la esfera pública y del sector

⁴ <http://www.camaramedellin.com.co/site/Cluster-y-Competitividad.aspx>

⁵ <http://www.mdeinteligente.co/estrategia/>

⁶ <http://rutanmedellin.org/es>

⁷ <http://www.manuelcastells.info/es>

privado, adecuados a los tipos de medios y audiencias. Este profesional interpreta la información, plantea y ejecuta políticas, modelos y evalúa planes estratégicos de comunicación. El egresado será capaz de

analizar fenómenos comunicativos y diseñar estrategias de comunicación pública para la democracia y participación ciudadana.”⁸

2.1.2 Encuesta Momento 0 del Observatorio Laboral para la Educación (OLE).

De forma paralela, con Resolución Rectoral 078 de 2011, se definió como requisito de grados el cumplimiento del Momento 0 (encuesta), así los estudiantes próximos a graduarse diligencian dicha encuesta, a través del aplicativo Graduados Colombia del Ministerio de Educación Nacional (<http://www.graduadoscolombia.edu.co/encuesta/>). De esta manera se logra tener otra fuente de información muestral para

los graduados de cada programa en la Universidad Cooperativa de Colombia.

En el caso de esta encuesta, al finalizar el último periodo académico, 2015-1, se tienen 50 graduados en la muestra, lo que significa que Momento 0 es una muestra del 19% sobre el total de graduados. Es importante mencionar que la apreciación de esta encuesta, desarrollada por el OLE, corresponde a la recién graduados.

2.1.3 Informe estadístico consolidado desde la Dirección Nacional Alumni de Graduados con base en información del Dirección de Admisión, Registro y Control -DARC

Dentro de la oferta académica vigente de la Universidad, de las 18 Sedes, únicamente en las sede de Bogotá y Medellín se cuenta con el programa de Comunicación Social dentro de su portafolio académico a nivel de pregrado. Para el caso de la Sede Medellín, siguiendo El Consolidado del total de Graduados, que es desarrollado desde la Dirección Nacional de Egresados,⁹ a

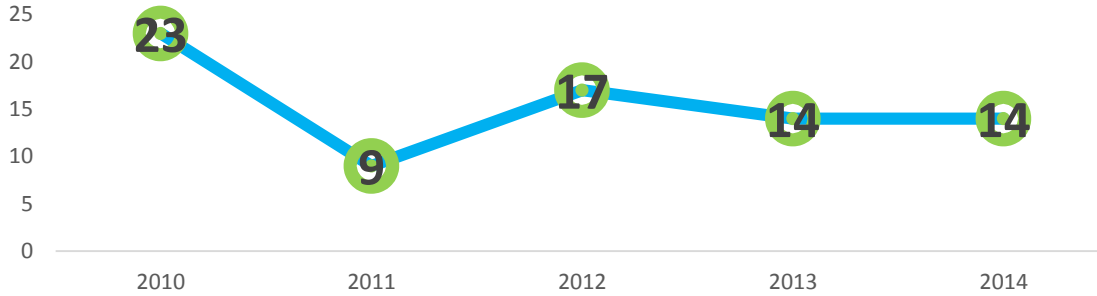
Febrero de 2015 se tienen 263 graduados en el área de la Comunicación Social.

En los últimos tres años, el programa de Comunicación Social ha venido presentado un promedio de 15 graduados por año, y según el Consolidado Histórico de Graduados, en la última ceremonia se otorgaron 2 grados y suman un resultado parcial para el año 2015.

⁸<http://www.ucc.edu.co/medellin/programas/Paginas/comunicacion-social-medellin-envigado.aspx>

⁹ El Consolidado del Total de Graduados es desarrollado por la Dirección Nacional de

Egresados, para ello hace uso de información suministrada por el DARC

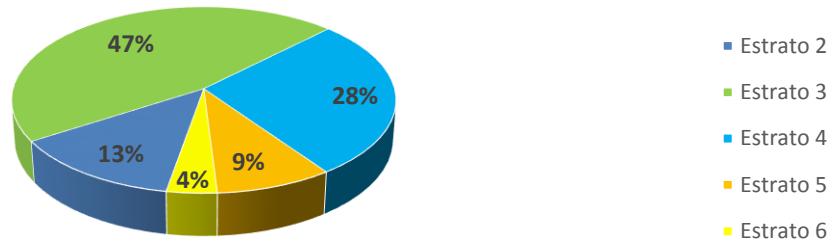


Fuente: Histórico elaborado por la dirección con datos del DARC de cada sede.
Gráfico 3: Tendencia en graduados de **Comunicación Social Sede Medellín**

Estrato socioeconómico:

A lo anterior se suma que, en términos socioeconómicos, y tal como se evidencia a continuación, los graduados registrados en Mapa de Datos MD se concentran en

los estratos 3 y 4. El 13% se ubica en el estrato 2, el 47% en estrato 3, el 28% estrato 4, estrato 5 el 9% y 4% estrato 6.



Fuente: Mapa de Datos.
Gráfico 4: Graduados por Estrato socioeconómico en el programa de **Comunicación Social sede Medellín**

Sexo:

Los registros de graduados son principalmente de sexo femenino con un

57%, pero excede levemente al sexo masculino con un 33%. Lo anterior sobre un total de 216 registros válidos en Mapa de Datos MD



Fuente: Plataforma Mapa de Datos.
Gráfico 5: Graduados por género de **Comunicación Social sede Medellín**

El número de graduados en el programa Comunicación Social de la Sede Medellín es de 15 egresados por año desde hace tres años atrás, aunque parece presentar

una tendencia decreciente en estos valores. Igualmente se tienen más mujeres que hombres y se ubican en estratos 3 y 4.

2.1.4 Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO) y otras fuentes

El EIDO tiene por objetivo: evaluar el impacto social y académico y la contribución de los programas de pregrado y posgrado de la Universidad Cooperativa de Colombia, mediante el conocimiento de la trayectoria laboral, académica y social de los egresados de los últimos años y la percepción del sector productivo (empleadores).

Lo que permite que a la universidad:

- Identificar el rango de desenvolvimiento laboral, profesional y académico de los graduados de la Universidad Cooperativa de Colombia.
- Evaluar la eficiencia del proyecto educativo en términos de calidad y pertinencia.
- Conocer el desempeño de los graduados de la Universidad Cooperativa de Colombia mediante variables relacionadas con el ingreso, nivel de cargo, vinculación laboral al sector privado y público.

Con relación a la caracterización de los egresados

- Realizar la descripción del perfil sociodemográfico de los egresados de la UCC

Con relación a la situación laboral

- Identificar la situación laboral de los egresados. (Indicadores

empleo, desempleo, subempleo, inactivos)

- Caracterizar el entorno organizacional de los egresados: características de las empresas, condiciones laborales como ocupación, nivel de cargo, remuneración y canales de consecución de empleo.
- Conocer algunos aspectos de la trayectoria laboral de los egresados: evolución y movilidad ocupacional.
- Identificar el porcentaje de egresados que constituye empresa y detectar variables de reconocimiento social de los egresados.

Con relación a la imagen de la Universidad

- Conocer la percepción de los egresados acerca de la calidad académica de la universidad y el nivel de pertinencia de sus programas.
- Identificar los beneficios percibidos por los egresados – valor que ofrece la UCC.

Con relación a los empleadores de egresados y empresas de la región

- Determinar, en el sector productivo, la percepción de la calidad de la universidad y el nivel de pertinencia de sus programas.

En la Sede Medellín, la muestra cuenta con 10 encuestados, se tiene una encuesta a empleadores de graduados del programa Comunicación Social.

En el mismo sentido y con el objeto de contextualizar la situación laboral de los Alumni- Comunicación Social de la sede Medellín respecto al país, es útil respaldar lo anterior con otras fuentes oficiales; Según información del SNIES10:

- La población entre 17-21 años del departamento Antioquia es del 13,14% de la población en el mismo rango de edad a nivel nacional, la población total del departamento es el 13,22% del total del país.
- Para el caso de Medellín y el Valle de Aburra, la población total es el

6,39% de la población nacional y la población entre 17-21 años es el 7,09%.

- Solamente la ciudad de Medellín, concentra el 4,35% de la población entre 17 y 21 años y el 5,07% de la población total del país.

Es importante entender dicho segmento de la población (Gráfico 6), como la demanda potencial de universitarios en el país, en Antioquia, en el Valle de Aburrá y en Medellín, ya que es en esta edad, cuando los jóvenes por lo general culminan su proceso de estudios secundarios, y buscan ingresar a instituciones que oferten educación superior en los diferentes niveles académicos.

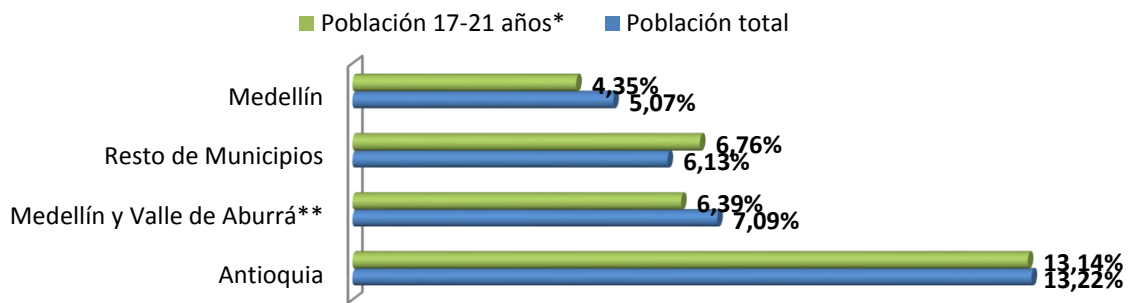


Gráfico 6: Población universitaria potencial de Medellín 2014, como porcentaje del total nacional
Fuente: Fuente población 17-21 años: Proyecciones DANE de Censo 2005. Fuente población fuera del sistema, tasa de cobertura: MEN - SDS. Fuente matrícula, tasa de cobertura y deserción: MEN - SNIES - SPADIES -. Incluye datos SENA. Fecha de corte: mayo de 2014. * Cifras preliminares. **Solo Medellín, Bello, Envigado, Itagui y Sabaneta

El mayor número de matrículas del departamento de Antioquia es asumido por solo Medellín con un 75,61%. Además, Medellín y el Valle de Aburrá, concentran el 90,74%de matrículas en pregrado del departamento. A su vez,

Antioquia representa el 11,35% de las matriculas de pregrado a nivel nacional. En cuanto a pregrado, las universidades publicas concentran la mayor parte de las matriculas en los diferentes segmentos poblacionales.

¹⁰www.mineduacion.gov.co/snies

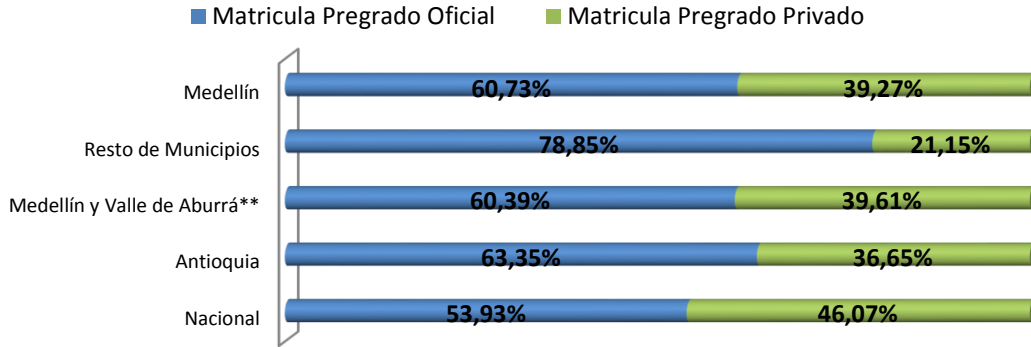


Gráfico 7: Matriculas Universitarias en pregrado por tipo de Universidad, como porcentaje del total de matriculas en cada Región.

Fuente: Fuente población 17-21 años: Proyecciones DANE de Censo 2005. Fuente población fuera del sistema, tasa de cobertura: MEN - SDS. Fuente matrícula, tasa de cobertura y deserción: MEN – SNIES - SPADIES -. Incluye datos SENA. Fecha de corte: mayo de 2014. * Cifras preliminares. **Solo Medellín, Bello, Envigado, Itagui y Sabaneta

En cuanto al sector educativo a nivel universitario en general, se puede ver cómo en el departamento Antioqueño y en la ciudad de Medellín, la mayor parte de las matrículas en pregrado son asumidas por instituciones públicas. Vale la pena resaltar, que a nivel nacional las matrículas en instituciones públicas superan levemente la participación de las

instituciones privadas en términos porcentuales y que en Antioquia dicha diferencia es un poco más evidente, ya que la participación de las Instituciones oficiales es de: 61,76% para el departamento; 59,50% para Medellín y el Valle de Aburrá en conjunto; 78,51% para el resto de Municipios; y del 58,98% solo para Medellín.

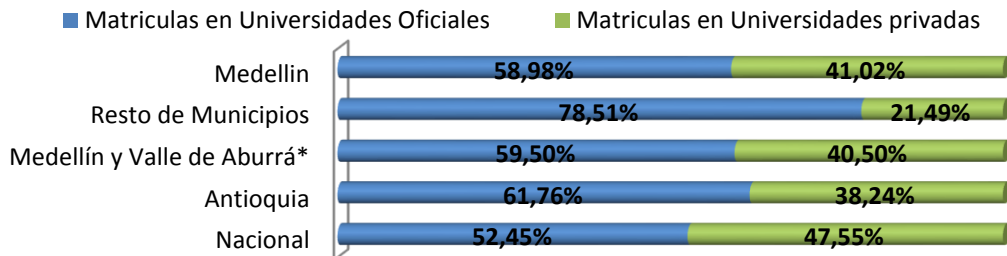


Gráfico 8: Total Matriculas Universitarias por tipo de Universidad, como porcentaje del total de matriculas en cada Región.

Fuente: Fuente población 17-21 años: Proyecciones DANE de Censo 2005. Fuente población fuera del sistema, tasa de cobertura: MEN - SDS. Fuente matrícula, tasa de cobertura y deserción: MEN – SNIES - SPADIES -. Incluye datos SENA. Fecha de

Respecto a los niveles de formación, la tasa de participación Universitaria (pregrado) a nivel Nacional (61,42%), de Antioquia (54,85%), de Medellín y el Valle de Aburrá (59,65%) y solamente de la ciudad de Medellín (60,49%), es predominante y superior al 50%. Solo para el resto de municipios de Antioquia,

predomina la tasa de participación de formación Técnica y Tecnológica (70,53%). Por otro lado, Medellín, presenta la tasa más alta de participación de formación a nivel de posgrados, formando cerca del 25,44% del total de doctores en formación a nivel nacional (3800).

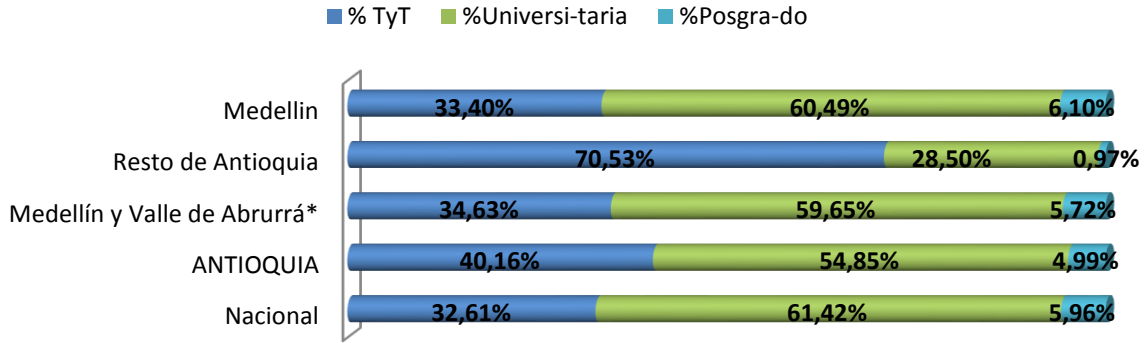


Gráfico 9: Participación por nivel de formación.

Fuente: Fuente población 17-21 años: Proyecciones DANE de Censo 2005. Fuente población fuera del sistema, tasa de cobertura: MEN - SDS. Fuente matrícula, tasa de cobertura y deserción: MEN – SNIES - SPADIES -. Incluye datos SENA. Fecha de corte: mayo de 2014. Cifras preliminares. *Solo Medellín, Bello, Envigado, Itagui y

Según SNIES, hacia 2013, Antioquia a nivel nacional registra una gran tasa de participación en cuanto a graduados por niveles de formación, formando: el 29,68% de los Doctores del país; 12,36% Magister; 10,44% Especialistas; 12,71% Profesionales; 17,06% Tecnólogos; y 6,07% Técnicos. Sin embargo debe tenerse en cuenta que la fuente primaria es una encuesta que no abarca el total de la población graduada. Pese al tamaño de la muestra, se puede decir que el mayor número de graduados del departamento

de Antioquia está en el nivel universitario, (17.591 profesionales).

En este ambiente, se hace necesario decir que la mayor concentración en cuanto a cantidad de graduados a nivel nacional, se encuentra en la capital de Colombia, Bogotá D.C., distribuida a nivel de formación de la siguiente manera: Doctorados 33,87%; Maestrías 39,51%; Especializaciones 51,04%; Pregrados 29,99%; Tecnologías 21,58%; y Técnica profesional 56,12%.

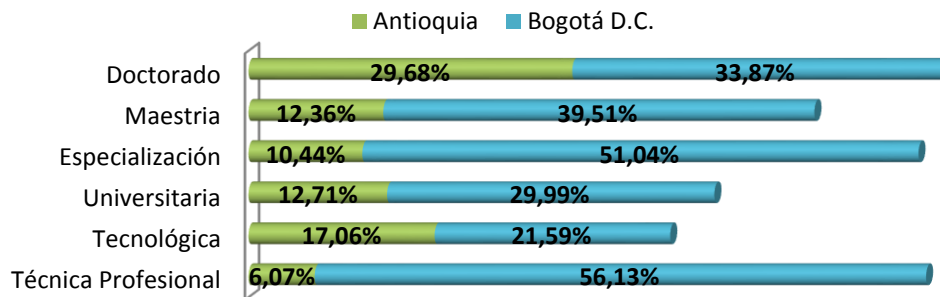


Gráfico 10: Participación de graduados de Antioquia vs Nacional, por nivel de formación

Fuente: MEN - Observatorio Laboral para la Educación OLE. Fecha de corte: 30 de Junio de 2013

En relación al tema del mercado laboral, a nivel agregado para el departamento de Antioquia, la tasa de vinculación en el mercado laboral es más alta dependiendo

del nivel de formación, y en términos generales, los indicadores se comportan de manera similar a sus semejantes a nivel nacional.

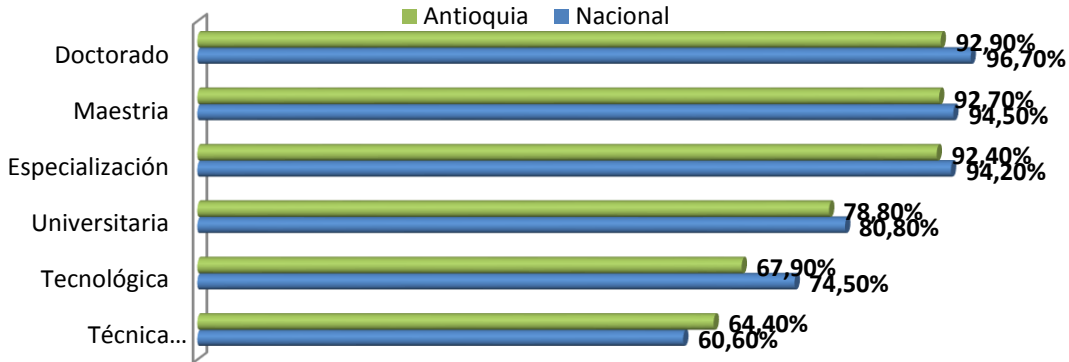


Gráfico 11: Vinculación al mercado laboral de la población de egresados Antioquia vs Nacional.
Fuente: MEN - Observatorio Laboral para la Educación. Fecha de corte: 30 de Junio de 2013

Al igual, que en el análisis anterior, los mejores indicadores se presentan en los niveles de formación más complejos, es decir, entre más alto sea el grado de formación, más alto será el salario.

Sin embargo, dado que en el departamento de Antioquia, el número de profesionales universitarios es tan alto (43,76% de los graduados en el departamento), los salarios de estos, en promedio solo representan aproximadamente el 155% de los salarios en formación técnica y tecnológica. Mientras que a nivel de Especialización la diferencia es del 262%, a nivel de Maestría es de 352% y a nivel de

doctorado la diferencia es de 527%. Demostrando una gran brecha salarial entre los niveles de formación, situación que genera la necesidad de aumentar el grado de formación para cada uno de los grados antes mencionados, con el fin de ser competitivos y lograr una estabilidad económica.

Ahora, tales cifras están directamente relacionadas con las políticas de la gobernación de Antioquia, en donde por medio del proyecto “Antioquia, la más educada” se busca obtener las mayores tasas de cobertura académica y los mejores niveles de calidad a nivel nacional.

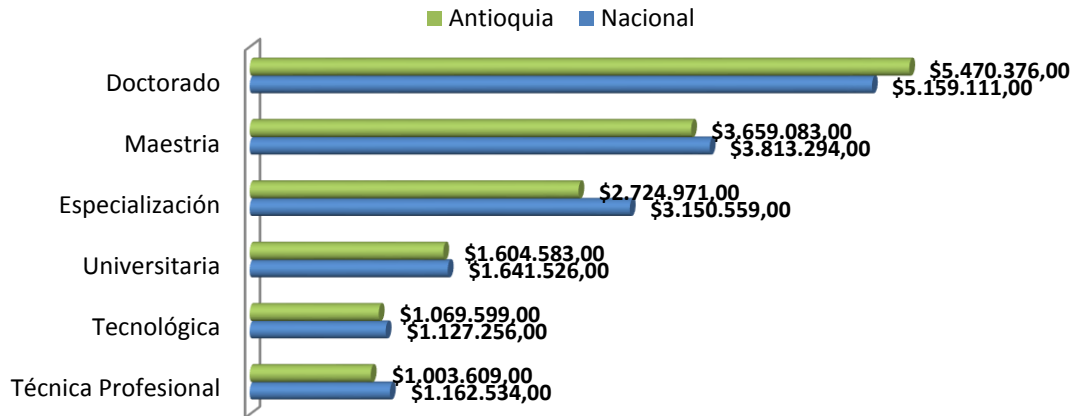


Gráfico 12: Salario de entrada por nivel de educación de graduados de Antioquia vs Nacional
Fuente: MEN - Observatorio Laboral para la Educación. Fecha de corte: 30 de Junio de 2013

2.2 Correspondencia entre la ocupación y ubicación profesional de los egresados y el perfil de formación del programa.

Uno de los aspectos más relevantes a considerar en la Comunicación Social es que se trata de un campo del conocimiento transversal, dicha característica lleva a pensar en la versatilidad y potencial de empleabilidad que tiene el graduado del programa analizado; de igual manera, en empleabilidad siempre será posible encontrar aspectos a mejorar.

La plataforma Mapa de Datos (MD) contiene información sobre el cargo que ocupan los graduados, para poder caracterizar la ubicación por cargos, y, teniendo en cuenta la injerencia en la toma de decisiones se categorizan y agrupan los datos usando los siguientes criterios:

- **ALTA GERENCIA:** comprende los empleados a los cuales se les asignan funciones de dirección

general, diseño de políticas y adopción de planes, programas y proyectos.

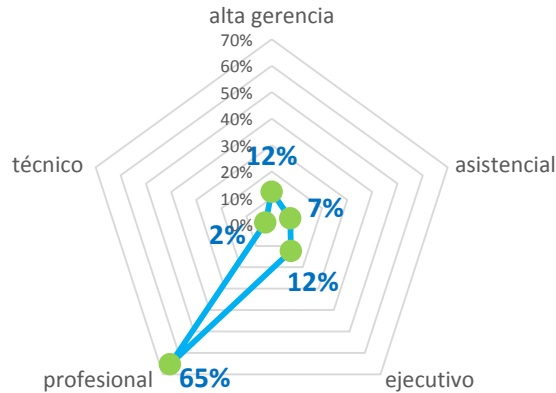
- **NIVEL EJECUTIVO:** funciones que consisten en asistir, aconsejar y asesorar.
- **NIVEL PROFESIONAL:** hace referencia a los empleos cuya naturaleza requiere de la ejecución de conocimientos propios de cualquier carrera profesional, diferente de la técnica profesional y tecnológica.
- **NIVEL TÉCNICO:** comprende los empleos cuyas funciones requieren del desarrollo de procesos y procedimientos técnicos, así como las relacionadas con la aplicación de ciencia y tecnología.
- **NIVEL ASISTENCIAL:** hace referencia a los empleos cuyas funciones se caracterizan por el

predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.

Para los graduados del programa de Comunicación Social, según los registros

de Mapa de Datos (MD), el 65% de los graduados registrados ocupan cargos de nivel profesional, el 12% de alta gerencia, 12% a nivel ejecutivo, 7% a nivel asistencial y 2% a nivel técnico.

Gráfico 13: Respuesta a la pregunta ¿Cargo que ocupa en la empresa? clasificación propia
Fuente: Mapa de Datos



La clasificación anterior se tiene en cuenta siguiendo el perfil ocupacional del graduado del programa de Comunicación Social de la Universidad Cooperativa de Colombia, en el cual:

“El egresado podrá desempeñarse como comunicador de instituciones públicas y privadas, relacionista público de organizaciones, jefe de comunicaciones de campañas políticas, periodista de medios impresos, audiovisuales, radiales y digitales, además de realizador de programas en medios de comunicación”¹¹

Sumando los valores de aquellos que ejercen en cargos de alta gerencia y profesional, se puede inferir, sobre la

Información de la plataforma Mapa de Datos, que el 77% de los graduados tienen cargos relacionados con el pregrado que desarrollaron. Pero además, si se adiciona aquellos que se desempeñan a nivel ejecutivo, el 89% de los graduados están ubicados como trabajadores universitarios respecto a su nivel de formación.

Sobre el área en la que trabajan los graduados, y en concordancia con MD, la mayor parte de los graduados registrados revelan estar ocupando cargos del área administrativa con un peso del 17% y en el área comercial 16%; en el área de la educación 9%, Salud n gestión humana 4%, área de servicios 3% y otras áreas el 1%.

11

<http://www.ucc.edu.co/medellin/programas/Paginas/comunicacion-social-medellin-envigado.aspx>

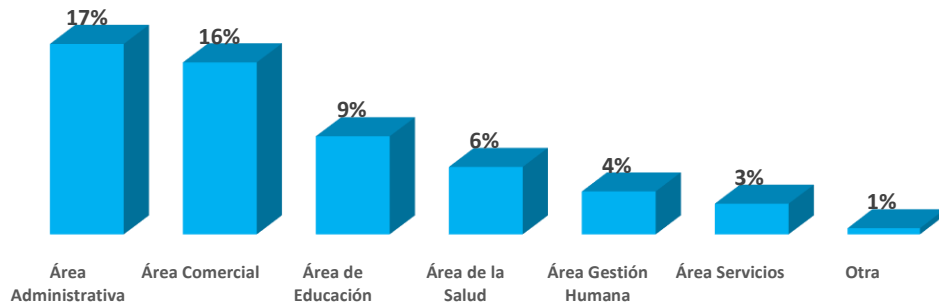


Gráfico 14: Respuesta a la pregunta ¿Área en la que se desempeña actualmente?
Fuente: Mapa de Datos

Al respecto, la encuesta momento 0 del OLE, también expresa que, de los 21 recién graduados que manifestaron estar trabajando, 11 afirmaron que sus trabajos

están relacionados o muy relacionados con la carrera que estudiaron; los demás no registraron apreciaciones en este sentido.

2.3 Apreciación de los egresados, empleadores y usuarios externos sobre la calidad de la formación dada por el programa.

La apreciación determina el nivel de aceptación del programa y su proyección a nivel social desde una perspectiva que se resumen en pertinencia y calidad, lo que permite validar socialmente la importancia de los conocimientos e impacto del programa en el entorno, que

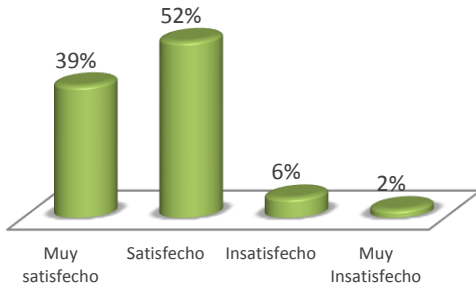
en última instancia es la evidencia del compromiso de la Universidad con el “mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades incluidos por la economía solidaria que nos dio origen” (Misión Institucional 2013-2022: Navegando Juntos).

2.3.1 Apreciación de los Graduados.

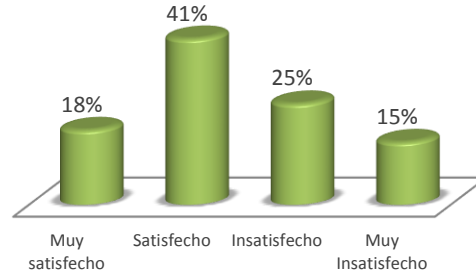
La encuesta Momento 0 del OLE también es una fuente de datos sobre los graduados, en las partes F y G se cuenta con la percepción que tienen los graduados sobre el programa que cursaron, para el caso de Medellín en el programa de Comunicación Social se tiene la siguiente información:

Al analizar la satisfacción frente al **personal docente**, de un total de 48 encuestados, el 92% se siente satisfecho o muy satisfecho. En lo que respecta al **apoyo a los estudiantes** el 60% revelan una satisfacción en términos positivos, frente a un 40% que expresa insatisfacción en este ámbito.

Consolidado Personal Docente



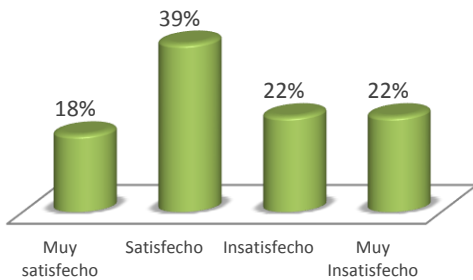
Consolidado Apoyo a los Estudiantes



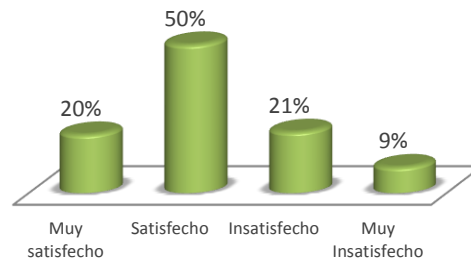
En cuanto al papel desempeñado en la gestión administrativa la satisfacción a nivel global es del 57%. Los recursos

físicos dispuestos por la universidad llegan a generar un 70% de satisfacción.

Consolidado Gestión Administrativa



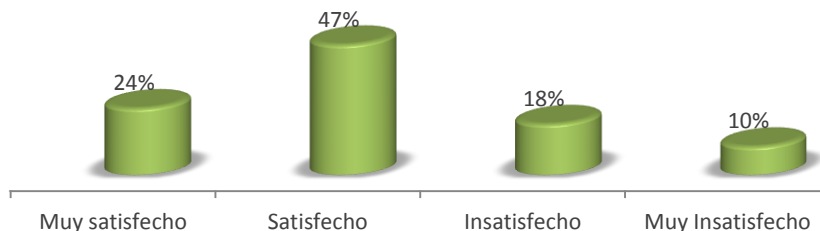
Consolidado Recursos Físicos



Si se toma un promedio en cada uno de los niveles de satisfacción, de forma consolidada, se tiene una percepción

positiva de 94% para el programa de Comunicación Social en ésta Sede.

Consolidado Comunicación Social Sede Medellín Sobre la Satisfacción con los Recursos Ofrecidos por la Institución



Al consolidar la información obtenida de la encuesta Momento 0, se infiere que los recién graduados del programa

Comunicación Social de la sede Medellín, revelan tener un nivel de satisfacción del 72% en términos positivos frente a su

periodo de estudios en la Universidad Cooperativa de Colombia. Para lo anterior se tienen en cuenta aspectos docentes, apoyo a los estudiantes, gestión administrativa y los recursos físicos dispuestos para el aprendizaje.

Ante la pregunta sobre si recomendaría el programa estudiado a un bachiller, el 52% afirma que si, mientras que el 48% no lo haría. En la sede Medellín, el programa de comunicación social mantiene la satisfacción por parte de los recién graduados. Todavía existe un 48% que granar.



Gráfica 15: ¿Recomendaría a un bachiller seleccionar el programa que estudió en esta Institución?
Fuente: Observatorio Laboral para la Educación Superior (OLE)

Respaldando lo anterior, el 61% de lo recién graduados volvería a escoger la

Universidad Cooperativa para hacer sus estudios de pregrado, el 39% no lo haría.

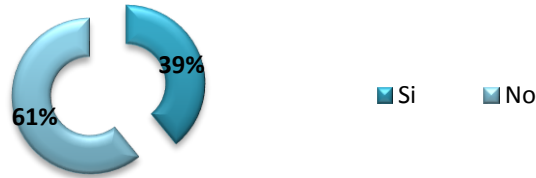


Gráfico 16: Si tuviera la oportunidad de cursar de nuevo sus estudios de pregrado ¿volvería nuevamente a estudiar en esta Institución?
Fuente: Observatorio Laboral para la Educación Superior (OLE)

2.3.2 Apreciación de empleadores sobre la calidad de la formación y el desempeño de los egresados del programa.

Los actores sociales, que en conjunto se interrelacionan con los que la Universidad, son un referente de cómo el medio ve la labor que la misma desempeña en la sociedad; en este sentido la Dirección Alumni, comprometida con sus objetivos, desarrolló el primer Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional –EIDO. En dicho Estudio se encuentra una sección sobre la percepción de los empleadores, lo que

valida el impacto que tiene la Universidad Cooperativa en el medio.

De un listado de Competencias genéricas, los empleadores asignaron valores para dichas competencias, pero al mismo tiempo, calificaron la percepción que tienen del desempeño de los graduados de la Universidad Cooperativa en cada una de estas. A continuación se presentan dos cuadros que resumen de forma cuantitativa esta información.

Cumplimiento de las Competencias Genéricas	Nivel de importancia	Nivel de desempeño
Adaptar el conocimiento a la labor que desempeña	100	64
Capacidad de adaptación al cambio	100	43
Capacidad de comunicarse, fijar posiciones, sustentadas y atender los diferentes puntos de vista de los demás	100	57
Capacidad para aprender y mantenerse actualizado	100	50
Capacidad para gestionar recursos e información	100	57
Capacidad para identificar problemas, desarrollar y presentar distintas alternativas creativas de solución	100	43
Disposición para construir conocimientos	100	43
Iniciativa para conseguir resultados a pesar de los obstáculos	100	50
Planifica y utiliza el tiempo de manera efectiva para el logro de objetivos	100	29
Trabajar en equipo para alcanzar metas comunes	100	64
resolver asertivamente conflictos	100	57
Utilizar de manera eficiente y eficaz las TIC	100	64
Visión integral de los hechos y fenómenos ante los que se enfrenta	100	57
Sentido de iniciativa y espíritu emprendedor basado en la creatividad e innovación	93	50
Asumir una cultura basada en los principios de solidaridad y cooperativismo	71	43
Cumplimiento de las competencias genéricas de los graduados de Administración de empresas de la Sede Montería por parte de los empleadores		51

Cuadro 2: Importancia de las Competencias Genéricas para los empleadores

Fuente: EIDO - 10 encuestados

De acuerdo con el cuadro 2, el cumplimiento de las competencias genéricas por parte de los graduados del programa de Comunicación Social en la Sede Medellín llega a un 51% de forma global, las áreas más fuertes son: la capacidad de trabajar en equipo, la capacidad para adaptar el conocimiento a la labor que se desempeña, adaptar el conocimiento a la labor desempeñada, entre otros. Lo anterior se logra

promediando los valores sobre el nivel de desempeño en las competencias genéricas que expresaron los 10 empleadores encuestados en el EIDO

De igual manera, una de las competencias a la que se le otorga un nivel de importancia bajo es a la capacidad de Asumir una cultura basada en los principios de solidaridad y cooperativismo. Ver cuadro 2.

2.3.3 Apreciación usuarios externos

El EIDO también contiene información referente al relacionamiento que tiene la Universidad Cooperativa de Colombia con los empleadores. En su aparte -4.3. *Relacionamiento de la UCC con los Empleadores*- el estudio revela que:

- Se le consulta regularmente las opiniones del 14% de los empleadores
- Sobre las capacitaciones para el perfeccionamiento, actualización o capacitación de profesionales, el 36% está informado al respecto.

- En cuanto al interés de participar de algún programa de vinculación con alguna facultad específica, mediante talleres, prácticas profesionales, servicio social, etc.; su nivel llega al 93%.

Dentro de los servicios prestados por la Universidad Cooperativa de Colombia, los empleadores encuestados manifiestan que conocen dicho portafolio, con los siguientes porcentajes de respuestas afirmativas:

Servicios prestados por la Universidad Cooperativa de Colombia	Nivel de Conocimiento %	Calificación %
Prácticas profesionales	71	56
Consultorio Jurídico	14	
Clínica Odontológica	14	100
Programas Radiales y/o televisión	14	50
Consultorio de psicología	7	
Consultorio Solidario	7	100
Unidad de emprendimiento	7	100
Proyectos investigación aplicados a empresa / Comunidades	7	100
Proyectos de formación específicos para la empresa	7	
Centros de producción audiovisual	7	100

Cuadro 3: Conocimiento y Evaluación de los servicios de la UCC al sector externo
Fuente: EIDO– 10 encuestados-

El relacionamiento es un aspecto clave para la Universidad y sus programas, si se observan los datos anteriores, los servicios más conocidos son las prácticas universitarias con un 71%, y su calificación llega a un nivel del 56%. Los demás servicios tienen niveles de conocimiento del 14% y el 7%.

Pero al preguntarles a los emperadores por el nivel de consulta que mantiene la Universidad Cooperativa con estos, llega a un nivel del 14%, y, el 36% de los emperadores están informados de las oportunidades de actualización, perfeccionamiento y capacitación a

profesionales que oferta la Universidad Cooperativa.

Una de las conclusiones más llamativas del EIDO es que existe un nivel de interés por conocer y participar de la oferta de la Universidad Cooperativa del 93%.

2.4 Apreciación de los egresados acerca de la forma como el programa favorece el desarrollo del proyecto de vida.

En el sector solidario no únicamente se tiene una perspectiva individual de los proyectos de vida, muy por el contrario, se entiende la importancia del rol jugado por cada uno de los actores en la sociedad; de esta manera, la Universidad Cooperativa de Colombia, dentro de la gestión de egresados, articula a las familias de los mismos graduados, toda vez que se parte de que el matriculado no es sólo el estudiante, sino todo su entorno familiar (sabiendo que en ocasiones es el primer profesional de la familia, o se deposita en este la posibilidad de mejorar la calidad de vida del grupo familiar), y en ese orden entonces se gradúa toda la familia.

En este sentido es importante referenciar el Estudio realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ¹², donde se concluye que: “El estudio demuestra así que la educación no solo ayuda a mejorar las expectativas laborales y las posibilidades dentro del mercado laboral, sino que incrementa la salud, la participación ciudadana y ayuda a contener la violencia. Los adultos entrevistados han demostrado que, cuanto más nivel educativo, más implicación en actividades cívicas o

colectivas como los voluntariados, interés político o participación electoral”. En tal sentido se anota que se percibe una mejora en el estrato socioeconómico de los estudiantes al graduarse, lo que amplía la perspectiva de los profesionales y la calidad de vida de los mismos.

Es importante decir que la Universidad, según el Balance Social del año 2013, evidencia que del total de estudiantes matriculados en el año 2013, el 58,3% corresponden a los estratos 1 y 2, mientras que al comparar con el informe de Mapa de Datos que recopila la información de los egresados, se reporta que la participación total de estos en los estratos referidos es del 15,9%, que si bien no es un dato comparativo año tras año, si es claro el mejoramiento de la calidad de vida de las personas como profesionales, que va en la línea de contribución del programa, a la consolidación del proyecto de vida.

Una forma en la que se favorecen los proyectos de vida de los graduados es conocer las necesidades y expectativas de formación. Para dar cuenta d lo anterior, se hace uso de la plataforma

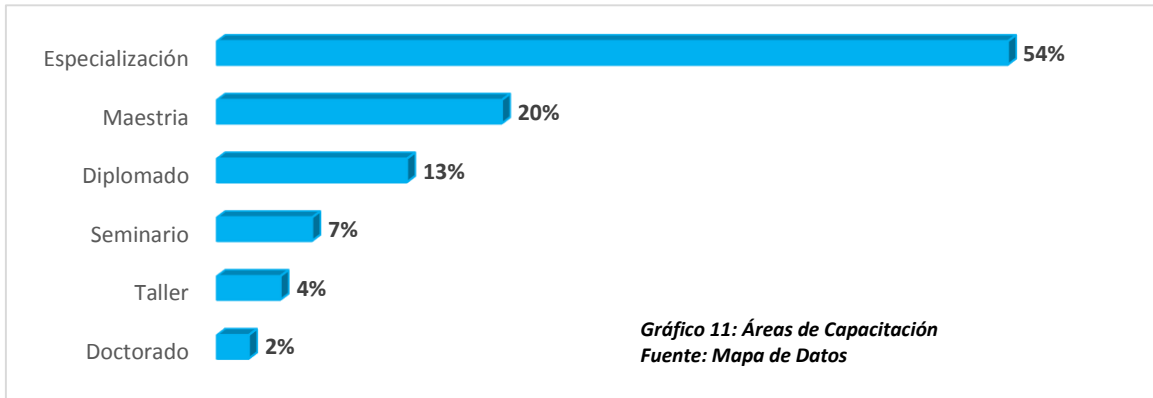
12

http://economiaregiona.blogspot.com/2013/01/estudiar-en-la-universidad-mejora-la_22.html

Mapa de Datos MD y de la encuesta Momento 0

En cuanto a las necesidades y expectativas de Formación, Mapa de

Datos MD reporta que el 20% de los graduados registrados desean continuar su formación, para ello, las preferencias de formación se distribuyen de la siguiente forma:



La mayoría de egresados registrados en Mapa de Datos manifiesta el deseo de continuar sus estudios con una especialización, el 20% Maestría, 13% diplomados, 7% seminarios, 4% talleres y 2% Doctorados.

Frente a la pregunta, a los recién graduados Encuesta Momento 0, si volvería a cursar de nuevo sus estudios de pregrado en la Universidad, el 56% dan una respuesta afirmativa.

A nivel general, el programa ha podido responder a las necesidades de tipo académico de los estudiantes, tiene propuestas que apuntan a la utilización de aplicaciones tecnológicas y nuevas formas de comunicación que se desarrollaron con la llegada de las TIC a la sociedad. Tiene terreno que ganar en el acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo de su proyecto de vida

2.5 Utilización de la información contenida en el Observatorio Laboral para la Educación (OLE), como insumo para estudiar la pertinencia del programa.

Es de anotar que mediante la Resolución 078 de 2011, se estableció como requisito de grado el diligenciamiento del Momento 0 del Observatorio Laboral para la Educación Superior (OLE) del Ministerio de Educación Nacional (MEN).

Adicionalmente, El Acuerdo Superior 042 de 2011, a través del cual se conforma y definen las funciones de los comités de currículo de los programas académicos, "...los cuales tienen como responsabilidad fundamental

retroalimentar y ayudar a pensar el programa en el contexto.” Así, Resolución y Acuerdo, dan cuenta de la importancia que tiene para la Universidad, la información contenida en el Observatorio Laboral para la Educación Superior (OLE), la cual es objeto de análisis y posterior plan de mejora para el programa en los Comités de Currículo.

Adicionalmente la Gestión de Egresados tiene definido dentro de sus procesos y políticas el desarrollo y dirección del Observatorio de Impacto y Dinámica Ocupacional (OIDO), a través del cual se tabula, procesa y realizan informes basado en los datos que se extraen del Observatorio Laboral para la Educación Superior (OLE); entre los que se destacan:

- Análisis de la percepción de la calidad de la formación e identidad con la institución por parte de los egresados, para este se privilegia la información contenida en la Encuesta Momento 0.
- Análisis de la apreciación de los egresados acerca de la forma como el programa favorece el desarrollo del proyecto de vida.

En tal sentido, a través del Acompañamiento de la Dirección Nacional de Egresados a la Decanatura del programa y del ejercicio de las responsabilidades del Comité de Currículo, se planteó un plan de mejoramiento soportado en los resultados del informe: “Percepción sobre la calidad de la formación y sentido de pertinencia de los egresados del programa de Comunicación Social, sede Medellín” (Dirección Nacional de Egresados 2015).

Así el plan de mejoramiento se resume en:

- Adaptación del Modelo de Gestión Alumni a la comunidad Alumni del programa de Comunicación Social.
- Mejorar las estrategias de comunicación de los logros y retos del programa.
- Generar espacios de conversación permanentes con los egresados del programa que favorezcan la interacción con estos.
- Definir estrategias que contribuyan a fortalecer el espíritu de lo que significa ser Alumni de la Universidad Cooperativa de Colombia y del programa de Comunicación Social.
- Diseñar estrategias que posicionen desde la perspectiva de orgullo y prestigio la calidad del programa y de la Universidad.
- Definir una estrategia de acompañamiento permanente a través de docentes o monitores solidarios desde el Programa, que garantice la agilidad de los procesos en los cuales se vean inmersos los estudiantes y los egresados: matrículas, certificados, notas, entre otros.
- Definir horarios de atención a los estudiantes por parte del personal docente.
- Gestionar prácticas y alianzas empresariales.
- Definir con la Coordinación Alumni espacios permanentes de capacitación y asesoría de conexión al mundo laboral,

definidas en la Red de Enlace y Apoyo Laboral (REAL).

Fuente: Acta Comité de currículo de _____ de 2015

2.6 Evidencia de los procesos de análisis de la situación de los egresados.



La Universidad Cooperativa de Colombia a través del Observatorio de Impacto y Dinámica Ocupacional (OIDO), el cual tiene por objetivo:

Apoyar, monitorear y brindar información, a partir del seguimiento y análisis del impacto de los graduados en el medio social y académico, desde su desenvolvimiento profesional y laboral, con el fin de identificar:

- Pertinencia y eficacia de los programas de formación ofertados por la Universidad Cooperativa de Colombia.
- Necesidades de formación/capacitación de los profesionales.
- Funcionamiento del mercado laboral y ocupacional de los profesionales.

Facilitando la toma de decisiones y contribuyendo a la planificación, gestión y

evaluación de políticas de mejoramiento continuo de la Universidad.

Es así como, a través de este se lideran diferentes estudios y sondeos que dan cuenta del impacto de los egresados en el medio y de las necesidades y expectativas de formación, que favorecen la cualificación del talento humano de las regiones.

En dicho contexto, se tienen desde el programa de Comunicación Social Sede Medellín, los siguientes estudios-sondeos, los cuales han sido insumo para el análisis para el mejoramiento continuo del programa:

- Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional, ejecutado por el Centro Nacional de Consultoría. El período de análisis de este estudio comprende entre el 2009 y 2013, con un tamaño muestral de: 49 a nivel de egresados y 3 empleadores.
- Análisis sobre la percepción de la calidad de la formación y nivel de pertenencia con la institución: este documento es construido con la información extraída del Observatorio Laboral para la Educación Superior (OLE), encuesta Momento 0. (Anexo)

- Análisis estadístico: este documento contiene: Las estadísticas Nacionales (Histórico nacional de graduados por área de conocimiento a diciembre 2014 e histórico de graduados por nivel de formación), sedes de la universidad y las regiones del país, estadísticas nacionales año 2014 (total de graduados de enero a diciembre 2014, total de graduados por niveles de formación a diciembre 2014 y total de graduados por área de conocimiento según género), Mapa de Datos estadísticas históricas (graduados registrados y actualizados, registrados vs actualizados y relación año de graduación y número de graduados registrados), indicadores de empleabilidad (sector económico donde laboran los graduados según reporte de Mapa de Datos a Diciembre 2014, tipo de organización donde laboran los egresados, ocupación de los graduados, nivel de salario de los graduados y estrato socioeconómico de los graduados) y por ultimo otros datos de interés. (anexo)

2.7 Mecanismos y estrategias para efectuar ajustes al programa en atención a las necesidades del entorno, evidenciados a través del seguimiento de los egresados.

Como parte de la dinámica institucional la Universidad ha definido en su normatividad:

Higuera egresado de la Especialización en redes de Telecomunicaciones año 2013.

- Participación de los egresados en los cuerpos colegiados, tales como: comité de currículo, Consejo Directivo, Consejo Superior. Así:
 - ✓ Comité de currículo: Acuerdo 042 de 2011, en cumplimiento de este el programa sede Medellín cuenta con el Comunicador Social [redacted], graduado del año [redacted].
 - ✓ Consejo Superior: María Consuelo Moreno Orrego egresada del programa de Economía de 1990.
 - ✓ Consejo Directivo: Guillermo Rodríguez

Como estrategia para el mejoramiento continuo del programa, en respuesta a las necesidades del entorno, desde el modelo de Gestión Alumni, se tienen la Red de Conocimiento, esta Red a través del programa de Transferencia de Conocimientos y Experiencia “Banco de tiempos”, favorece la participación activa del egresado en espacios académicos que contribuyen a la profundización en temas de alta importancia que contribuyen al mejoramiento y actualización de las competencias disciplinares como generales de los profesionales graduados y de los próximo graduados, toda vez que el conocimiento impartidos por estos corresponden a la

apropiación, adaptación y transformación del conocimiento aprendido a través del ejercicio de la profesión. En esta Red se destacan los siguientes proyectos:

- Proyecto de actualización
- Proyecto Alumni en el aula
- Proyecto Centro de Pensamiento: este proyecto evidencia el compromiso de la Universidad / programa con los temas de interés regional.

- Proyecto Equipo de Alta Gestión
- Proyecto Tutores MyPIMES
- Proyecto Participación Institucional

El programa de Comunicación Social de la sede Medellín tiene registrados No. [redacted] Alumni, en el Banco de Tiempos los cuales contribuyen al posicionamiento y mejoramiento del programa, **estos son:**

- **Nombres de los egresados que participan**

2.7.1 Necesidades y Expectativas de Formación (ENEF)

El actual mercado laboral ha venido tornado un gran impulso. Dado el progreso tecnológico y la necesidad de comunicación, se requiere de trabajadores con competencias de comunicación análisis e interpretación.

Por tanto, en medio de tanta información, el conocimiento especializado se hace trascendental, con miras a promover la competitividad, la sostenibilidad y demás variables de control; organismos gubernamentales, e incluso, los demás sectores de laborales.

- ✓ administrativa - educación
- ✓ área social enfocada al periodismo
- ✓ audiovisual
- ✓ comunicación empresarial
- ✓ comunicación organizacional
- ✓ comunicación organizacional y gestión cultural

El 54% de los graduados registrados en Mapa de Datos, están dispuestos a estudiar una especialización, el 20% una maestría, 13% diplomados, el 4% talleres y el 2% Doctorados.

Además, para poder determinar en qué área desean continuar con su capacitación, el ENEF, a continuación se presentan las áreas en las que se encuentran interesados los graduados.

- ✓ actualización medios masivos de comunicación
- ✓ comunicación, rr.pp, lobby, mercadeo, política
- ✓ coordinación académica
- ✓ cualquier área
- ✓ diseño de página web
- ✓ e-comunicaciones

- ✓ economía solidaria y servicio al cliente
- ✓ finanzas, costos
- ✓ gerencia
- ✓ gerencia social
- ✓ gestión empresarial y mercadeo
- ✓ gestión humana
- ✓ gestión social
- ✓ ingles
- ✓ marca
- ✓ marketing digital
- ✓ marketing
- ✓ marketing digital - semipresencial
- ✓ medios digitales
- ✓ mercadeo
- ✓ mercadeo digital
- ✓ mercadeo, moda
- ✓ organizacional
- ✓ producción de cine y t.v. en el exterior
- ✓ reputación institucional - responsabilidad social

Dentro del listado anterior se encuentran necesidades enfocadas al posicionamiento y relacionamiento de las empresas, también necesidades en el área política, mercadeo, entre otros.

Además, el EIDO muestra que el mercado laboral privilegia a los estudiantes universitarios con un 79%, profesionales con especialización con un 36%, tecnólogos y técnicos con un 29%, luego con doctorado con un 21% y con maestría en 7%.



Gráfico 13: ¿Según la actividad económica de su empresa donde se concentra el mayor nivel de demanda?

Fuente EIDO

Tanto los graduados como los empleadores han optado por lograr, en mayor proporción, mantener el mercado laboral en un nivel de especialización, respecto al nivel educativo del capital humano.

En vista de esto, la Universidad Cooperativa, a nivel Nacional, cuenta con una amplia oferta de educación continua que puede ser de gran interés para los Comunicadores Sociales, además las posibilidades de aprovechar sus contenidos se hacen más efectivas, dada

la interdisciplinariedad del programa y sus graduados. A continuación se presenta un listado de Dicha oferta:

- Diplomado en conocimiento social, participación y desarrollo local
- Diplomado en comunicación y periodismo ambiental
- Diplomado en gestión de la investigación con énfasis en desarrollo e innovación
- Diplomado en procedimiento administrativo
- Diplomado en administración pública, para juntas de acción comunal
- Diplomado en derecho cooperativo
- Cursos en lengua extranjera
- Encuentro regional innovación social
- Taller de innovación social
- Encuentro institucional de semilleros de investigación
- Diplomado de administración de recursos humanos, financieros y técnicos en salud ocupacional
- Diplomado en dirección estratégica del talento humano para el futuro
- Diplomado de competencias gerenciales para el futuro
- Diplomado en alta gerencia
- Diplomado en competencias gerenciales en las organizaciones
- Diplomado en dirección estratégica gerencial
- Diplomado en branding
- Diplomado gestión comercial y ventas
- Diplomado gestión y creatividad del merchandising
- Diplomado mercado de capitales y derivados
- Diplomado en marketing online
- Diplomado en marketing político
- Diplomado en coaching para la transformación empresarial
- Diplomado en gestión en el proceso de venta directa
- Diplomado en gestión cultural
- Diplomado en gestión de proyectos
- Diplomado en planeación del desarrollo territorial
- Diplomado en emprendimiento empresarial
- Diplomado en diseño 3d de productos de manufactura
- Diplomado en dirección y control de empresas de economía solidaria
- Diplomado en formador de formadores en economía solidaria
- Diplomado en emprendimiento solidario
- Diplomado en gerencia de empresas de economía solidaria
- Diplomado en gerencia de proyectos con énfasis en economía solidaria
- Diplomado en participación y control social - para organizaciones solidarias
- Diplomado en proyecto educativo social empresarial "PESEM"
- Diplomado en gerencia y emprendimiento solidario
- Diplomado en gestión de calidad (ISO 901-2008) para cooperativas y empresas de economía solidaria
- Diplomado en reforma tributaria y la adopción de la NIIF
- Diplomado en auditoría financiera

- Diplomado en planeación financiera
- Diplomado finanzas para no financieros
- Diplomado en contabilidad al alcance de todos
- Diplomado en sistemas de financiación y apalancamiento financiero para las MIPyMES
- Curso de coaching y liderazgo
- Curso taller creando empresa
- Curso programa de formación para tenderos
- Curso programa de formación para tenderos
- Curso en emprendimiento y cooperativismo
- Curso emprendimiento e innovación empresarial solidaria
- Curso básico de economía solidaria
- Curso intermedio de economía solidaria
- Curso avanzado de economía solidaria
- Seminario en comunicación asertiva y adaptación al cambio.
- Seminario en organización del trabajo y manejo efectivo del tiempo
- Seminario regional sobre responsabilidad social corporativa y riesgo sistémico

- Seminario taller de perfeccionamiento en gerencia en marketing con enfoque global
- Seminario en alta gerencia

Oferta que se materializa a partir de la demanda desde los profesionales. Igualmente, es importante anotar que desde la gestión Alumni, se programan capacitaciones in situ soportadas en el Banco de Tiempos, algunas de las capacitaciones son:

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

De otro lado, la Sede Medellín cuenta los siguientes posgrados, que pueden satisfacer gran parte de las necesidades de formación de los graduados registrados en la Plataforma Mapa de Datos MD.

- Especialización en Gerencia de la Calidad y Auditoría en Salud
- Especialización en Informática Educativa
- Maestría en Gestión de Organizaciones
- Maestría en Psicología de la Educación

2.8 Estrategias que faciliten el paso del estudiante al mundo laboral.

A través de la Red de Enlace y Apoyo Laboral (REAL), la Universidad lidera diversas estrategias que favorecen la

articulación y comprensión del mercado laboral por parte de los próximos

graduados, como los ya graduados, estas son:

- Capacitaciones y asesorías: se evidencian en el 2014 un total de No. [REDACTED] capacitaciones en temas tales como: elaboración hoja de vida, Comportamiento / presentación en las entrevistas, Técnicas para hablar en público, Protocolos empresariales, Manejo de correos, Etiqueta y protocolo empresarial

Es de anotar que la Universidad desde el 2014 firmo convenio con el SENA, a través del cual se lideran capacitaciones conjuntas,

y además se promociona la Agencia pública de empleo, como una forma de acceso a las ofertas laborales, por medio de las cuales se ofrecen al egresado una alternativa de ubicación laboral, teniendo en cuenta el perfil ocupacional y profesional del programa.

Se resalta que el programa de Comunicación Social, a través de Monitores solidarios presta asesoría personalizada a los estudiantes y egresados de la Universidad sede Medellín. El total de horas de asesoría semanal es de [REDACTED].

3 Impacto de los egresados en el medio social y académico

Hablar de impacto, es dar cuenta de la trascendencia y evolución de los profesionales graduados de la institución a través de su desenvolvimiento social, académico, profesional y laboral, que en última permite el posicionamiento de la propuesta formativa de la Universidad y

en ello del programa. La Universidad Cooperativa de Colombia, a través de la plataforma Mapa de Datos, tal como se mencionó anteriormente, permite la recolección /seguimiento de la información de los egresados.

3.1 Índice de empleo entre los egresados del programa.

Teniendo en cuenta que el concepto de empleabilidad está relacionado con las teorías de capital humano, y la capacidad potencial de incorporarse y permanecer en el mercado laboral, se identifica la

necesidad de analizar qué tan significativos son los niveles de empleabilidad de los graduados del programa de Comunicación Social de la sede Medellín, donde se observa que los

datos son favorables, ya que según el informe de Mapa de Datos de los 239 graduados registrados el 54% se encuentran vinculados laboralmente, es decir, se evidencia que un poco menos de la mitad de los egresados del programa están vinculados al mercado laboral; es de anotar que la ciudad de Medellín según

el reporte del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE¹³ tiene una tasa de ocupación del 65,3%. Según Mapa de Datos mayor parte de graduados se hallan vinculados con el sector privado y como independientes.

IL	(TGP)	(TO)	(TD)	(PT)	(PET)	(PEA)	O	D
MEDELLÍN	65,3	58,0	11,2	3.589	3.023	1.974	1.753	220
COMUNICACIÓN SOCIAL MEDELLÍN	100%	54	46	239	239	239	130	109

Cuadro 4: Indicadores Laborales

Fuentes: DANE, Mapa de Datos

El cuadro 4 nos muestra que, siguiendo los Datos de la Plataforma Mapa de Datos, la Tasa de Ocupación es

levemente menor frente a al nov el que publica el DANE para la Ciudad de Medellín.

3.2 Egresados del programa que forman parte de comunidades académicas reconocidas, de asociaciones científicas, profesionales, tecnológicas, técnicas o artísticas, y del sector productivo y financiero, en el ámbito nacional o internacional



3.3 Egresados del programa que han recibido distinciones y reconocimientos significativos por su desempeño en la disciplina, profesión, ocupación u oficio correspondiente.

¹³ <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral>

La calidad de reconocimientos obtenidos por los egresados del programa evidencian la trascendencia e influencia del programa a través de sus egresados en el proceso creador/innovador y de responsabilidad social en el ejercicio de la disciplina; cuenta de ello es el reconocimiento obtenido por los egresados del programa:

- [Redacted] Director de [Redacted] -
- [Redacted] ([Redacted] - [Redacted]).

Igualmente es de destacar que la Universidad en el marco de la normatividad institucional, mediante la

Resolución [Redacted] hasta el año 2012 entregaba reconocimiento a los egresados destacados en el ámbito Político, empresarial y solidario, artístico, deportivo, académico. En el año 2013 hasta la actualidad entrega reconocimiento a los egresados en las siguientes categorías: Exaltación al mérito por vida y obra, Exaltación al mérito por servicio, Exaltación al mérito investigativo.

Es así como, en dichas categorías se han entregado a los egresados del programa de Comunicación Social:

- Exaltación al mérito por [Redacted] (2014) al Comunicador Social [Redacted].

4 CONCLUSIONES

A fin de asumir un lenguaje constructivo y positivo, se presentan las conclusiones bajo el modelo CIMA desarrollado por la Universidad del Bosque, el cual adapto el DOFA bajo el siguiente esquema:

Modelo CIMA

Fortalezas	Oportunidades
Debilidades	Amenazas
Modelo DOFA	

Oportunidades de Consolidación	Oportunidades de Innovación
Oportunidades de Mejoramiento	Oportunidades de Adaptación Activa
Modelo CIMA U. del Bosque	

Modelo CIMA

En este orden de ideas, y previo análisis de resultados:

Oportunidades de Consolidación (fortalezas):

- La interdisciplinaridad del programa da una relativa facilidad para la inserción al mercado Laboral
- Posicionamiento de los egresados en diferentes áreas y espacios de representación, alta gerencia y acompañamiento a líderes políticos y sociales del Área Metropolitana.

Oportunidades de Mejoramiento (debilidad):

- Bajo nivel de articulación entre la Universidad, Empresa, el Estado y Sociedad Civil:
 - ✓ Mejorar la articulación de la academia / Universidad con el entorno.
 - ✓ Promover el comité Universidad, Estado, Empresa y Sociedad civil.
 - ✓ Vincularse a estrategias Públicas que permitan visibilizar le programa en el escenario social, teniendo en cuenta planes estratégicos e iniciativas como Ruta N, Medellín Ciudad Cluster, entre otras.
- Falta de consolidación del programa en la Ciudad: Desarrollar estrategias para el posicionamiento del programa:
 - ✓ Alineamiento del programa con los estándares internacionales, que permitan un perfil del programa acorde a la proyección de Medellín como una Ciudad del Mundo (aprovechamiento de tratados de libre comercio, Acuerdos bilaterales, entre otros).
 - ✓ Articular a los procesos de formación a entidades y personas líderes en temas específicos /claves del programa.
 - ✓ Desarrollar estudio de oferta y demanda, que dé cuenta de la capacidad de absorción de profesionales de Comunicación Social en el mercado laboral, a fin de proyectar y definir estrategias efectivas que viabilicen la inserción de los profesionales al mercado laboral y /o el desarrollo de iniciativas empresariales, que favorezcan la aplicación del conocimiento adquirido en el proceso de formación. Igualmente a través de este se vigila situaciones de sobreoferta para la Ciudad.
 - ✓ Realizar un análisis de la correspondencia entre la propuesta formativa y las necesidades /realidades de Ciudad.
 - ✓ Construir una definición del programa enfocado al desarrollo de capacidades en la Ciudad a nivel de la cualificación del talento humano y competitividad. Esto teniendo en cuenta la prevalecía de una estrategia de Mercadeo de Ciudad y City Branding.
 - ✓ Fortalecer las estrategias de internacionalización que favorezcan la movilidad saliente y entrante de profesionales y de estudiantes de otras universidades y de la propia.
 - ✓ Promover durante el proceso de formación (4-5 semestre) el desarrollo de proyectos productivos que generen alto impacto a escala social y económica, y que a su vez le permita al estudiante proyectarse como empresario y/o investigador en el tema, y que en última le garantice el retorno de la inversión y el desarrollo de su proyecto de vida.

- Bajo nivel en idiomas por parte de la comunidad Alumni del programa:
 - ✓ Promover y aumentar la necesidad del dominio de un segundo idioma para los profesionales del programa de Comunicación Social.
- Bajo nivel de comunicación de lo que es el programa y la Universidad:
 - ✓ Generar canales de comunicación efectiva con el entorno de forma permanente y sistemática.
- Construir un plan de formación potenciando el capital humano de la región y de las organizaciones vinculadas al sector:
 - ✓ Realizar un sondeo de necesidades y expectativas de formación con la participación del sector empresarial, el sector oficial –competitividad y desarrollo-, gremios del sector, académicos, estudiantes y Alumni del programa.
 - ✓ Promover la articulación de expertos regionales, nacionales e internacionales en temas de formación específicos que contribuyan al desarrollo de la Ciudad.
- Bajo nivel de articulación entre los programas Comunicación Social de la Universidad:
 - ✓ Promover capacitaciones en Red entre las Programas Comunicación Social de la Universidad (Bogotá, Medellín y Neiva) y con la de la Universidad Nacional.
- Bajo uso de las TIC en procesos de formación:
 - ✓ Promover espacios de formación soportados en el uso de las herramientas tecnológicas y de la virtualidad.
- Bajo nivel de proyectos que fomenten el emprendimiento empresarial:
 - ✓ Promover mediante convenios entre el sector privado, y público el espíritu emprendedor en la población juvenil y en general.
- La apuesta por oferta académica que, generando sinergias, logre concretar una propuesta de posgrados en el área de la Comunicación Social. Lo anterior teniendo en cuenta las necesidades del entorno y sectores en donde la Universidad logra presencia mediante sus egresados

Oportunidades de Innovación (oportunidades):

- Desarrollo de diferentes líneas de investigación o grupos académicos que permitan evidenciar las capacidades distintivas del programa

Oportunidades de Adaptación Activa (amenaza):

- El mayor número de empresas en Medellín son microempresas, las cuales se caracterizan por concentrar sus actividades en una misma unidad o incluso en un mismo profesional.
- Un fuerte ambiente competitivo en el sector de la Comunicación Social, pues, de acuerdo con la feria virtual de orientación profesional, en Medellín hay siete IES que ofertan este programa o similares.

Comentarios finales:

En pro del mejoramiento continuo de la calidad y la pertinencia de los programas, agradecemos su contribución con propuestas de mejora al presente documento.

Equipo líder del Observatorio de Impacto y Dinámica Ocupacional (OIDO):

- Red de Coordinadores Alumni
- Directora Nacional Alumni, Reina Cecilia Duque Vélez
- Analista de la Dirección, Margarita Mesa Zapata
- Practicantes: Miguel Ángel Medrano y Pedro Luis Vargas