



ASOCIACIÓN DE EGRESADOS Y GRADUADOS
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

La luz sigue brillando...

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL AEG-PUCP

2020-2022

Asociación de Egresados y Graduados PUCP

Octubre
2020

DIRECCIÓN DE LA AEG

Presidenta:	Mirtha Zamudio Rodríguez
Vicepresidenta:	Gladys Triveño Chan Jan
Secretario:	Miguel Bueno Olazábal
Tesorero:	Javier Viza La Rosa
Vocal:	Gonzalo Díaz Pro
Vocal:	Peter Hartmann Rodríguez
Vocal:	Víctor Zenteno González

JUNTA CALIFICADORA DE ASOCIADOS

Presidenta:	Sheyla Blumen Cohen
Miembro:	Carlos Alarco Proaño
Miembro:	Milagritos Fernández Rodríguez

EQUIPO OFICINA EJECUTIVA

Administradora:	Solange Hernández Blas
Coordinador:	Roger Bustamante Mertz
Consultor:	Brayan Castro Chávez

PRESENTACIÓN

El presente documento sintetiza el Plan Estratégico de la Asociación de Egresados y Graduados de la Pontificia Universidad Católica del Perú para el período 2020-2022, que contempla la visión a mediano plazo de la institución en materia de fomentar el bienestar y la integración de los egresados y graduados de la PUCP, su misión y sus lineamientos estratégicos, además de las directrices que deberán marcar su orientación en los próximos años. Para su consecución, se utilizó como insumo la encuesta de investigación de egresados, bajo la metodología de poblaciones finitas, segmentado por generaciones, y la base del Plan Estratégico 2016-2021.

El Plan Estratégico de la Asociación pretende ser la herramienta que provea a la institución de los enfoques necesarios para formular sus planes anuales, definir los resultados a lograr y establecer los cursos de acción que orienten la toma cotidiana de decisiones, la misma que fortalecerá el trabajo realizado por los Consejos Directivos de la Asociación en sus 30 años de creación.

INTRODUCCIÓN

Este documento constituye el resultado de los esfuerzos de planificación emprendidos por la Asociación de Egresados y Graduados de la Pontificia Universidad Católica del Perú (AEG PUCP) y plantea los objetivos y metas a ser cumplidos en los próximos años (2020-2022), los cuales se encuentran alineados a los objetivos institucionales de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

La elaboración de este Plan Estratégico Institucional (PEI) se realizó en coordinación con la Administración de la Oficina Ejecutiva de la AEG y miembros del Consejo Directivo. El trabajo se llevó a cabo en sesiones en las que se generaron los lineamientos estratégicos de la asociación, un diagnóstico de egresados y se plantearon los objetivos estratégicos y metas a ser cumplidas en un periodo de 3 años.

Así, este plan pretende dejar en evidencia las próximas tareas a ser realizadas por la asociación, las cuales van en la dirección de fortalecer la relación entre el egresado PUCP, los alumnos y la Universidad, contribuir a la empleabilidad y networking entre egresados y alumnos, fidelizar a los egresados ofreciendo beneficios y servicios de valor por generaciones, reinventar la marca AEG y posicionarla como un lovemark entre la comunidad universitaria y mejorar experiencia del egresado mediante la automatización de procesos.

Plan Estratégico AEG-PUCP 2020-2022

MISIÓN:

Vincular a los egresados y graduados de la PUCP entre sí y con la comunidad universitaria. Construimos relaciones permanentes basadas en el sentimiento de orgullo y pertenencia, generando valor al servicio de la sociedad.

VISIÓN:

Posicionar la Asociación de Egresados y Graduados como continuidad de la marca PUCP a nivel nacional e internacional. Contar con el reconocimiento de las distintas generaciones de egresados como referente en aporte de valor en su desarrollo personal y profesional.

VALORES:

Valores	Principios
<ul style="list-style-type: none">● Liderazgo● Pluralismo● Responsabilidad● Solidaridad● Equidad	<ul style="list-style-type: none">● Trabajo en equipo● Transparencia● Orientación al resultado● Compromiso con el egresado● Responsabilidad Social

EJES PEI 2020-2022

1. Vinculación
2. Empleabilidad
3. Fidelización – Oferta de Valor
4. Posicionamiento de Marca
5. Mejora Continua de Procesos

EJE 1. VINCULACIÓN: Fortalecer la relación entre Egresados-Alumnos-Universidad

Resultados	Productos	Indicadores
1.1 Participación activa anual de egresados expertos en actividades académicas.	Panel con egresados TOP. Webinars anuales con temas de interés para los egresados. Webinars anuales por las comunidades en el extranjero. Espacio Alumni.	N° egresados que dirigen cada actividad Grado de satisfacción (NPS)
1.2 Atención de requerimientos de la comunidad universitaria con la red de contacto activa de egresados de la AEG.	Campaña de donación para la comunidad de egresados.	N° requerimientos atendidos
1.3 Contar con representantes de graduados en los órganos de gobierno de la PUCP.	Designación de representantes de graduados ante los órganos de gobierno de la PUCP.	N° representantes designados
1.4 Fortalecer el networking con la red de contactos de egresados que participan en actividades, mediante una reunión anual y participación en actividades de la AEG.	Reuniones de integración AEG-Universidad con egresados que participan en actividades. Invitación especial a estos egresados a actividades AEG.	N° de reuniones con egresados
		N° de invitaciones a actividades AEG

1.5 Establecer una alianza estratégica con CENTRUM para fomentar la participación de sus Alumni dentro de la comunidad universitaria y la AEG.	Alianza estratégica con CENTRUM. Conferencias coordinadas.	N° de alianzas estratégicas N° de conferencias coordinadas
1.6 Fortalecer el networking en las comunidades en el extranjero e incitar su participación.	Comunidades en el extranjero. Comunidades activas.	N° de comunidades en el extranjero N° de reuniones por comunidad N° de actividades/proyectos por comunidad N° de actividades organizadas para la comunidad

EJE 2. EMPLEABILIDAD: Contribuir a la empleabilidad y networking entre egresados y alumnos

Resultados	Productos	Indicadores
2.1 Facilitar opciones de prácticas pre y profesionales en empresas dirigidas por egresados.	Convocatorias de prácticas con Bolsa de Trabajo: <i>Programa Practicantes PUCP.</i>	N° de convocatorias de Practicantes PUCP
2.2 Facilitar opciones de puestos laborales en empresas dirigidas por egresados, mediante convocatorias a través del LinkedIn de la AEG.	Convocatorias para postulaciones de egresados a Bolsa AEG: <i>Programa Martes Laboral.</i>	N° de convocatorias de Martes Laboral
2.3 Contar con un Programa de Mentoría dirigido a alumnos de últimos ciclos. Implementación de un piloto.	Diseño de guías para implementar Programa de Mentoría y contar con indicadores de medición.	Programa de Mentoría implementado
2.4 Transmitir conocimiento de experiencia en el sector real entre egresado-alumno, mediante actividades (charlas y conferencias). Implementación de un piloto.	Actividad Martes Empresarial implementada. Actividad Charlas en clases implementada.	N° de charlas Martes Empresarial N° de charlas en clases

2.5 Apoyar activamente los emprendimientos de nuestros egresados y potenciarlos.	Implementación de Directorio de Emprendimiento. Promoción en Revista Brújula. Emprendimientos Nuevos. Emprendimientos de las comunidades en el extranjero.	Directorio de Emprendimiento actualizado
		N° emprendimientos publicados
		N° de emprendimientos nuevos
		N° de emprendimientos
2.6 Compartir experiencias mediante un espacio de interacción entre egresados destacados y la comunidad universitaria, sobre temas de desarrollo profesional.	Programa “Líderes PUCP”. Programa “Líderes PUCP” por las comunidades en el extranjero.	N° transmisiones emitidas

EJE 3. FIDELIZACIÓN-OFFERTA DE VALOR: Fidelizar a los egresados ofreciendo beneficios y servicios de valor por generaciones

Resultados	Productos	Indicadores
3.1 Contar con un paquete anual de actividades culturales y de confraternidad dirigido a egresados Baby Boomer.	Actividades de confraternidad dirigidas a egresados. Actividades culturales, en alianza con Centros Culturales, con participación de egresados.	N° de actividades de confraternidad
		N° de actividades culturales
3.2 Contar con un actividades de “Tu bienestar primero” dirigido a egresados Generación Z, Generación X.	Actividades de “Tu bienestar primero” dirigidas a egresados.	N° de actividades de relajación

3.3 Alianza estratégica anual con librerías para ofrecer variedad de productos a los egresados Baby Boomer.	Convenio institucional con librerías para ofrecer beneficios a los egresados.	N° de alianzas estratégicas con librerías
3.4 Contar con campañas anuales ofreciendo cursos de posgrado para egresados de la Generación X y Millennial, en alianza con unidades de la PUCP, con descuento diferencial. Implementación de un piloto.	Campañas piloto en Escuela de Posgrado y CENTRUM. Campañas en Escuela de Posgrado y CENTRUM implementadas.	N° de campaña piloto en posgrado
		N° de campañas con posgrado implementadas
3.5 Contar con campañas anuales en diplomados y cursos de especialización para egresados de la Generación X, Millennial y Generación Z, con descuento diferencial.	Convenio con CENTRUM para ofrecer diplomados. Convenio con la Dirección de Formación Continua para ofrecer cursos de especialización.	N° de diplomados N° de campañas en diplomados
		N° de cursos de especialización N° de campañas de cursos de especialización
3.6 Alianza estratégica anual con un centro de idiomas para ofrecer cursos a los egresados de la Generación Z, con descuento diferencial.	Convenio institucional con un centro de idiomas para ofrecer a egresados.	N° de alianzas estratégicas con centro de idiomas
3.7 Dar conocimiento a los egresados sobre los beneficios de los nuevos convenios que podrán acceder.	Webinars con los nuevos convenios.	N° de webinars
3.8 Contar con un paquete anual de empleabilidad y networking, dirigido a egresados para potenciar sus competencias.	Convenio institucional con empresas especializadas en empleabilidad y networking.	N° de servicios de empleabilidad y networking
3.9 Contar con un paquete anual de formación continua, dirigido a egresados para potenciar sus competencias.	Convenio institucional con empresas especializadas en formación continua.	N° de servicios de formación continua

EJE 4. POSICIONAMIENTO DE MARCA: Reinventar la marca AEG y posicionarla como un lovemark entre la comunidad universitaria

Resultados	Productos	Indicadores
4.1 Posicionar la marca AEG-PUCP de manera que se sitúe en el Top of Mind (TOM) de los egresados.	Propuesta de Posicionamiento y mejora de Marca con consultora especializada.	N° egresados que tienen a la AEG en su TOM
4.2 Generar sentido de pertenencia y atraer nuevos miembros, mediante publicaciones en redes sociales de la AEG, potenciando los temas académicos y de nostalgia entre los egresados.	Publicaciones más frecuentes en Facebook e Instagram AEG.	N° de publicaciones anuales
		N° de nuevos seguidores
4.3 Motivar al egresado en el perfeccionamiento profesional, a través de publicaciones anuales en LinkedIn, potenciando las actividades de empleabilidad y logros de egresados.	Publicaciones en LinkedIn AEG.	N° de publicaciones anuales
		N° de nuevos seguidores
4.4 Transmitir el ADN emprendedor de la marca AEG a los egresados, mediante una campaña anual.	Campaña ADN emprendedor para egresados.	N° de campañas ADN emprendedor
		N° egresados participan
4.5 Reconocimiento de la AEG como una marca que se interesa en el servicio a la sociedad, mediante una actividad anual de Responsabilidad Social.	Actividad de Responsabilidad Social.	N° de actividades de responsabilidad social
		N° egresados participan
4.6 Incrementar el número de egresados que conocen los beneficios que brinda la AEG-PUCP.	Encuesta de satisfacción por generaciones anual.	Porcentaje de satisfacción por generaciones
		Porcentaje de egresados que conocen beneficios AEG

EJE 5. MEJORA CONTINUA: Mejorar experiencia del egresado mediante la automatización de procesos

Resultados	Productos	Indicadores
5.1 Contar con los procesos de afiliación y membresía de forma 100% digital.	Nueva plataforma de pago de membresía.	Proceso de afiliación digital implementado
		Proceso de membresía digital implementado
5.2 Contar con una política de gobierno de datos , con información actualizada para la toma de decisiones y red de contacto.	Base de datos de egresados actualizada constantemente.	Política de gobierno de datos implementada
		Porcentaje de egresados con información actualizada
5.3 Contar con el proceso de voto digital para egresados para las asambleas institucionales.	Proceso del voto digital implementación.	Asamblea realizada mediante voto digital
5.4 Plan de Experiencia de Usuario para egresados.	Diseño de guía para mejorar la Experiencia de Usuario (UX).	Guía de Experiencia del Usuario desarrollada

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La AEG ha determinado los responsables de verificar el cumplimiento de cada una de las metas planteadas. Estos niveles de avance se identifican a partir del ejercicio de seguimiento a cada uno de estos productos. El seguimiento es un proceso continuo que nos brinda información sobre los avances obtenidos y las acciones realizadas para alcanzar las metas previamente propuestas. Hacerlo nos ayuda a responder a estas preguntas:

- ¿Qué información adicional es necesaria para mejorar la medición de los indicadores?
- ¿Las metas planteadas son realmente viables de cumplir?
- ¿Los productos planteados favorecen efectivamente el cumplimiento de los objetivos?; etc.

EJE 1. VINCULACIÓN

Resultados	Productos	Responsable	Medición
1.1 Participación activa anual de egresados expertos en actividades académicas.	Panel con egresados TOP. Webinars anuales con temas de interés para los egresados. Webinars anuales por las comunidades en el extranjero. Espacio Alumni.	Área de Eventos y Relaciones Institucionales	Anual
1.2 Atención de requerimientos de la comunidad universitaria con la red de contacto activa de egresados de la AEG.	Campaña de donación para la comunidad de egresados.	Área de Comunicaciones	Anual
1.3 Contar con representantes de graduados en los órganos de gobierno de la PUCP.	Designación de representantes de graduados ante los órganos de gobierno de la PUCP.	Área de Comunicaciones	Anual
1.4 Fortalecer el networking con la red de contactos de egresados que participan en actividades, mediante una reunión anual y participación en actividades de la AEG.	Reuniones de integración AEG-Universidad con egresados que participan en actividades. Invitación especial a estos egresados a actividades AEG.	Área de Eventos	Anual

<p>1.5 Establecer una alianza estratégica con CENTRUM para fomentar la participación de sus Alumni dentro de la comunidad universitaria y la AEG.</p>	<p>Alianza estratégica con CENTRUM.</p>	<p>Gerencia</p>	<p>Anual</p>
<p>1.6 Fortalecer el networking en las comunidades en el extranjero e incitar su participación.</p>	<p>Comunidades en el extranjero. Comunidades activas.</p>	<p>Área de Relaciones Institucionales</p>	<p>Anual</p>

EJE 2. EMPLEABILIDAD

Resultados	Productos	Responsable	Medición
2.1 Facilitar opciones de prácticas pre y profesionales en empresas dirigidas por egresados.	Convocatorias de prácticas con Bolsa de Trabajo: <i>Programa Practicantes PUCP.</i>	Área de Planeamiento y procesos	Semestral
2.2 Facilitar opciones de puestos laborales en empresas dirigidas por egresados, mediante convocatorias a través del LinkedIn de la AEG.	Convocatorias para postulaciones de egresados a Bolsa AEG: <i>Programa Martes Laboral.</i>	Área de Planeamiento y procesos	Semestral
2.3 Contar con un Programa de Mentoría dirigido a alumnos de últimos ciclos. Implementación de un piloto.	Diseño de guías para implementar Programa de Mentoría y contar con indicadores de medición.	Gerencia	Anual
2.4 Transmitir conocimiento de experiencia en el sector real entre egresado-alumno, mediante actividades (charlas y conferencias). Implementación de un piloto.	Actividad Martes Empresarial implementada. Actividad Charlas en clases implementada.	Área de Relaciones Institucionales	Semestral
2.5 Apoyar activamente los emprendimientos de nuestros egresados y potenciarlos.	Implementación de Directorio de Emprendimiento. Promoción en Revista Brújula. Emprendimientos Nuevos. Emprendimientos de las comunidades en el extranjero.	Área de Eventos y Relaciones Institucionales	Anual
2.6 Compartir experiencias mediante un espacio de interacción entre egresados destacados y la comunidad universitaria, sobre temas de desarrollo profesional.	Programa "Líderes PUCP". Programa "Líderes PUCP" por las comunidades en el extranjero.	Área de Comunicaciones y Relaciones Institucionales	Semestral

EJE 3. FIDELIZACIÓN-OFFERTA DE VALOR

Resultados	Productos	Responsable	Medición
3.1 Contar con un paquete anual de actividades culturales y de confraternidad dirigido a egresados Baby Boomer.	Actividades de confraternidad dirigidas a egresados. Actividades culturales, en alianza con Centros Culturales, con participación de egresados.	Área de Eventos	Anual
3.2 Contar con un actividades de “Tu bienestar primero” dirigido a egresados Generación Z, Generación X.	Actividades de “Tu bienestar primero” dirigidas a egresados.	Área de Eventos	Anual
3.3 Alianza estratégica anual con librerías para ofrecer variedad de productos a los egresados Baby Boomer.	Convenio institucional con librerías para ofrecer beneficios a los egresados.	Área de Eventos	Anual
3.4 Contar con campañas anuales ofreciendo cursos de posgrado para egresados de la Generación X y Millennial, en alianza con unidades de la PUCP, con descuento diferencial. Implementación de un piloto.	Campañas piloto en Escuela de Posgrado y CENTRUM. Campañas en Escuela de Posgrado y CENTRUM implementadas.	Área de Eventos y Comunicaciones	Anual
3.5 Contar con campañas anuales en diplomados y cursos de especialización para egresados de la Generación X, Millennial y Generación Z, con descuento diferencial.	Convenio con CENTRUM para ofrecer diplomados. Convenio con la Dirección de Formación Continua para ofrecer cursos de especialización.	Área de Eventos y Comunicaciones	Anual
3.6 Alianza estratégica anual con un centro de idiomas para ofrecer cursos a los egresados de la Generación Z, con descuento diferencial.	Convenio institucional con un centro de idiomas para ofrecer a egresados.	Área de Eventos	Anual

3.7 Dar conocimiento a los egresados sobre los beneficios de los nuevos convenios que podrán acceder.	Webinars con los nuevos convenios.	Área de Eventos	Anual
3.8 Contar con un paquete anual de empleabilidad y networking , dirigido a egresados para potenciar sus competencias.	Convenio institucional con empresas especializadas en empleabilidad y networking.	Área de Eventos	Anual
3.9 Contar con un paquete anual de formación continua , dirigido a egresados para potenciar sus competencias.	Convenio institucional con empresas especializadas en formación continua.	Área de Eventos	Anual

EJE 4. POSICIONAMIENTO DE MARCA

Resultados	Productos	Responsable	Medición
4.1 Posicionar la marca AEG-PUCP de manera que se sitúe en el Top of Mind (TOM) de los egresados.	Propuesta de Posicionamiento y mejora de Marca con consultora especializada.	Área de Comunicaciones	Anual
4.2 Generar sentido de pertenencia y atraer nuevos miembros, mediante publicaciones en redes sociales de la AEG, potenciando los temas académicos y de nostalgia entre los egresados.	Publicaciones más frecuentes en Facebook e Instagram AEG.	Área de Comunicaciones y Relaciones Institucionales	Semestral
4.3 Motivar al egresado en el perfeccionamiento profesional, a través de publicaciones anuales en LinkedIn, potenciando las actividades de empleabilidad y logros de egresados,	Publicaciones en LinkedIn AEG.	Área de Comunicaciones y Relaciones Institucionales	Semestral
4.4 Transmitir el ADN emprendedor de la marca AEG a los egresados, mediante una campaña anual.	Campaña ADN emprendedor para egresados.	Área de Eventos	Anual
4.5 Reconocimiento de la AEG como una marca que se interesa en el servicio a la sociedad, mediante una actividad anual de Responsabilidad Social.	Actividad de Responsabilidad Social.	Área de Eventos	Anual
4.6 Incrementar el número de egresados que conocen los beneficios que brinda la AEG-PUCP.	Encuesta de satisfacción por generaciones anual.	Área de Comunicaciones	Anual

EJE 5. MEJORA CONTINUA

Resultados	Productos	Responsable	Medición
5.1 Contar con los procesos de afiliación y membresía de forma 100% digital.	Nueva plataforma de pago de membresía.	Área Planeamiento y Procesos	Anual
5.2 Contar con una política de gobierno de datos, con información actualizada para la toma de decisiones y red de contacto.	Explotación de la base de datos de egresados.	Área Planeamiento y Procesos	Anual
5.3 Contar con el proceso de voto digital para egresados para las asambleas institucionales	Proceso de votación digital implementación.	Área Planeamiento y Procesos	Anual
5.4 Plan de Experiencia de Usuario para egresados.	Diseño de guía para mejorar la Experiencia de Usuario (UX).	Área de Comunicaciones	Anual

Es importante resaltar, que la AEG estará atenta a que de no alcanzarse lo esperado, debe identificar las causas y tomar medidas correctivas necesarias, considerando tanto factores limitantes como facilitadores que hayan incidido en ello.