

# CASE Insights<sup>SM</sup>

## Engagement de Egresados

**Resultados clave 2023**

COUNCIL FOR ADVANCEMENT  
AND SUPPORT OF EDUCATION



© 2024 Council for Advancement and Support of Education  
Fecha de la Publicación Original: Junio 2024

Todos los derechos están reservados. Ninguna parte del material protegido por este derecho se puede reproducir o utilizarse de ninguna forma, electrónica o mecánica, incluidas las fotocopias, las grabaciones o el uso de cualquier sistema de almacenamiento y recuperación de información, sin el permiso por escrito de Council for Advancement and Support of Education.

Límite de responsabilidad/evasión de responsabilidad. Si bien el editor ha hecho todo lo posible para preparar este documento, no representa ninguna garantía con respecto a la precisión o integridad de su contenido. Council for Advancement and Support of Education, sus servidores o sus agentes no aceptan responsabilidad alguna de ningún tipo (en la medida permitida por la ley), incluida la responsabilidad por negligencia. Toda la información recopilada se considera correcta en la fecha de publicación. Ni el editor, ni el autor se dedican a prestar servicios legales, contables u otros servicios profesionales. Si se requiere asesoramiento legal u otra asistencia de expertos, se deben buscar los servicios de un profesional competente.

---

#### **AUTOR**

Ann E. Kaplan, Senior Director, Voluntary Support of Education Survey, CASE

---

#### **PARA MÁS INFORMACIÓN, CONTACTAR:**

Ann E. Kaplan  
Senior Director, Voluntary Support of Education Survey  
CASE  
[akaplan@case.org](mailto:akaplan@case.org)  
+1-917-979-4827



COUNCIL FOR ADVANCEMENT  
AND SUPPORT OF EDUCATION

Advancing education to transform lives and society.

**case.org**

London    Mexico City    Singapore    Washington, D.C.

---

# CONTENIDO

<b>Prólogo</b> .....	4
<b>Introducción</b> .....	5
<b>Resumen de los Reportes de Benchmarking</b> .....	6
Comparación entre Instituciones Pares .....	6
Proporción de Egresados Contactables y Comprometidos (“engaged”) .....	7
Gastos del Área de Vinculación con Egresados .....	7
Porcentaje de Egresados Contactables por Modalidad .....	8
Variación porcentual del Engagement por Modalidad, 2022–23 .....	8
<b>Una Encuesta Global sobre el Engagement de Egresados, año 5.</b> .....	9
Organizaciones Globales sin fines de Lucro .....	9
Encuesta Global CASE Insights <sup>SM</sup> en Engagement de Egresados .....	9
<b>Cohortes por Graduación</b> .....	11
Engagement en Comunicación por Cohorte de Graduación .....	12
Engagement Experiencial por Cohorte de Graduación .....	13
Engagement Filantrópico por Cohorte de Graduación .....	14
Engagement en Voluntariado por Cohorte de Graduación .....	15
Regiones .....	16
Combinaciones de Engagement .....	20
<b>Modalidades y Niveles de Confianza.</b> .....	21
Descripción General de las Modalidades .....	21
Niveles de Confianza .....	21
Comunicación .....	22
Experiencial .....	23
Voluntariado .....	23
Filantrópico .....	24
Datos acerca de las Modalidades de la Encuesta .....	24
<b>Año 6: ¿Qué hay de nuevo en la Encuesta?</b> .....	25
<b>Descarga del Resumen de los Datos de Engagement de Egresados en el Portal de Datos CASE Insights<sup>SM</sup></b> .....	26
<b>Reportes Resumidos de Benchmarking de Engagement de Egresados en el Portal de Datos CASE Insights<sup>SM</sup></b> .....	27
<b>Instituciones Participantes por Región</b> .....	28

## Prólogo

Es un gran placer para mí presentar este informe mientras CASE logra dos hitos: su 50 Aniversario y su quinto informe con datos globales.

Mientras se publica este informe, CASE celebra con alegría su 50 Aniversario. Desde 1974, la organización ha definido estándares para el Avance Institucional y ha demostrado el valor de la educación, sirviendo a una comunidad global de instituciones educativas y otras instituciones sin fines de lucro.

CASE comenzó fusionando dos diferentes asociaciones: el American Alumni Council y la American College Public Relations Association. Por lo tanto, es apropiado que esta encuesta global analice en profundidad la participación de los egresados, ya que ese trabajo se ha estado llevando a cabo en instituciones desde hace más de 50 años.

Con este informe, CASE Insights<sup>SM</sup> en Engagement de Egresados celebra su quinto aniversario. La Encuesta Engagement de Egresados es la primera encuesta global de CASE. Ha sido global desde sus inicios. También es nuestra primera encuesta ofrecida tanto en inglés como en español. Este logro es una ilustración de nuestro compromiso de servir a la profesión global del Avance Institucional. Demuestra que los datos se pueden recopilar y compartir entre naciones en todas partes del mundo utilizando pautas de presentación de informes estándar, definiciones y procedimientos de recolección. Esto, a su vez, proporciona valiosos comparativos para cada participante, sin estar limitados por fronteras nacionales o regionales.

Los datos de esta encuesta permiten a las instituciones miembro comparar los resultados de la participación de sus egresados (*Engagement*), lo que permite mejores comparaciones con instituciones que logran avances similares en su participación que pueden estar fuera de su idea habitual de una red de instituciones pares. En 2023, 375 instituciones de

20 países en siete regiones de CASE compartieron sus datos. Los resultados ilustran las formas en que las instituciones y regiones son similares y las formas en que su diversidad es evidente, lo que nos permite celebrar tanto los puntos en común como la singularidad de nuestros miembros

Me gustaría agradecer a las instituciones que proporcionaron datos, reconociendo que estas decisiones representan una inversión de tiempo y esfuerzo del personal. El hecho de que tantas instituciones hayan encontrado valor en los resultados de este instrumento suscita mi profunda gratitud y aprecio. Son nuestros miembros los que nos hacen fuertes y eficaces. Muchas gracias por participar en este estudio histórico en su quinto aniversario y gracias de antemano por participar nuevamente en años futuros y animar a otras instituciones a participar.

### **Sue Cunningham**

Presidenta y CEO, CASE

## Introducción

La encuesta CASE Insights<sup>SM</sup> de Engagement de Egresados es la primera encuesta global de CASE, cerró recientemente su quinto ciclo de recopilación de datos. La encuesta es un mecanismo para que las instituciones aprendan cómo evaluar el Engagement de sus egresados en cuatro modalidades: comunicación, experiencial, filantrópica y voluntariado. Los datos de la encuesta proporcionados en este informe son observaciones de alto nivel.

Estas observaciones incluyen el engagement de los egresados de educación superior por cohorte de graduación. ¿Cómo cambian las modalidades y niveles de engagement a medida que los egresados maduran y aumenta el número de años transcurridos desde que egresan? Este informe también examina las modalidades de participación por región. Cada región de CASE tiene un perfil de participación específico para su cultura y prácticas, lo que destaca la diversidad de los miembros globales de CASE.

Uno de los objetivos de la encuesta es proporcionar una estructura dentro de la cual capturar el engagement. La filantropía se ha estudiado y registrado durante mucho más tiempo que otras modalidades de participación. El informe cubre cómo se define cada modalidad y aborda algunos de los desafíos que implica recopilar datos completos y precisos sobre cada uno.

Además de los datos resumidos, uno de los mejores usos de los resultados de las encuestas es comparar tu institución con un grupo de pares. La institución miembro que contesta la encuesta recibe un informe de benchmarking resumido interactivo y detallado. Ese informe incluye tablas y gráficas, hojas de datos de Excel que subyacen a esas cifras y formas de descargarlos como tipos de archivos comunes, incluidos PDF, PNG, Excel y CSV. CASE utiliza un algoritmo para seleccionar instituciones pares.

La primera sección de este informe proporciona detalles sobre estos valiosos resúmenes de evaluación comparativa. Las figuras que se muestran aquí son imágenes estáticas. Para explorar las características interactivas del resumen del informe de benchmarking visita: <https://www.case.org/resources/case-insights-summary-benchmarking-reports>. En la sección “Resumen de informes de benchmarking por encuesta”, hay un informe de muestra para CASE Insights de Engagement de Egresados. Esta página también tiene muestras de informes resumidos de benchmarking que CASE crea para sus miembros que participan en otras encuestas. Además, hay un enlace de información sobre informes estratégicos, que se pueden crear pagando una tarifa y que ofrecen gráficas ampliadas, resultados de tendencias detallados y la posibilidad de seleccionar tu propio grupo de instituciones pares para comparar.

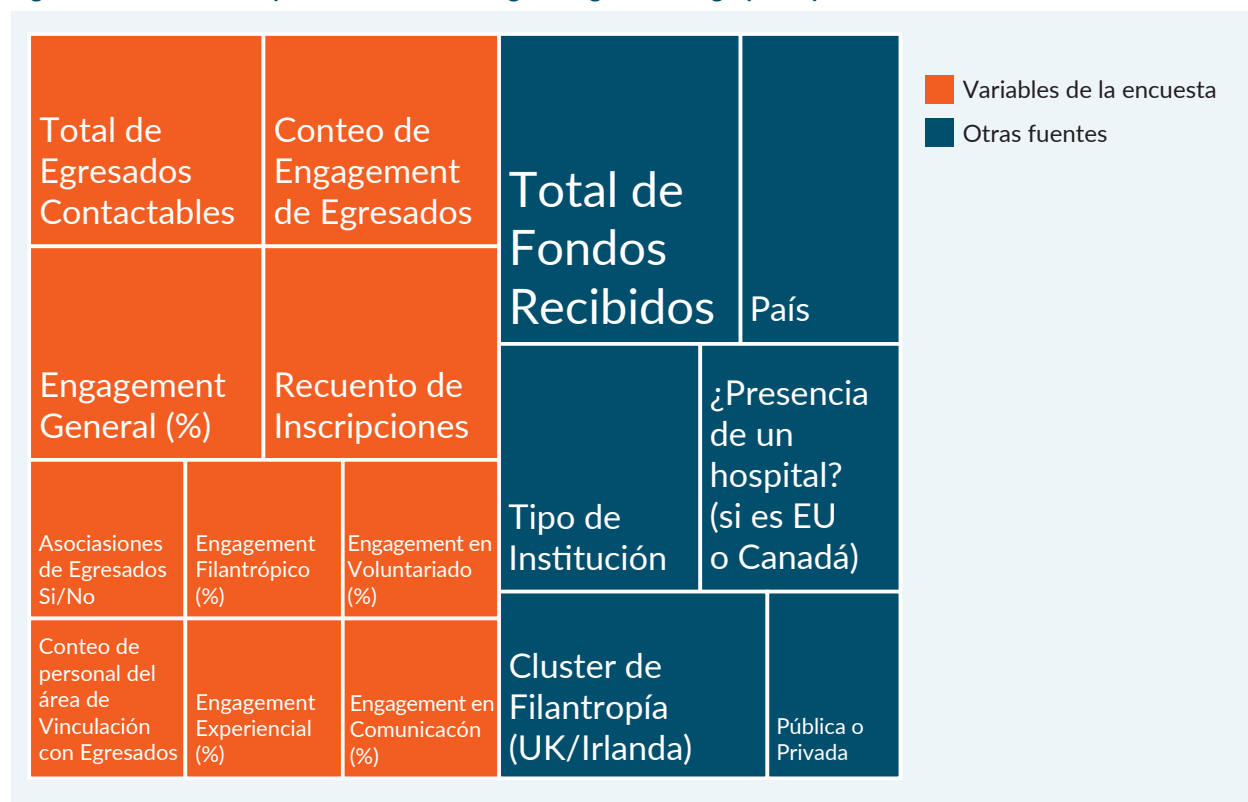
## Resumen de los Reportes de Benchmarking

### COMPARACIÓN ENTRE INSTITUCIONES PARES

Las instituciones miembros de CASE que participan en la encuesta pueden acceder a un informe resumido de evaluación comparativa gratuito en CASE Insights<sup>SM</sup> en el portal de datos. El informe proporciona un análisis de datos sobre cada institución en relación con todos los encuestados, todos los encuestados regionales y un grupo de instituciones pares.

El grupo de pares de una institución se obtiene mediante el uso de un algoritmo que es objetivo y neutral. El algoritmo utiliza los factores que se muestran en la Figura 1. El tamaño de los rectángulos indica el peso dado al factor. Los miembros pueden crear una copia de este grupo en el portal de datos para usarla con otras consultas y también pueden crear sus propios grupos de comparación.

Figura 1: Resumen del reporte de benchmarking con algoritmo de grupo de pares

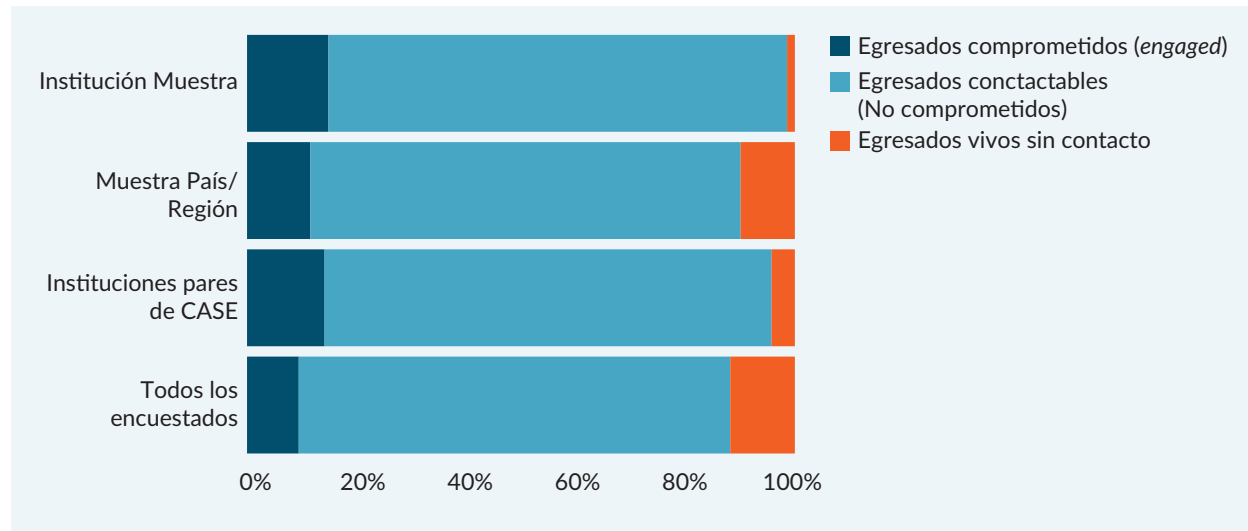


## PROPORCIÓN DE EGRESADOS CONTACTABLES Y COMPROMETIDOS

La primera cifra del informe resumido interactivo en línea ilustra el porcentaje de egresados contactables que demuestran compromiso (*Engagement*) con la Institución. Los encuestados

deben informar cuántos egresados vivos tienen, cuántos de ellos son legalmente contactables y cuántos de esos individuos están comprometidos (*engaged*) con la institución en al menos una modalidad. La Figura 2 es un resumen de esos datos.

Figura 2: Proporción de egresados contactables y comprometidos (*engaged*)

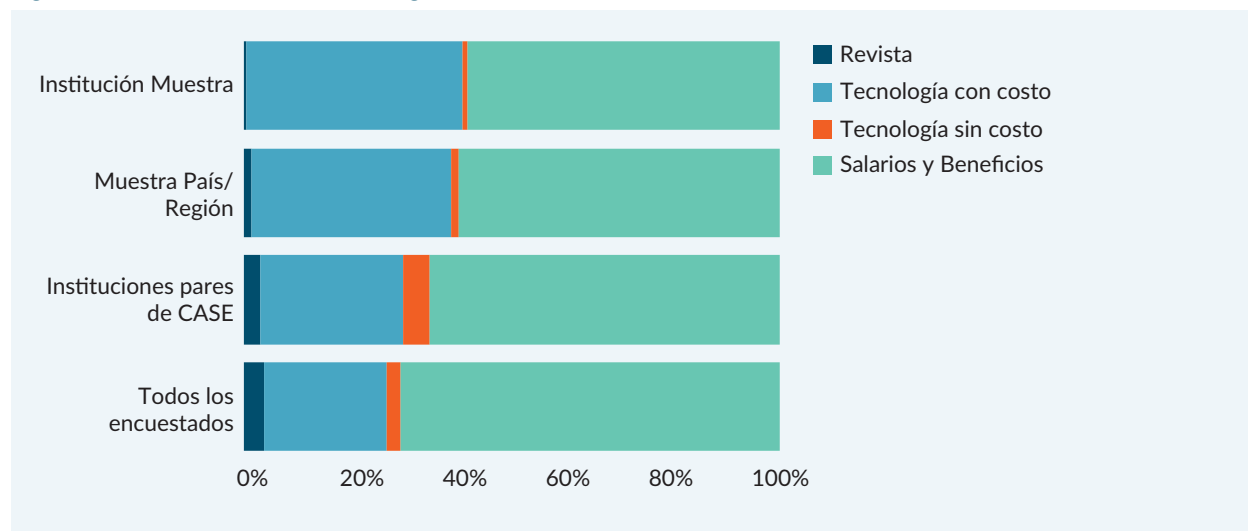


## GASTOS DEL ÁREA DE VINCULACIÓN CON EGRESADOS

Las respuestas a una pregunta opcional sobre gastos en Vinculación con Egresados arrojan datos para la

Figura 3. Esta pregunta se actualizará en la encuesta de 2024. Los detalles sobre la actualización aparecen en la página 25.

Figura 3: Gastos en Vinculación con Egresados

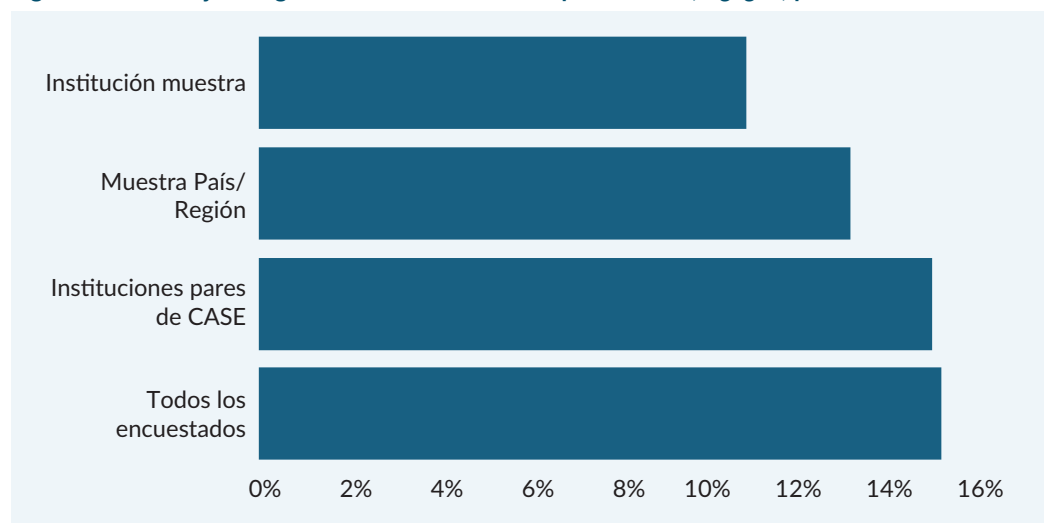


### PORCENTAJES DE EGRESADOS CONTACTABLES POR MODALIDADES

La Figura 4 muestra el engagement en una sola modalidad. En el informe interactivo en línea,

los usuarios pueden alternar entre las cuatro modalidades (Comunicación, Experiencial, Filantrópica y Voluntariado), así como participar en cualquiera de las cuatro modalidades.

Figura 4: Porcentaje de egresados contactables comprometidos (*engaged*) por modalidad

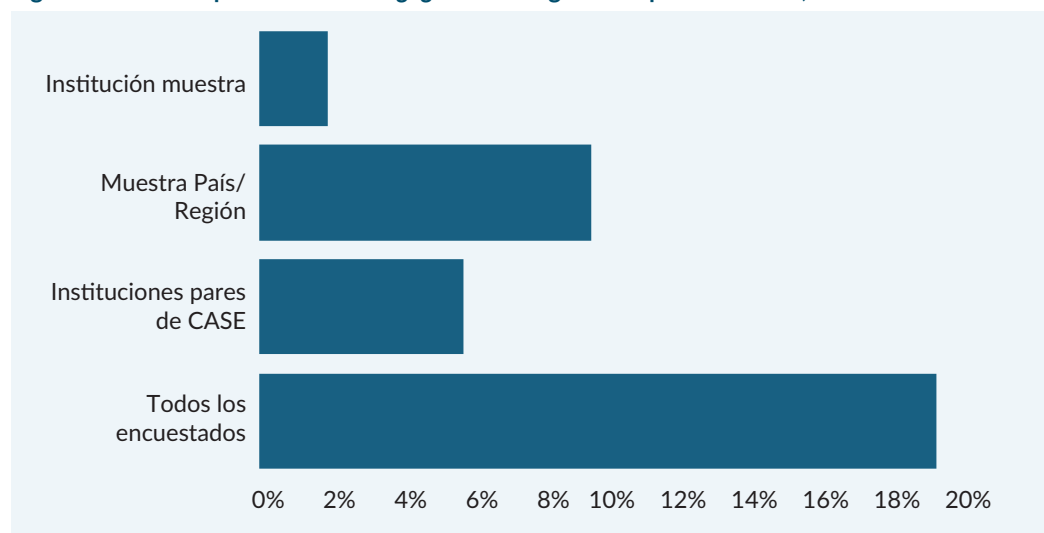


### VARIACIÓN PORCENTUAL DEL ENGAGEMENT DE EGRESADOS POR MODALIDAD, 2022-23

Como es el caso de la Figura 4, la Figura 5 muestra variación porcentual del engagement de egresados

en una sola modalidad. En el informe interactivo en línea, los usuarios pueden alternar entre las cuatro modalidades: comunicación, experiencial, filantrópica y voluntariado, así como cualquiera de las cuatro categorías.

Figura 5: Variación porcentual del *Engagement* de egresados por modalidad, 2022-23





## Una Encuesta Global sobre el Engagement de Egresados, año 5

### ORGANIZACIONES GLOBALES SIN FINES DE LUCRO

Al estudiar organizaciones globales, es importante considerar la diversidad del sector, así como las áreas de similitud. En 1992, anticipándose a un sector sin fines de lucro cada vez más global, “*Independent Sector*”, una organización estadounidense de membresía para organizaciones sin fines de lucro, fundaciones y corporaciones, trabajando para fortalecer la sociedad civil— publicó— *The Nonprofit Sector in the Global Community*. En el prefacio, los autores plantean:

¿Las organizaciones sin fines de lucro realizan funciones similares en todos los países? ¿La forma de gobierno determina las funciones y la fuerza de las organizaciones sin fines de lucro? ¿El tipo de apoyo financiero que reciben las organizaciones sin fines de lucro determina de alguna manera sus roles y funciones? es decir, ¿la filantropía privada o el financiamiento gubernamental afectan las funciones de los servicios de las organizaciones sin fines de lucro? ¿Las diferencias culturales afectan la forma de trabajar en las organizaciones sin fines de lucro? ... ¿Cuáles son los límites o restricciones legales de las organizaciones sin fines de lucro en varios países?<sup>1</sup>

Más de tres décadas después, las mismas preguntas son relevantes. Los factores culturales y gubernamentales difieren entre las naciones y se convierte en un problema al comparar el retorno de inversión en la industria. También difieren entre países, estados y regiones dentro de cada nación. Un ejemplo obvio es que, en los países que tienen un sistema de medicina socializada, los costos de contratación y retención del personal son menores porque no se espera que los empleadores proporcionen seguro médico. Al analizar el retorno de la inversión (ROI) en la función de vinculación con egresados en dos regiones, identificar dichas diferencias es crucial.

Este es un problema para la mayoría de las industrias globales. Otro ejemplo es que en algunos países la educación está financiada en gran medida por el gobierno. En esas regiones, las instituciones no dependen de la filantropía de la misma manera que sus contrapartes en países que financian predominantemente la educación de forma privada. Estas instituciones pueden estar involucrando deliberadamente a sus egresados en modalidades no filantrópicas más que en filantropía.

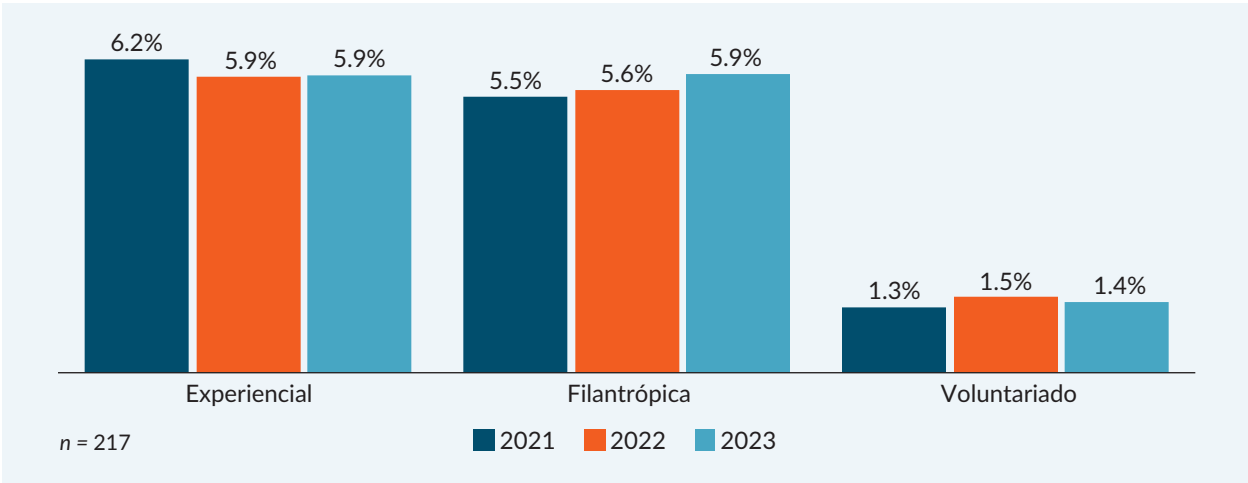
La diversidad cultural, que no puede captarse tan claramente como los factores económicos, también es importante. La atención interpersonal es parte de la naturaleza humana, pero su expresión varía. A lo largo de la vida, las circunstancias cambiantes afectan la forma en que esa atención se expande a las comunidades y a las instituciones dentro de ellas.

### CASE INSIGHTS<sup>SM</sup> ENCUESTA GLOBAL DE ENGAGEMENT CON EGRESADOS

La encuesta CASE Insights<sup>SM</sup> sobre Engagement de Egresados se inició en 2019. Un grupo base de 217 instituciones que participaron en la encuesta en los tres últimos años (2021, 2022 y 2023) reportaron que no tuvieron cambio alguno en el engagement de sus egresados durante este período. Este hallazgo probablemente indica que la encuesta se encuentra en una fase durante la cual los participantes están aprendiendo a recopilar datos complejos. Cabe señalar que el 80,6 por ciento de los encuestados en el grupo base son de Estados Unidos, y los datos representan a ese país más que a los demás.

La Figura 6 representa el porcentaje de egresados en algunas modalidades durante este período. Comunicación no se incluye porque algunas instituciones aún no informan sobre esa métrica y aquellas que sí lo hacen indican que los datos son difíciles de capturar.

Figura 6: Porcentaje de participación por modalidad, 2021-23



## Cohortes por Graduación

Un grupo de 141 instituciones respondió a una pregunta sobre el engagement en cada modalidad por cohorte de graduación. Todas las regiones

excepto Asia-Pacífico proporcionaron datos. La Figura 7 muestra la distribución de la participación en esta pregunta por región.

**Figura 7: Distribución de la pregunta**

Región	Número de Respuestas de las Instituciones
Australia/Nueva Zelanda	10
Canadá	12
Europa	1
América Latina	1
Reino Unido e Irlanda	24
Estados Unidos	93

La Figura 8 muestra el número promedio de egresados legalmente contactables por institución encuestada por cohorte de graduación. Los datos de las Figuras 9 a 16 se muestran de dos maneras: por porcentaje de engagement y por el número promedio de egresados “*engaged*”. El porcentaje

de engagement se ve afectado por el número de egresados legalmente contactables, que es el divisor en la ecuación. Ese número disminuye a medida que aumenta el número de años transcurridos desde la graduación, debido tanto a la pérdida de buena información de contacto como a la mortalidad.

**Figura 8: Número promedio de egresados legalmente contactables por institución encuestada por cohorte de graduación**

0-5 años de egreso	27,661
6-10 años de egreso	22,194
11-20 años de egreso	33,707
21-30 años de egreso	24,490
31-40 años de egreso	18,261
41-50 años de egreso	14,605
51+ años de egreso	11,741
<i>n</i> = 141	

## MODALIDAD EN COMUNICACIÓN POR COHORTE DE GRADUACIÓN

Ya sea medido como porcentaje, o como número promedio, en los primeros cinco años después de la graduación, la comunicación es la modalidad con el mayor engagement reportado. Esto no es sorprendente ya que, la mayoría de los egresados

todavía están conectados con su alma mater durante ese período inicial. Después de eso, el engagement en la modalidad de comunicación disminuye. Dicho esto, la comunicación temprana puede allanar el camino para otras formas de participación o engagement, que aumentan a lo largo de los años posteriores a la graduación.

Figura 9: Porcentaje promedio de egresados “engaged” en la modalidad en comunicación, 2023

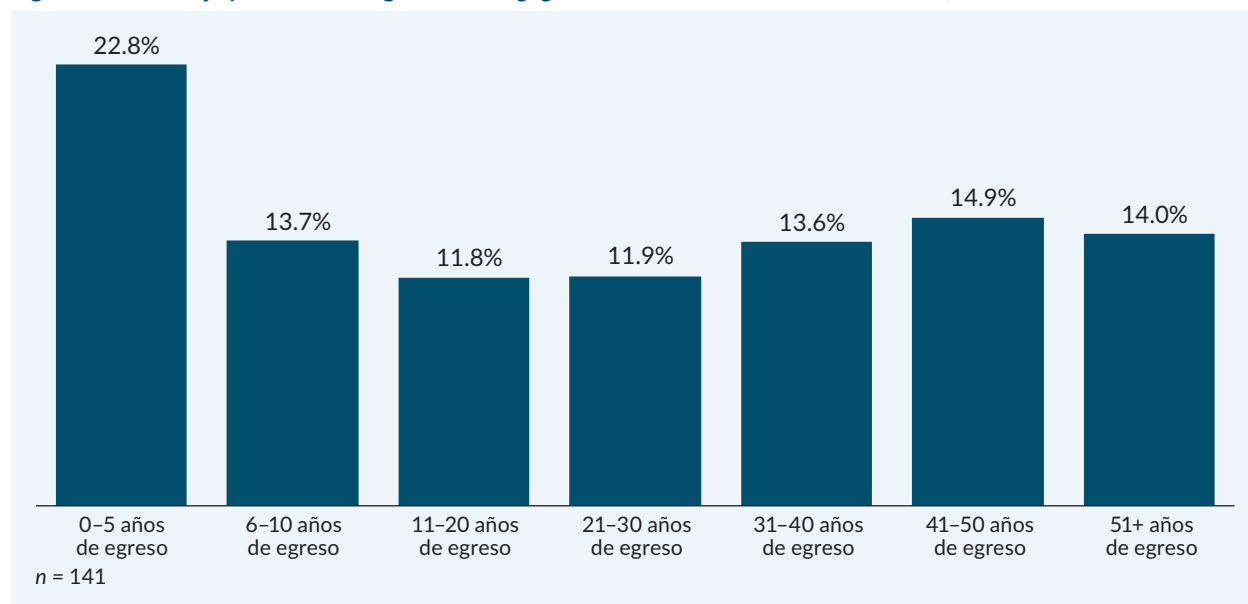
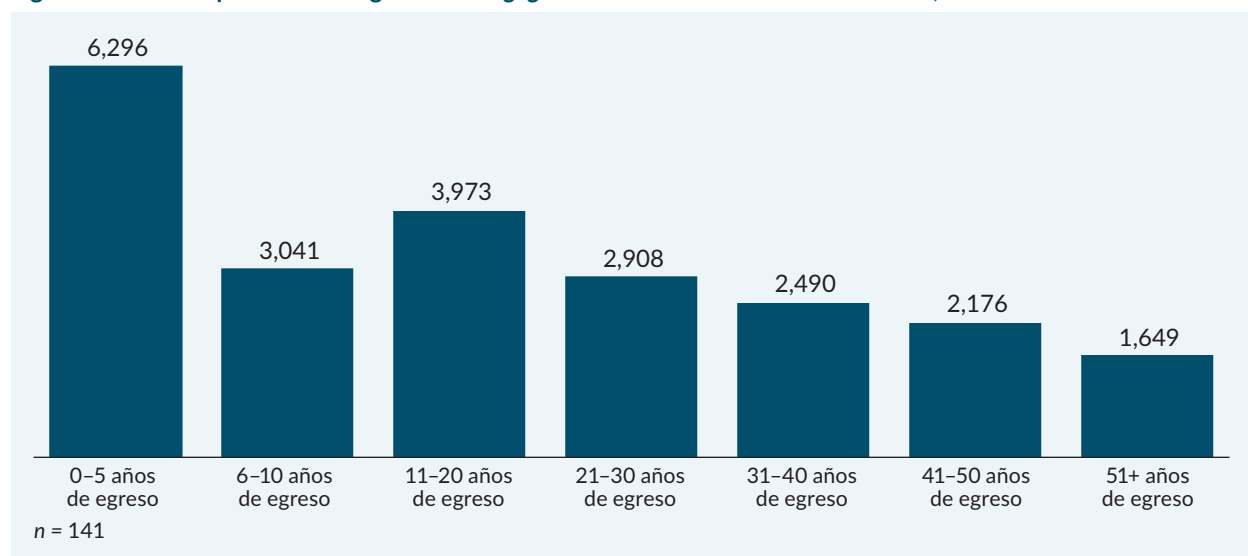


Figura 10: Número promedio de egresados “engaged” en la modalidad en comunicación, 2023



## MODALIDAD EXPERIENCIAL POR COHORTE DE GRADUACIÓN

Al igual que la modalidad de comunicación, el engagement experiencial alcanza su punto más fuerte en los primeros años después de la graduación.

Después de cinco años, comienza a disminuir, pero luego vuelve a subir. De manera similar a la modalidad en comunicación, la modalidad experiencial es un probable precursor del compromiso filantrópico.

Figura 11: Porcentaje promedio de egresados “engaged” en la modalidad experiencial, 2023

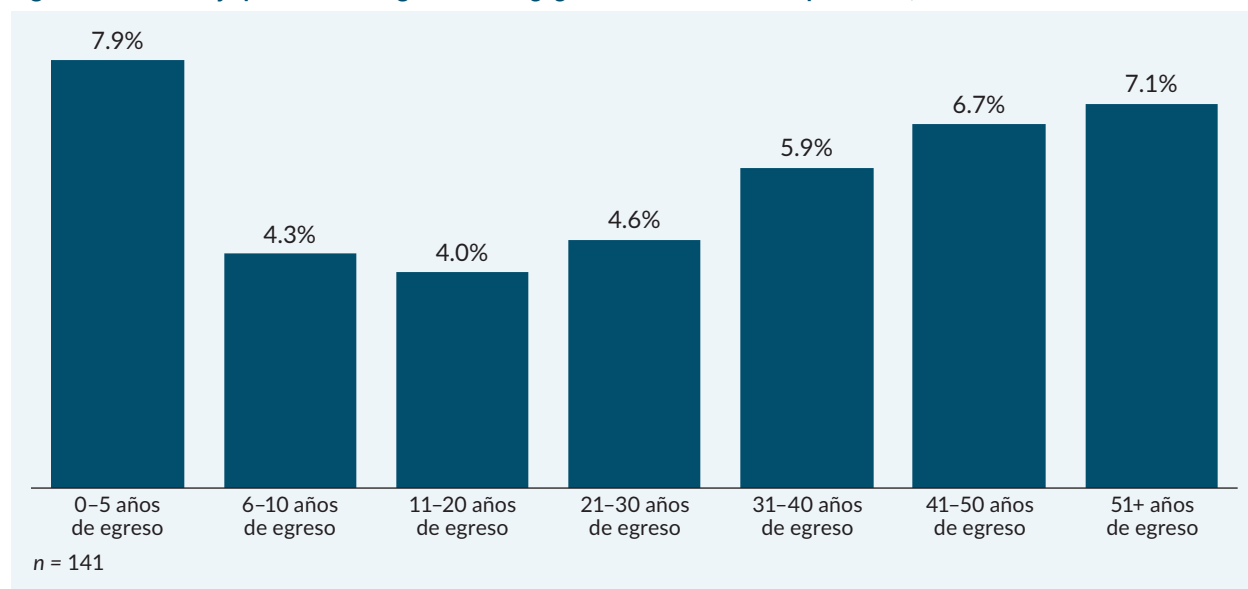
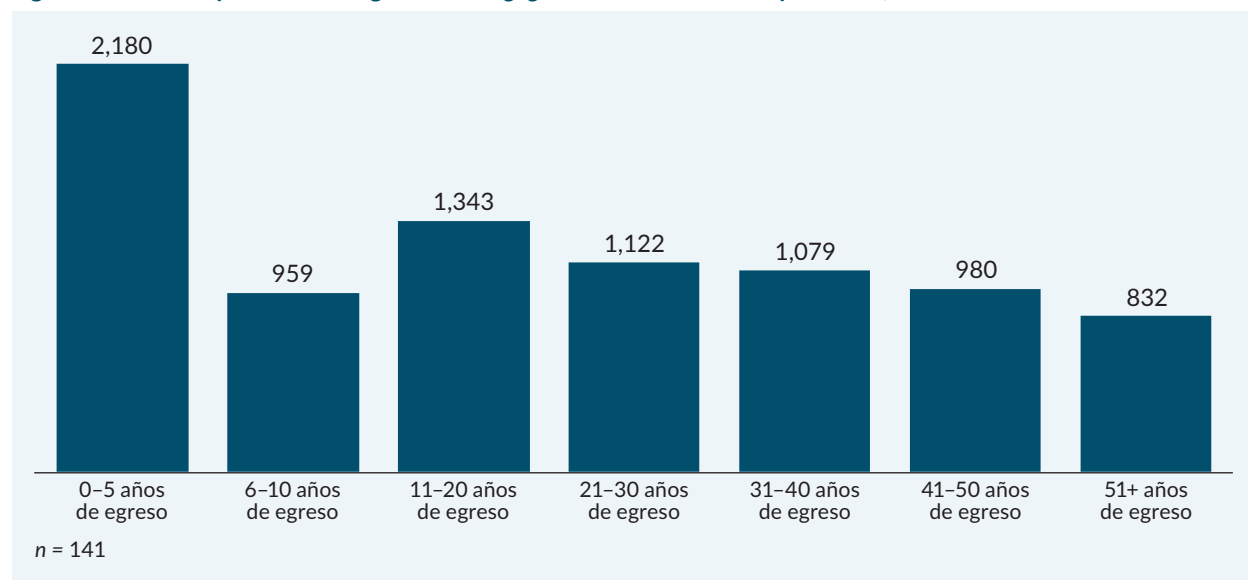


Figura 12: Número promedio de egresados “engaged” en la modalidad experiencial, 2023



### MODALIDAD FILANTRÓPICA POR COHORTE DE GRADUACIÓN

En general, las personas se involucran más en la filantropía a medida que envejecen. Están más seguros financieramente y tienen más confianza en la seguridad de sus familias. A menudo tienen una mayor capacidad de dar que en su juventud, así como una mayor capacidad financiera.

Sin embargo, si no participan en otras modalidades cuando son más jóvenes, es menos probable participen en la modalidad de filantropía cuando sean mayores, simplemente porque tienen una mayor capacidad financiera. Se debe haber establecido y nutrido la conexión con su alma mater.

Figura 13: Porcentaje promedio de egresados “engaged” en la modalidad filantrópica, 2023

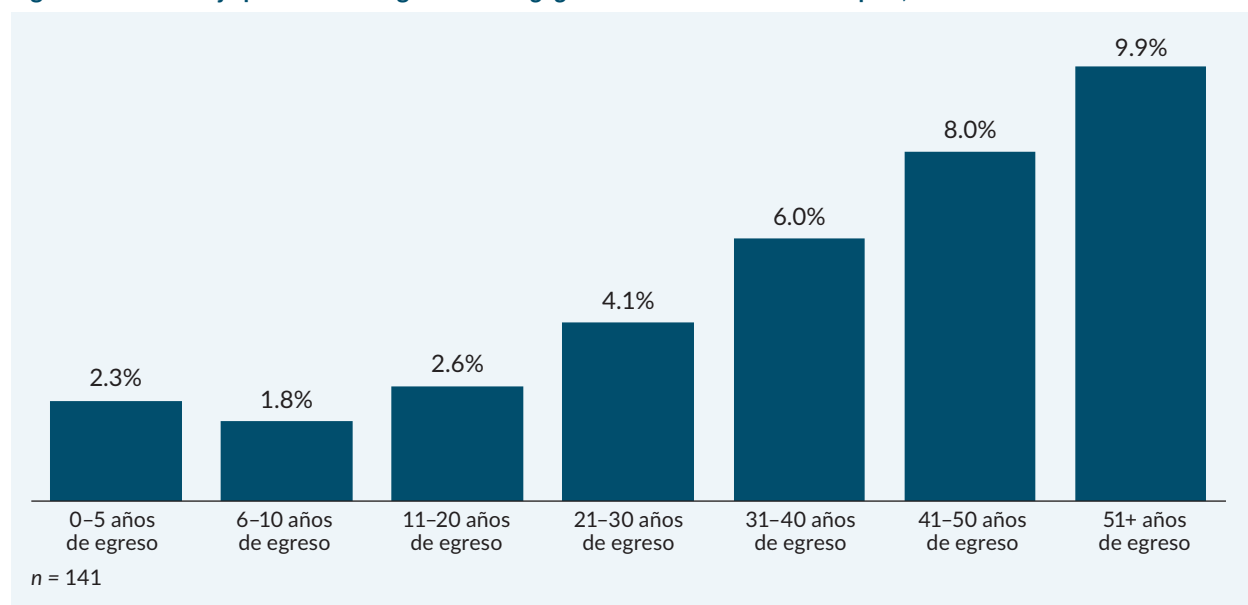
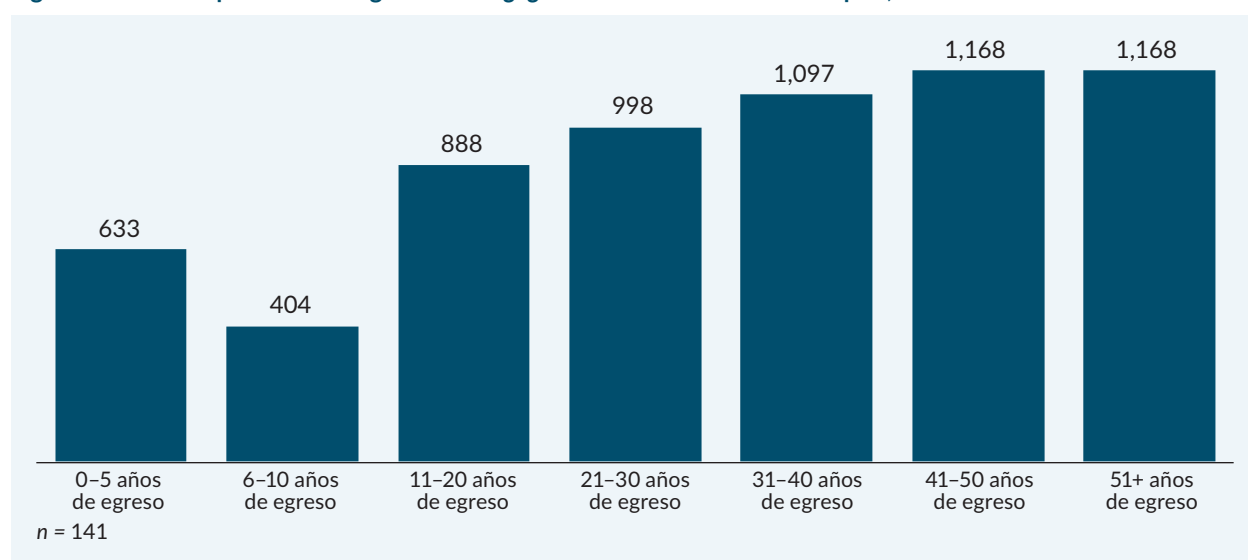


Figura 14: Número promedio de egresados “engaged” con la modalidad filantrópica, 2023



### MODALIDAD VOLUNTARIADO POR COHORTE DE GRADUACIÓN

El voluntariado formal requiere mucho tiempo y un tipo específico de engagement respaldado y valorado por la institución. Algunos ejemplos incluyen formar parte de juntas directivas o asesoras, organizar eventos (tanto dentro como fuera del área de vinculación con egresados) y reclutar estudiantes. Dada la inversión de tiempo y esfuerzo que se necesita para ser voluntario de esta manera formal,

se esperan números y porcentajes bajos. También hay oportunidades limitadas para este tipo de participación y no todos los voluntarios son egresados. Básicamente, el uno por ciento de los egresados son voluntarios en cada cohorte. Las diferencias entre las barras son muy pequeñas. Cuando los porcentajes son iguales en barras de diferentes tamaños, se debe al redondeo.

Figura 15: Porcentaje promedio de egresados “engaged” en la modalidad de voluntariado, 2023

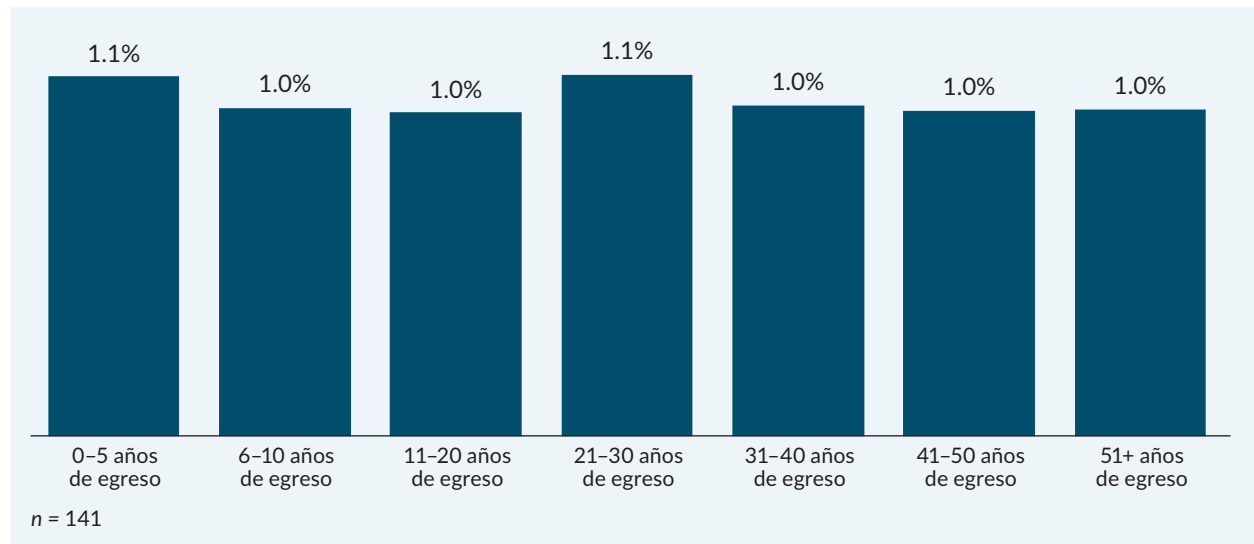
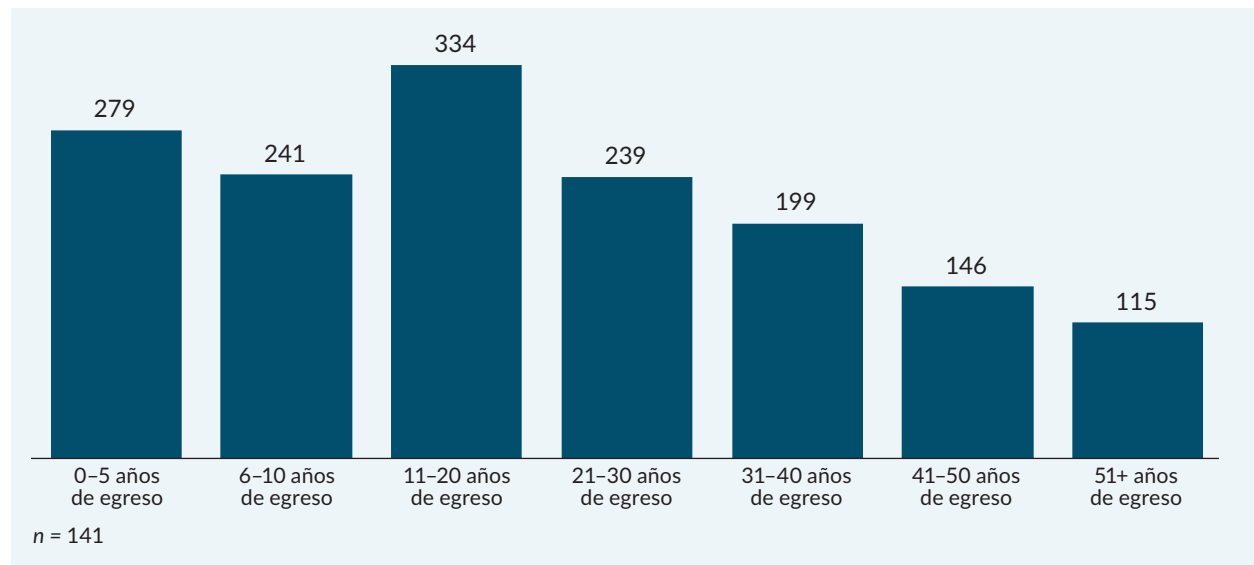


Figura 16: Número promedio de egresados “engaged” en modalidad de voluntariado, 2023



## REGIONES

Cada región tiene un perfil único. Los datos mostrados en las figuras 17-23 muestran la importancia de cada modalidad en cada región. Nuestro objetivo es poder responder a la pregunta ¿cuál es el predominio relativo de cada modalidad de engagement en cada región? Por ejemplo, la filantropía es fundamental en una región, mientras que el engagement experiencial es la forma

dominante en otra. Los datos se muestran con y sin comunicación porque esta modalidad tiende a eclipsar a las otras y a ocultar algunos de los matices entre ellas.

Para calcular la concentración, la media del número de egresados “engaged” en cada modalidad se divide entre la suma de la media de todas las modalidades, en una incluyendo y en la otra excluyendo Comunicación.

Figura 17: Concentración del Engagement por Modalidad, Asia-Pacífico, 2023

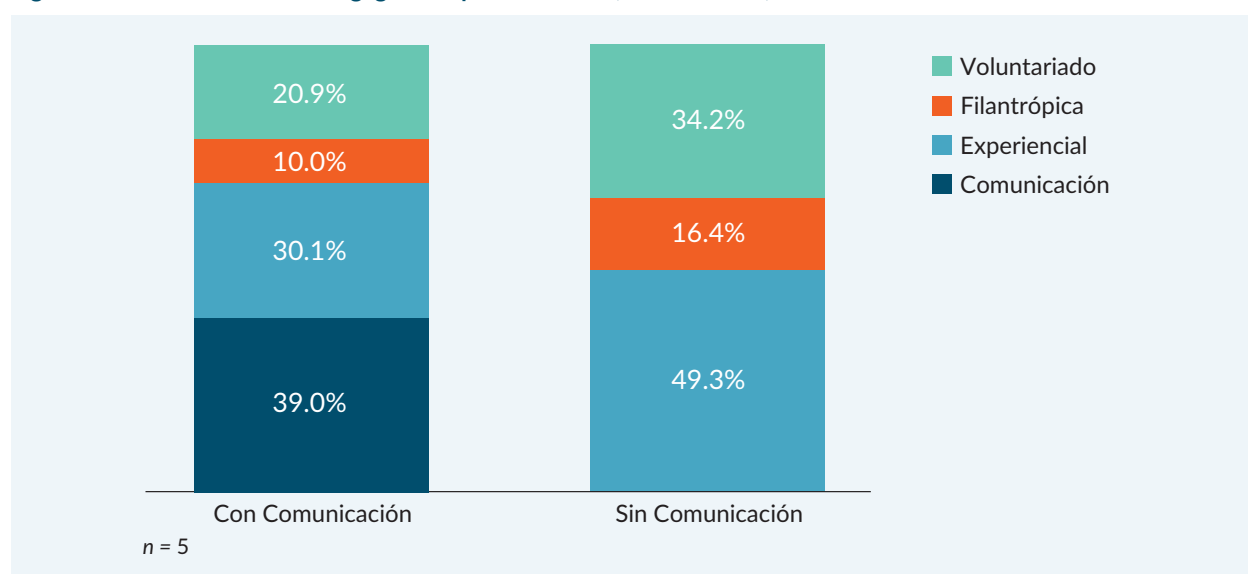


Figura 18: Concentración del Engagement por Modalidad, Australia/Nueva Zelanda, 2023

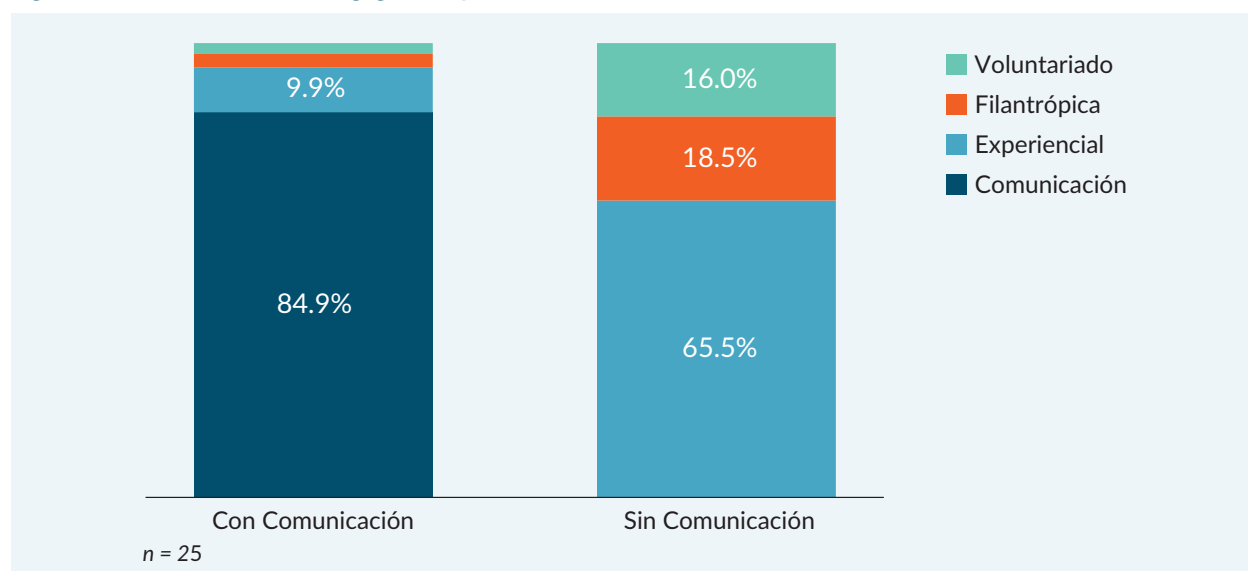




Figura 19: Concentración del Engagement por Modalidad, Canadá, 2023

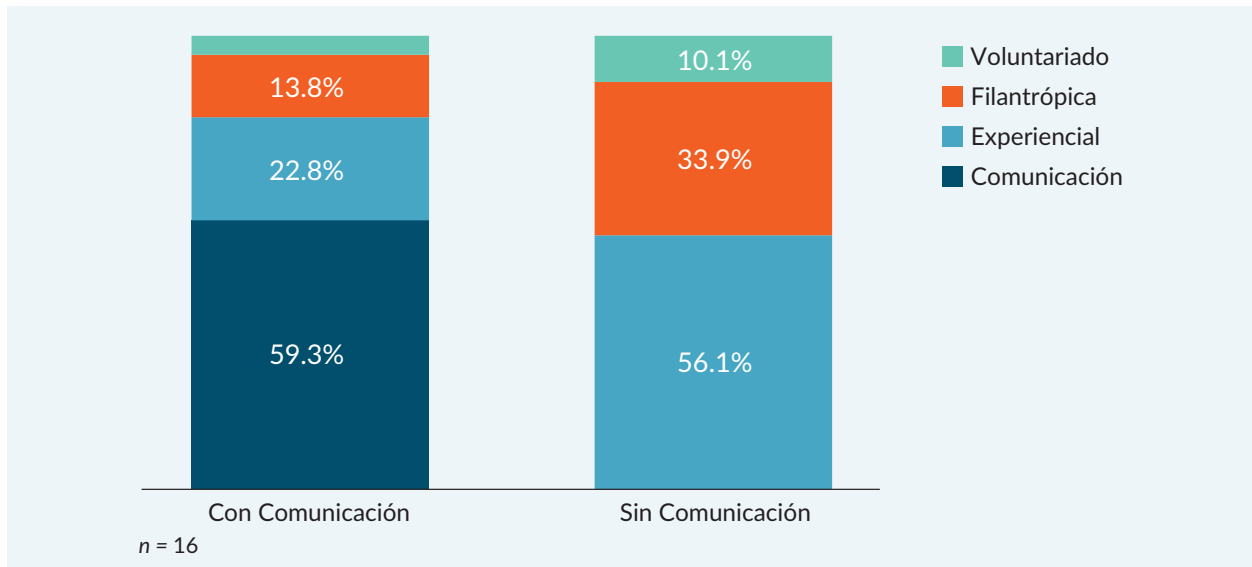


Figura 20: Concentración del Engagement por Modalidad, Europa, 2023

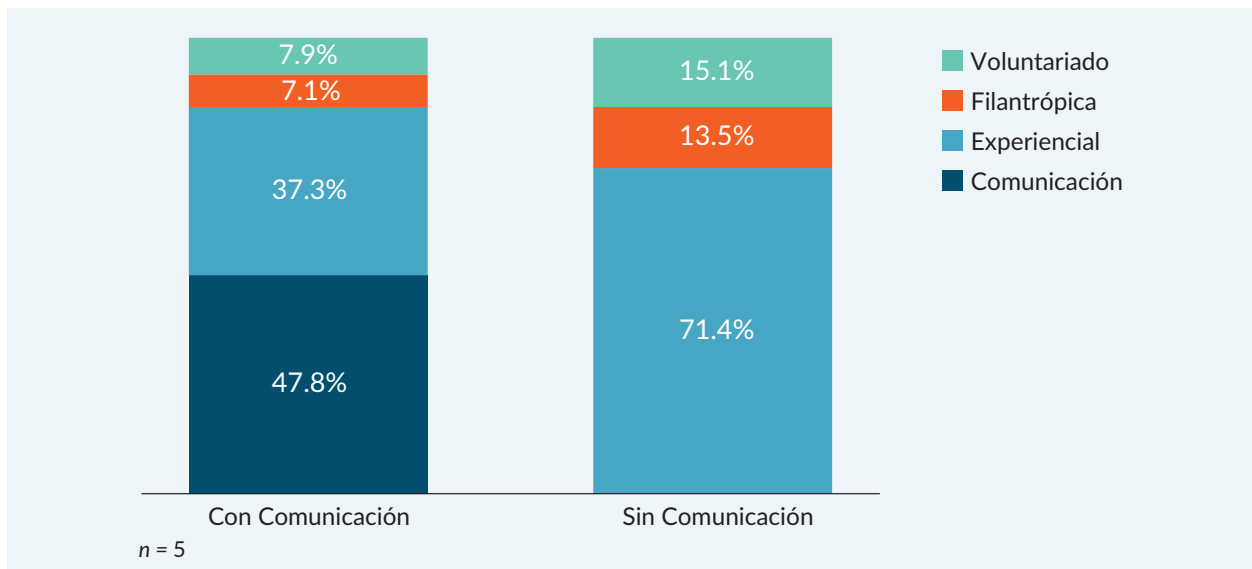


Figura 21: Concentración del Engagement por Modalidad, América Latina, 2023

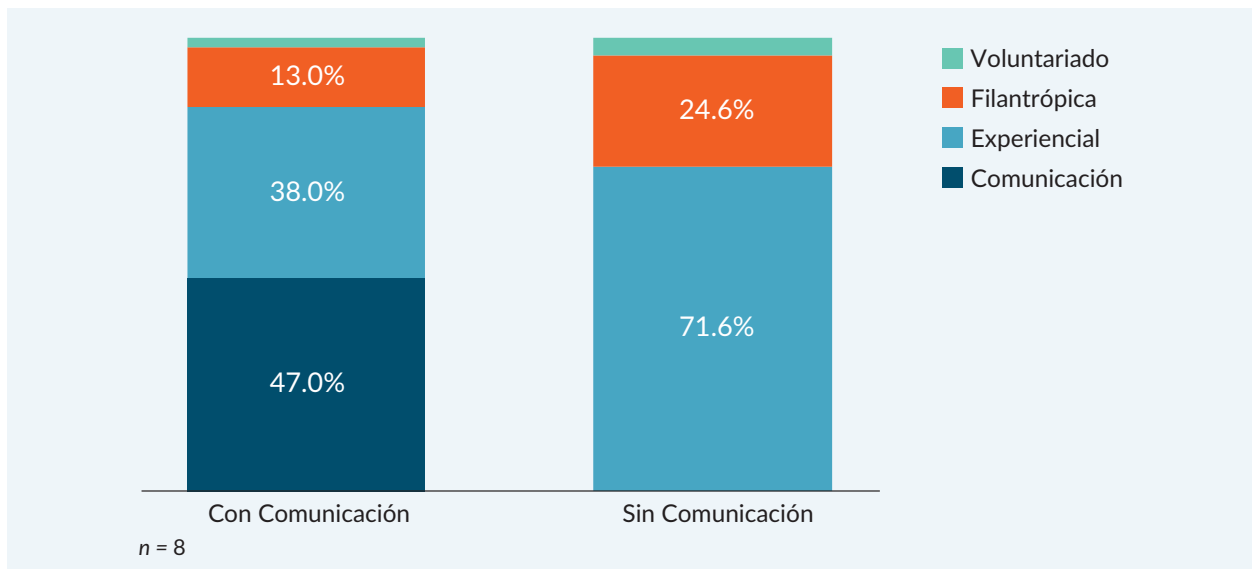


Figura 22: Concentración del Engagement por Modalidad, Reino Unido/Irlanda, 2023

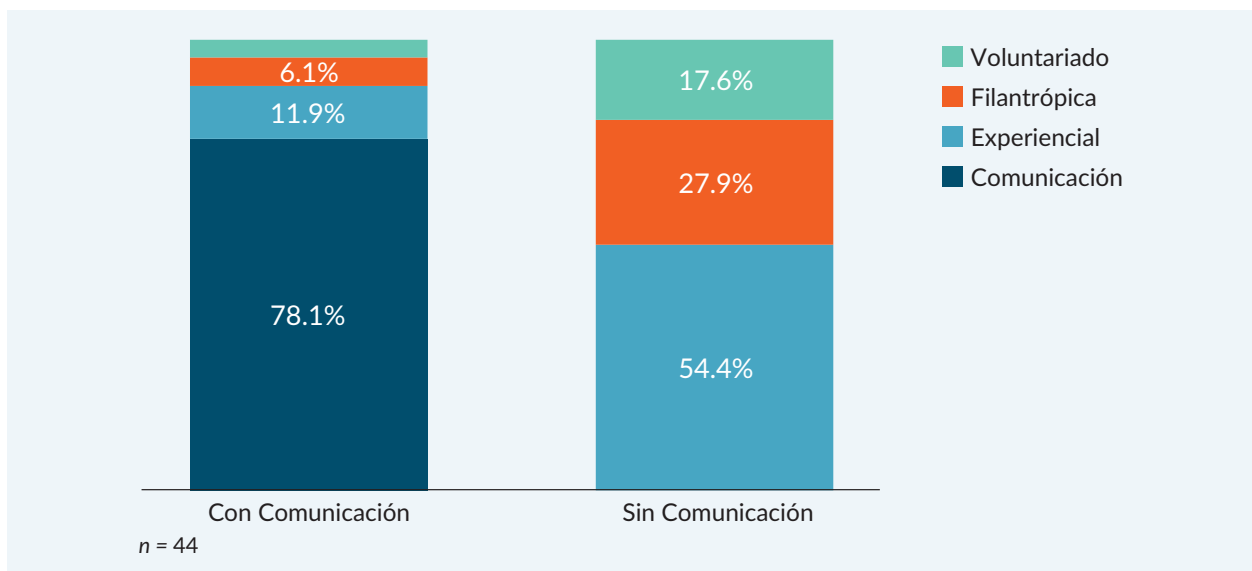
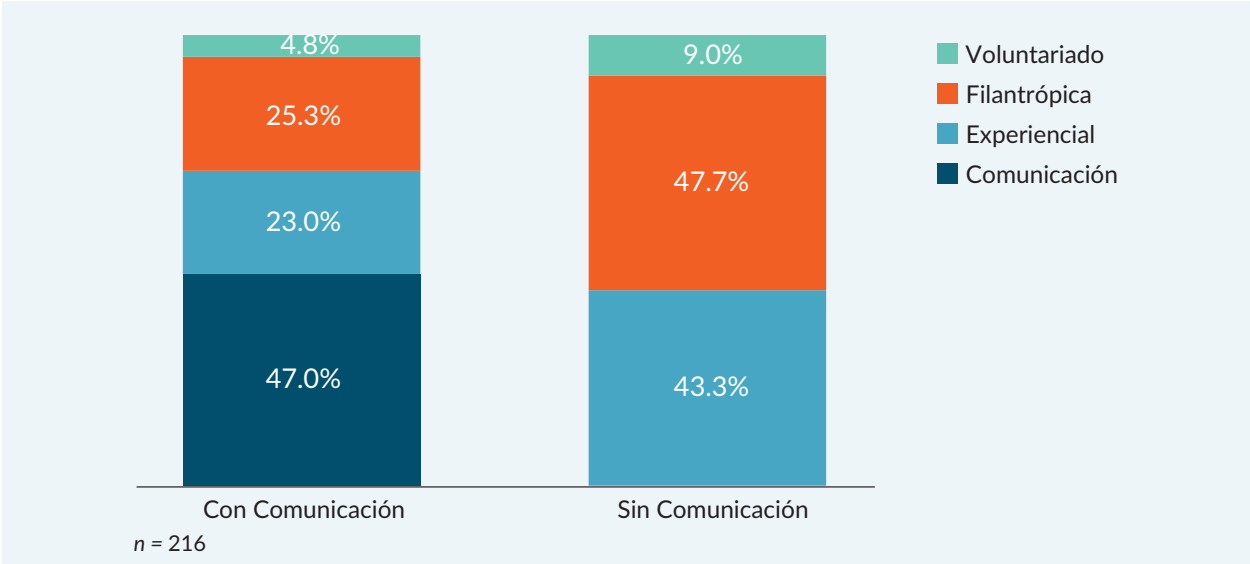


Figura 23: Concentración del Engagement por Modalidad, Estados Unidos, 2023



## COMBINACIONES DE ENGAGEMENT

La encuesta incluye una pregunta sobre combinaciones de tipos de engagement. Por ejemplo, ¿cuántos egresados que participan en la modalidad de comunicación también realizan donativos? En 2023, 190 instituciones proporcionaron datos sobre combinaciones de dos modalidades. Hay muchas otras maneras de organizar los datos detallados disponibles sobre combinaciones de modalidades. Las instituciones miembros de CASE que deseen investigar más interacciones de estas combinaciones pueden hacerlo en el portal de datos de CASE Insights<sup>SM</sup>. Las instrucciones para utilizar el portal aparecen en la página 26, y si fuera necesario, se puede solicitar capacitación.

Las figuras 24-26 resumen el porcentaje promedio de egresados “engaged” (comprometidos) en las modalidades experiencial, en comunicación o en voluntariado que también realizan donativos. Dado el reducido número de encuestados, las cifras ofrecen datos que no pueden calificarse como concluyentes.

La frecuencia del engagement filantrópico para cada característica —región, tipo de institución o control— afecta a los datos mostrados. Por ejemplo, una región con un alto porcentaje de Engagement en filantropía también tendrá un mayor porcentaje de filantropía combinada con otras modalidades.

**Figura 24: Porcentaje Promedio de Egresados “Engaged” (Comprometidos) que también donaron, por Modalidad y Región, 2023**

	No. que Respondieron	Comunicación	Experiencial	Voluntariado
Australia/Nueva Zelanda	17	2.0%	3.7%	5.0%
Canadá	10	7.3%	8.3%	13.5%
Reino Unido/Irlanda	24	4.7%	6.9%	7.7%
Estados Unidos	139	20.9%	33.2%	36.3%

**Figura 25: Porcentaje Promedio de Egresados “Engaged” (Comprometidos) que también donaron, por Modalidad y Tipo de Institución, 2023**

	No. que Respondieron	Comunicación	Experiencial	Voluntariado
Institutos Tecnológicos	3	3.3%	7.3%	6.0%
Escuelas Privadas	4	45.7%	61.0%	37.2%
Principalmente Licenciatura	13	38.2%	49.2%	51.7%
Licenciatura y Posgrado	170	15.0%	25.9%	31.4%

Nota: Ninguna Escuela Profesional brindó datos en esta pregunta.

**Figura 26: Porcentaje Promedio de Egresados “Engaged” (Comprometidos) que también donaron, por Modalidad y Control de la Institución, 2023**

	No. que Respondieron	Comunicación	Experiencial	Voluntariado
Privada	63	25.6%	34.9%	40.8%
Pública	127	12.5%	24.1%	24.2%

## Modalidades y Niveles de Confianza

### DESCRIPCIÓN DE LAS MODALIDADES

Los encuestados informan sobre el engagement en cuatro modalidades: Comunicación, Experiencial, Filantrópica y Voluntariado. Esta parte del informe aborda algunos de los retos que plantea la elaboración de reportes para cada modalidad. Cada sección sobre una modalidad comienza con un resumen de la confianza al reportar sobre dicha modalidad.

Es importante señalar que el engagement en cualquiera de las cuatro modalidades tiene valor por sí mismo, en lugar de que las otras tres modalidades sean valiosas sólo como puerta de entrada a la filantropía. De hecho, la filantropía puede no ser ni el componente más destacado ni el más útil del engagement de los egresados en algunas instituciones.

### NIVELES DE CONFIANZA

A los encuestados se les pidió que indicaran su nivel de confianza en los datos suministrados sobre cada una de las modalidades no filantrópicas. En la siguiente sección, el resumen de cada modalidad comienza con el porcentaje de encuestados que declararon cada nivel de confianza.

Los encuestados indican el grado de confianza que tienen en los datos de tres modalidades—Comunicación, Experiencial y Voluntariado—utilizando la siguiente escala:

- 1 = Confiable
- 2 = Algo confiable
- 3 = No muy confiable

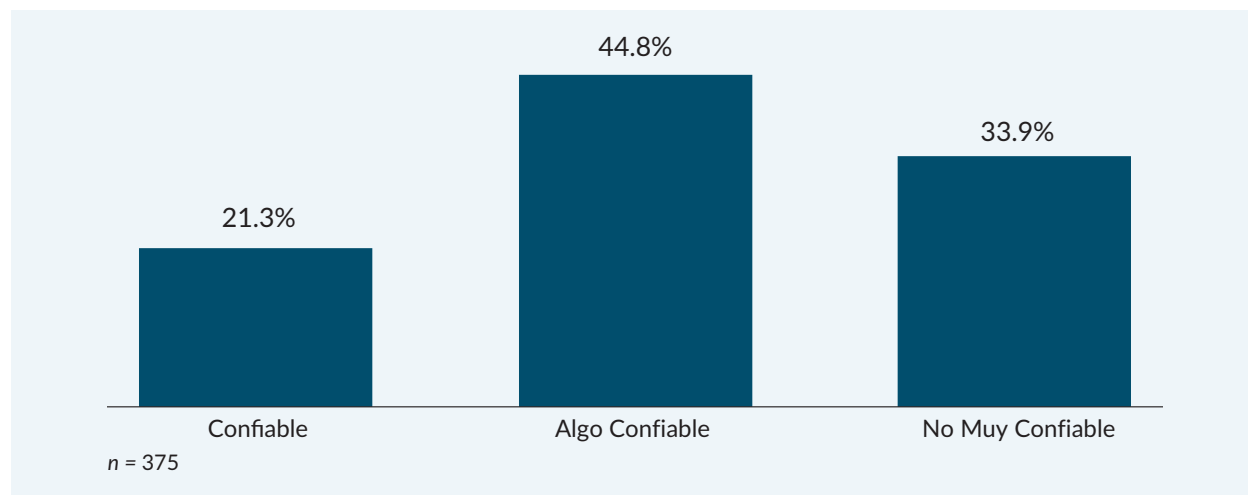
La escala pretende indicar hasta qué punto el encuestado cree que los datos son completos. No pretende reflejar hasta qué punto el encuestado está seguro de que los limitados datos proporcionados son exactos. Los datos muy precisos pero incompletos siguen siendo incompletos y merecen un 2 o un 3.

Un objetivo primordial de la encuesta, especialmente en estos primeros años, es proporcionar un mecanismo formal para identificar qué tipos de engagement faltan o no se están captando a fondo. Los niveles de confianza, si se estiman con precisión, son una forma de identificar posibles áreas de interés. Con recursos limitados —y todos los recursos son limitados— los profesionales deben identificar los objetivos necesarios y posibles de alcanzar. El personal puede seleccionar una o más áreas que están incompletas en una o más modalidades e identificar dónde es potencialmente factible hacerlas más completas, aunque sea de forma incremental. El personal puede enfocarse selectivamente en áreas que cumplan ambos criterios: necesidad y viabilidad.

La recopilación de datos sobre filantropía está bien establecida, y esperamos que estos datos sean completos. Sin embargo, incluso esa información es complicada. A los encuestados se les pide que informen tanto de los donativos de crédito blando (por reconocimiento) como de los de crédito duro. No existe una definición universalmente aceptada de crédito blando. Además, identificar cuándo una transacción es un donativo y cuando no lo es, por decir, un contrato, tiene algunos matices.

## COMUNICACIÓN

Figura 27: Niveles de Confianza Reportados en Datos de Modalidad Comunicación, 2023



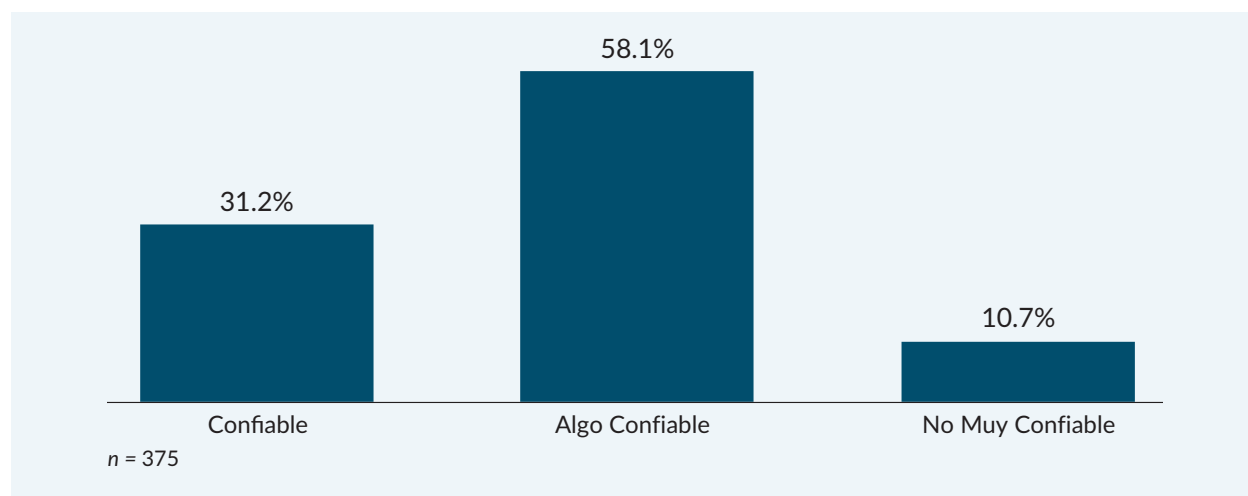
Además de los niveles de confianza reportados, la evidencia anecdótica indica que muchos encuestados no estaban seguros de qué actividades debían de reportar como Comunicación.

Por ejemplo, según los lineamientos para reportar, un factor clave para determinar si una actividad constituye un engagement de comunicación es que los egresados deben tomar acción. Por lo tanto, el envío por parte de la institución de un correo electrónico o una carta no constituye una comunicación. El destinatario debe hacer clic en el correo electrónico o responder a la carta para que esta cuente.

Una segunda área gris sobre los datos de comunicación es que la mayoría de las otras formas de engagement incluyen un componente de comunicación, lo que explica en parte el alto nivel al que se reporta el engagement de comunicación. Sin embargo, la comunicación que da lugar a un donativo, sólo debería de contabilizarse en la filantropía. El registro y la asistencia a un evento, sólo deben registrarse como engagement experiencial. (Sólo en el caso de que una persona se registre, pero no asista debe de reportarse como comunicación).

## EXPERIENCIAL

Figura 28: Niveles de Confianza Reportados en Datos de Modalidad Experiencial, 2023

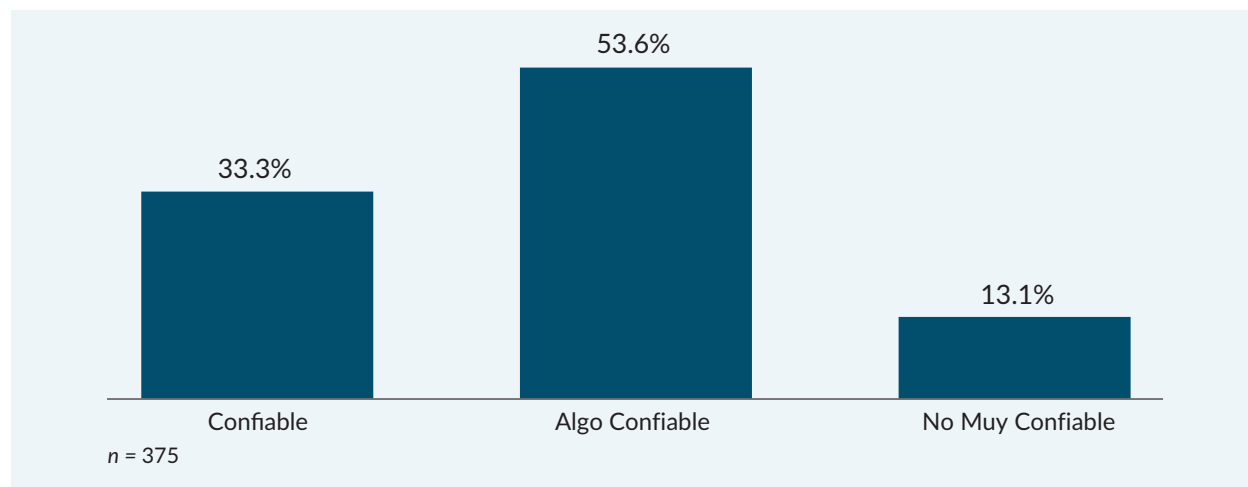


Una de las principales incertidumbres observadas en la información sobre el engagement experiencial es que los encuestados no siempre tenían acceso a registros sobre la asistencia a eventos fuera del área de Vinculación con Egresados. Por lo tanto, no

pudieron informar sobre eventos deportivos o artísticos, por citar dos ejemplos. No obstante, es importante reportar sobre lo que se sabe, aún si ese conocimiento es limitado.

## VOLUNTARIADO

Figura 29: Niveles de Confianza Reportados en Datos de Modalidad de Voluntariado, 2023



El voluntariado es menos frecuente que el engagement de comunicación o el experiencial. Dado que se trata de un acuerdo formal y no muy común, las instituciones suelen tener registros razonablemente buenos de esta actividad, aún si queda fuera del área de Vinculación con Egresados.

Algo a tomar en cuenta es que cuando los egresados se ofrecen como voluntarios para organizar o presidir un evento, incluso uno que esté fuera del área de Vinculación con Egresados, están participando en dos modalidades: el voluntariado y el experiencial. El voluntariado puede acompañar a otras modalidades.

## FILANTROPÍA

El engagement filantrópico es más fácil de rastrear que a las otras modalidades. Como se comentó anteriormente, en esta encuesta se reportan los créditos blandos (reconocimientos). Esto hace que los recuentos de donantes en la encuesta sobre el engagement de egresados sean menos uniformes que en las encuestas sobre procuración de fondos. Sin embargo, eso no significa que sean menos precisas que las transacciones con créditos duros a la hora de evaluar el engagement filantrópico.

## DATOS DE LA ENCUESTA ACERCA DE LAS MODALIDADES

Las figuras 17–23 sugieren que el engagement se concentra en diferentes modalidades, dependiendo de dónde se encuentre la institución. Para reiterar, todas las modalidades de engagement tienen valor. Algunas incluso tienen un valor monetario que no es de naturaleza caritativa y, por lo tanto, no se incluye en la modalidad filantrópica.

Por ejemplo, las siguientes formas de engagement y muchas otras tienen un gran valor para las instituciones, tanto desde el punto de vista monetario como de otro tipo, aunque ninguna se incluye en la modalidad filantrópica.

- Enviar a un hijo a la institución, lo que es valioso en sí mismo y también puede implicar el pago de la colegiatura, el alojamiento y la manutención.
- Desempeñarse como embajador de la marca.
- Abogar, representar o promocionar a la institución ante audiencias externas, como prospectos estudiantiles y asambleas legislativas.
- Proporcionar retroalimentación útil.
- Mejorar la reputación de la institución.

Si una institución o grupo de instituciones se ha centrado en cultivar el engagement de voluntariado, la comunicación o el experiencial más que el filantrópico, eso no significa que tenga menos éxito que otra que se centre en recibir donativos benéficos de los egresados.

Incluso cuando la filantropía es el principal objetivo a largo plazo de una institución, el alcance de ese engagement está relacionado con las otras modalidades de engagement. Por ejemplo, el aumento en el engagement de comunicación prepara el terreno para el engagement filantrópico. La sección anterior sobre los cohortes de graduación ilustra que la capacidad y la inclinación a donar tardan en desarrollarse. Es lógico que cuanto más comprometido esté un donante con una institución antes de alcanzar la seguridad financiera, más probable será que elija a la institución como receptora de su apoyo cuando esté en posibilidad de donar.



## Año 6: ¿Qué hay de nuevo en la Encuesta de 2024?

La pregunta opcional sobre el personal y los gastos se actualizará para el ciclo de 2024. La pregunta, tal como existe actualmente, no necesariamente recopila datos comparables de diferentes instituciones. Se ha pedido a los encuestados que reporten las aportaciones de las que es responsable su equipo de Vinculación con Egresados. Sin embargo, en algunas instituciones, muchas aportaciones, tanto de personal como presupuestarias, proceden de áreas ajenas a la función principal, y éstas no aparecerían en los datos recolectados. Por lo tanto, en 2024, la pregunta se referirá a la inversión directa e indirecta en Vinculación con Egresados.

Aunque puede ser un reto recopilar datos de fuera de tu propio departamento, la pregunta no es obligatoria. Es preferible dejarla en blanco en lugar de proporcionar datos incompletos, ya que esto conduce a un recuento insuficiente. Por ejemplo, si un evento para egresados se organiza fuera del área de Vinculación con Egresados, si la revista para

egresados se financia con recursos que no salen del área Vinculación con Egresados, o si el software esencial para la Vinculación con Egresados se suministra de forma centralizada, la inversión institucional total del área estará mal contabilizada si no se declaran esos costos indirectos.

A continuación, mostramos un modelo de la nueva versión de la pregunta. En primer lugar, las instituciones que respondan indicarán si cuentan con un responsable del área de egresados. En caso afirmativo, la primera fila se desbloquea para permitir la introducción de datos. Si se marca «no», la fila permanecerá bloqueada y no se podrán introducir datos en ella.

La segunda fila ofrece un lugar para introducir datos sobre las aportaciones que no se dirigen a un responsable del área de egresados y al equipo de esa persona. Si no hay ninguna, el encuestado deberá de poner cero. Sin embargo, suele haber aportaciones de fuera de un equipo central.

**Insumos de Vinculación con Egresados**

¿Tu Institución cuenta con un Jefe del área de Vinculación con Egresados?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
---	---

Utiliza la primera fila para informar del personal que depende y los costos que están bajo el control presupuestario del jefe de vinculación con egresados.  
Utiliza la segunda fila para informar sobre el personal que no depende y los costos que no están bajo el control presupuestario de esa persona. Incluye a las personas que trabajan para conseguir cualquiera de las metas del engagement, incluidas la procuración de fondos, las comunicaciones y la gestión de eventos, cuando el objeto de sus actividades sean los egresados.

	A. Personal de Vinculación con Egresados de Tiempo Completo	B. Sueldos del Personal de Vinculación con Egresados	C. Prestaciones del Personal de Vinculación con Egresados	D. Costo de la Tecnología empleada para Vinculación con Egresados	E. Costo de la Revista de Egresados	F. Costos que no sean Tecnología
Inversión Directa para el área de Vinculación con Egresados						
Inversión Directa para el área de Vinculación con Egresados						

Otro cambio es que se ha actualizado el software utilizado para realizar esta encuesta. Sólo ha cambiado esta pregunta. El resto de las preguntas son las mismas, pero la experiencia del usuario

mejorará enormemente. Ponte en contacto con [akaplan@case.org](mailto:akaplan@case.org) si quisieras una vista previa de la plataforma mejorada.

## Datos de la Encuesta de Engagement de Egresados a Nivel Institucional en el Portal de Datos CASE Insights<sup>SM</sup>

Los datos a nivel institucional de la Encuesta de Engagement de Egresados están disponibles exclusivamente en el portal de datos CASE Insights<sup>SM</sup>, anteriormente denominado AMAtlas Data Miner. El portal de datos es la solución en línea de CASE para la elaboración de reportes sobre métricas longitudinales y comparativas. El acceso al portal de datos es un beneficio para los miembros de CASE. Envía un correo electrónico a [aem@case.org](mailto:aem@case.org) para solicitar una cuenta de usuario. El acceso al portal también está disponible para los socios educativos de CASE y otras empresas mediante suscripción, pero los datos de Engagement de Egresados sólo son visibles para las instituciones sin fines de lucro miembros de CASE.

El portal de datos permite acceder a todas las variables de la Encuesta de Engagement de Egresados a lo largo de sus cinco años. Puedes crear y guardar tus propios grupos de instituciones para comparar o utilizar grupos de comparación creados por el equipo de CASE Insights<sup>SM</sup>. Uno de esos grupos de comparación es «Participantes en la Encuesta de Engagement de Egresados - 2023 (AEM)». Hay un grupo por cada año de encuesta.

Puedes guardar los informes que realices y descargarlos como archivos CSV. También hay informes creados por el equipo de CASE Insights<sup>SM</sup> que puedes personalizar y descargar. En la sección Reportes Recomendados de la página de inicio del portal encontrarás un informe de datos resumidos sobre esta encuesta. Dicho reporte contiene 34 variables. Los usuarios del portal de datos pueden personalizar el informe con el grupo de comparación, las instituciones y el año que deseen y descargarlo como archivo CSV.

## Descargando el Resumen de Datos de Engagement de Egresados en el Portal de Datos CASE Insights<sup>SM</sup>

El portal de datos CASE Insights<sup>SM</sup> incluye un reporte resumido de la Encuesta de Engagement de Egresados 2023. Estas son las instrucciones para descargar el informe:

- Inicia sesión en el portal en [amatlasdata.case.org](http://amatlasdata.case.org). Si aún no tienes una cuenta, ponte en contacto con el equipo de CASE Insights<sup>SM</sup> escribiendo al correo [aem@case.org](mailto:aem@case.org) o llama al +1-917-336-4023 para solicitar una cuenta.
- El reporte se encuentra en **“Reportes Recomendados”** en la página de inicio.
- Da clic en el icono amarillo **“Abrir”** para abrir el reporte de Engagement de Egresados. Puede tardar unos segundos en cargarse.
- Da clic en el botón **“Copiar”** en la parte superior derecha para crear una copia del reporte que puedes guardar y luego editar.
- Da clic en el botón **“Editar Variables”** en la parte derecha de la pantalla, verás el grupo de comparación predeterminado, las variables y el año incluidos en el reporte.
- Para cambiar el grupo de comparación, utiliza **X [Borrar]** junto al valor predeterminado para eliminarlo.
- En la parte izquierda de la pantalla, busca el grupo de comparación o las instituciones que desees incluir en el informe.\*
- Utiliza **+ [Añadir]** junto al grupo o instituciones deseados para añadirlos al reporte.\*\*
- Da clic en el botón amarillo **“Ejecutar Reporte”** situado debajo de las entradas del reporte.
- Una vez cargado el reporte, da clic en el botón amarillo **“Guardar”** para guardar la copia del reporte modificado.
- Da clic en **“Descargar”** a la derecha y selecciona **“Detalle”** para descargar el reporte como archivo CSV.
- Si necesitas ayuda, ponte en contacto con el equipo de CASE Insights<sup>SM</sup> escribiendo al correo [aem@case.org](mailto:aem@case.org) o llama al +1-917-336-4023.

\* Existen grupos de comparación preexistentes creados por el equipo de CASE Insights<sup>SM</sup>, incluido uno que cuenta con todos los resultados de la encuesta de este año. También puedes utilizar un grupo de comparación creado por ti.

\*\* Puedes añadir varias instituciones, pero sólo puedes utilizar un grupo de comparación a la vez, ya que se trata de un reporte de gran tamaño. Después de descargarlo, puedes editar las entradas y volver a ejecutar el reporte para descargarlo para un grupo y/o año diferente.

## Reportes Resumidos de Benchmarking del Engagement de Egresados en el Portal de Datos de CASE Insights<sup>SM</sup>

En la introducción de este informe se ofrecen algunos detalles sobre los informes resumidos del benchmarking sobre el engagement de egresados. Se trata de un informe personalizado gratuito que beneficia a los miembros de CASE que participan en la Encuesta de Engagement de Egresados. El informe ofrece una representación visual de las tendencias interanuales comparando su institución con un grupo de pares definidos por CASE, con todos los participantes en la encuesta de su región y con todos los participantes en la encuesta de Engagement de Egresados. Su grupo de pares se basa en una combinación de datos de la Encuesta de Engagement de Egresados y de otras fuentes. Un algoritmo selecciona las instituciones más parecidas a la suya basándose en los datos del ejercicio fiscal más reciente. Aunque estos pares no sean necesariamente su grupo de pares académicos o aspiracionales, conocer sus tendencias junto con las de aquellos que más se parecen a su institución puede proporcionarte información útil.

Para acceder al reporte resumido gratuito de benchmarking, inicia sesión en el portal de datos de CASE Insights<sup>SM</sup> en la página [amatlasdata.case.org](https://amatlasdata.case.org). Encontrarás el reporte en la sección **Reportes Descargables** de la página de inicio. Si no cuentas con un nombre de usuario escribe un correo a [aem@case.org](mailto:aem@case.org) para solicitar uno. Para más información sobre los reportes resumidos de benchmarking de engagement de egresados, así como un link a un reporte de muestra, puedes ir a <https://www.case.org/resources/case-insights-summary-benchmarking-reports>.

CASE Insights<sup>SM</sup> ofrece opciones adicionales para crear soluciones y tomar decisiones estratégicas:

- Los reportes de benchmarking estratégicos comprenden un análisis profundo utilizando datos de 20 homólogos de tu elección. Si lo deseas, el equipo de CASE Insights<sup>SM</sup> puede ayudarte a seleccionar este grupo de homólogos.
- También puedes elegir una versión de este servicio que incluye consultas por teléfono y vídeo. Esta opción incluye una sesión previa y una revisión de 60 minutos a través de ZOOM con el equipo de CASE Insights<sup>SM</sup>. También se proporcionará un resumen por escrito.
- CASE también ofrece una cohorte de benchmarking del engagement de egresados para colaborar, resolver problemas y compartir las historias que hay detrás de los datos. Las instituciones participantes reciben un reporte de benchmarking estratégico, un reporte de la cohorte y dos lugares para asistir a una reunión presencial. La participación está limitada a 20 instituciones.

Puedes ponerte en contacto con el equipo de CASE Insights<sup>SM</sup> escribiendo al correo [insightsolutions@case.org](mailto:insightsolutions@case.org) para más información de cualquiera de estas opciones.

## Instituciones Participantes por Región

La siguiente lista incluye a las instituciones que han respondido una encuesta en el momento en que se descargaron los datos para su análisis. Es posible que en el portal de datos aparezcan encuestados adicionales, por lo que CASE invita a las instituciones que deseen presentar la encuesta de 2023 pero que no alcanzaron a terminarla en las fechas establecidas,

contacten y escriban al correo [aem@case.org](mailto:aem@case.org). El personal abrirá un formulario para la introducción de datos. Asimismo, si una institución descubre errores en sus propios datos o en los de otra institución, debe enviar un correo electrónico para que estos sean corregidos.

### ASIA-PACÍFICO

International School of Beijing  
NIST International School  
Singapore Management University  
United Nations International  
School of Hanoi  
United World College of South  
East Asia

### AUSTRALIA/ NUEVA ZELANDA

Bond University  
CQUniversity Australia  
Curtin University  
Deakin University  
Edith Cowan University  
Flinders University  
Griffith University  
Hutchins School  
La Trobe University  
Massey University  
Monash University  
Royal Melbourne Institute  
of Technology  
University of Adelaide  
University of Auckland  
University of Canberra  
University of Canterbury  
University of Newcastle  
University of Otago  
University of Queensland  
University of South Australia  
University of Sydney  
University of Tasmania  
University of Western Australia  
University of Wollongong  
Victoria University  
Victoria University of Wellington

### CANADÁ

Brock University  
Concordia University  
McGill University  
McMaster University  
Mount Royal University  
Simon Fraser University  
Southern Alberta Institute  
of Technology  
St. Lawrence College  
Université de Montréal  
University of Alberta  
University of British Columbia  
University of Calgary  
University of Manitoba  
University of Regina  
University of Saskatchewan  
University of Toronto  
University of Victoria  
University of Waterloo  
York University

### EUROPA

American College of Greece  
Bocconi University  
Central European University  
European Molecular Biology  
Laboratory  
University of Helsinki

### AMÉRICA LATINA

CETYS Universidad  
Colegio Los Nogales  
Escuela Superior Politécnica  
del Litoral  
Instituto Militar de Engenharia  
Pontificia Universidad Católica  
del Perú

Pontificia Universidad Javeriana  
Universidad Anáhuac Mayab  
Universidad del Valle de Puebla  
Universidad Madero  
Universidad Panamericana,  
Ciudad de México

### REINO UNIDO E IRLANDA

Anglia Ruskin University  
Bangor University  
Brunel University London  
Cardiff University  
City, University of London  
Cranfield University  
Dublin City University  
Durham University  
Edinburgh Napier University  
Imperial College London  
Keele University  
King's College London and  
King's Health Partners  
Kingston University  
Lancaster University  
London Business School  
London School of Economics and  
Political Science  
Loughborough University  
Manchester Metropolitan University  
Newcastle University  
Royal College of Surgeons in Ireland  
Royal Holloway, University  
of London  
Swansea University  
The University of Sheffield  
The University of Warwick  
Trinity College Dublin  
Trinity Laban Conservatoire  
of Music and Dance

University College Cork  
 University College Dublin  
 University of Birmingham  
 University of Bristol  
 University of Cambridge  
 University of Cumbria  
 University of Dundee  
 University of East Anglia  
 University of Glasgow  
 University of Hull  
 University of Leeds  
 University of Lincoln  
 University of Liverpool  
 University of London  
 University of Oxford  
 University of Plymouth  
 University of Southampton  
 University of St Andrews  
 University of Surrey  
 University of York

**ESTADOS UNIDOS**

All Saints' Episcopal School  
 Alvernia University  
 American University  
 Amherst College  
 Anderson University  
 Arizona State University  
 Auburn University-Main Campus  
 Augusta University  
 Baylor University  
 Bentley University  
 Bloomsburg University of  
 Pennsylvania  
 Brown University  
 Bryant University  
 Buena Vista University  
 California Institute of Technology  
 California Lutheran University  
 California State Polytechnic  
 University-Pomona  
 California State University-  
 Bakersfield  
 California State University-  
 Long Beach  
 California State University-  
 Northridge  
 California State University-  
 San Bernardino  
 Carnegie Mellon University

Case Western Reserve University  
 Cate School  
 Catlin Gabel School  
 Central Community College  
 Central Michigan University  
 Citadel Military College of  
 South Carolina  
 Claremont McKenna College  
 Colby-Sawyer College  
 College for Creative Studies  
 College of Charleston  
 College of Saint Scholastica  
 College of Wooster  
 Collegiate School  
 Colorado College  
 Colorado State University  
 Columbia University  
 Community College of  
 Baltimore County  
 Cornell University  
 Creighton University  
 CUNY Bernard M. Baruch College  
 Cuyahoga Community  
 College District  
 Dartmouth College  
 Davidson College  
 DePaul University  
 DePauw University  
 Dickinson College  
 Doane University  
 Drake University  
 Drexel University  
 Duke University  
 Duquesne University  
 Earlham College  
 East Tennessee State University  
 Elmhurst University  
 Emory University  
 Emporia State University  
 Episcopal High School  
 Ferris State University  
 Flint Hill School  
 Florida Polytechnic University  
 Florida SouthWestern State College  
 Florida State University  
 Fort Hays State University  
 Franklin College  
 Fuller Theological Seminary  
 Furman University  
 George Washington University

Georgetown University  
 Georgia Institute of Technology-  
 Main Campus  
 Gettysburg College  
 Gonzaga University  
 Harvard University  
 Harvey Mudd College  
 Haverford School  
 Hobart and William Smith Colleges  
 Hollins University  
 Howard University  
 Indiana University  
 Iowa State University  
 Ithaca College  
 Jacksonville University  
 Johns Hopkins University  
 Kennesaw State University  
 Kenyon College  
 Kirkwood Community College  
 Kutztown University of Pennsylvania  
 Lafayette College  
 Lehigh University  
 Lock Haven University  
 Loyola University Chicago  
 Lycoming College  
 Macalester College  
 Manchester University  
 Marian University  
 Marquette University  
 Maryville College  
 Massachusetts Institute  
 of Technology  
 McCallie School  
 Metropolitan State University  
 Metropolitan State University  
 of Denver  
 Michigan State University  
 Monmouth University  
 Montclair State University  
 Mount Holyoke College  
 Muhlenberg College  
 Neumann University  
 New York University  
 North Carolina State University  
 Northeast Ohio Medical University  
 Northeastern University  
 Northern Arizona University  
 Northwest College  
 Northwestern Michigan College  
 Northwestern University

Nueva School	Texas Christian University	University of Nebraska Omaha
Ohio State University	Texas State University	University of Nebraska-Lincoln
Ohio University	The University of Tennessee	University of North Carolina at Charlotte
Oklahoma State University- Main Campus	Southern	University of North Carolina School of the Arts
Oregon State University	Tiffin University	University of North Carolina Wilmington
Pacific University	Trinity College	University of North Texas
Peddie School	Trinity School	University of North Texas at Dallas
Pomona College	Trinity University	University of Northern Colorado
Portland State University	Trinity Valley School	University of Northern Iowa
Pratt Institute	Tufts University	University of Oregon
Purdue University	Tulane University of Louisiana	University of Pittsburgh-Pittsburgh Campus
Reed College	Tyler Junior College	University of Rhode Island
Rhodes College	United States Military Academy	University of Richmond
Rice University	University at Buffalo	University of Rochester
Rider University	University of Arkansas	University of San Diego
Ringling College of Art and Design	University of California-Berkeley	University of San Francisco
Ripon College	University of California-Davis	University of South Carolina
Rochester Institute of Technology	University of California-Irvine	University of South Florida System
Rollins College	University of California-Los Angeles	University of St. Thomas
Rowan University	University of California-Merced	University of Tennessee
Rutgers University	University of California-Riverside	University of Tennessee at Chattanooga
Saint Joseph's University	University of California-Santa Cruz	University of Tennessee Health Science Center
San Diego State University	University of Central Florida	University of Tennessee-Martin
San Jose State University	University of Chicago	University of Texas at Arlington
Santa Clara University	University of Colorado at Boulder	University of Texas at Austin
Seattle University	University of Connecticut	University of Texas at El Paso
Seton Hall University	University of Dayton	University of Texas at San Antonio
ShIPLEY School	University of Delaware	University of Texas Health Science Center at Houston
Sidwell Friends School	University of Denver	University of Texas Health Science Center at San Antonio
Smith College	University of Georgia	University of the Pacific
Southern Adventist University	University of Hawaii System	University of Utah
Southern Illinois University Edwardsville	University of Health Sciences and Pharmacy in St. Louis	University of Virginia-Main Campus
Southern New Hampshire University	University of Houston	University of Washington
Spelman College	University of Illinois at Chicago	University of West Georgia
St. Anne's-Belfield School	University of Illinois at Springfield	University of Wisconsin-Stevens Point
St. Edward's University	University of Illinois at Urbana-Champaign	Ursinus College
St. John Fisher University	University of Iowa	Ursuline Academy of Dallas
St. John's College	University of Kentucky	Utah State University
Stevens Institute of Technology	University of Louisiana at Lafayette	Valparaiso University
Suffolk University	University of Massachusetts-Boston	Vanderbilt University
SUNY Binghamton University	University of Michigan	Virginia Commonwealth University
SUNY Cortland	University of Michigan-Dearborn	
SUNY College of Technology at Alfred	University of Michigan-Flint	
Susquehanna University	University of Minnesota-Twin Cities	
Syracuse University	University of Nebraska	
Taylor University	University of Nebraska at Kearney	
Temple University	University of Nebraska Medical Center	

Virginia Polytechnic Institute and  
State University  
Volunteer State Community College  
Wake Forest University  
Washburn University  
Washington and Lee University  
Washington University in St. Louis  
Webb Schools  
West Chester University of  
Pennsylvania  
Western Carolina University  
Western Washington University  
Williamson College of the Trades  
Wright State University-  
Main Campus  
Yale University  
York College of Pennsylvania

## Nota Final

1. McCarthy, Kathleen D., Hodgkinson, Virginia A., Sumariwalla, Russy D. et al., *The Nonprofit Sector in the Global Community: Voices from Many Nations*. (Washington, D.C.: Independent Sector, 1992), p. XIV.



CASE es la organización para los profesionales del Avance Institucional de instituciones educativas sin fines de lucro e instituciones relacionadas con la educación. Inspira, desafía y equipa a las instituciones para perseguir el éxito de manera efectiva y ética. CASE define las competencias y estándares para la profesión del Avance Institucional y promueve su difusión y aplicación a través de su red de más de 97,000 profesionales del Avance Institucional en 3,100 instituciones miembro.

Amplias y crecientes comunidades de profesionales se reúnen bajo el paraguas global de CASE. Actualmente, la red CASE incluye a profesionales que trabajan en vinculación con egresados, servicios de Avance Institucional, comunicación, procuración de fondos, relaciones gubernamentales y mercadotecnia. Estos profesionales se encuentran en diferentes etapas de sus carreras y pueden trabajar en universidades, escuelas, instituciones tecnológicas, culturales u otras organizaciones sin fines de lucro. Además de la experiencia de su personal, CASE utiliza el capital intelectual y el talento profesional de una comunidad de voluntarios internacionales para impulsar su labor. Entre sus miembros también se encuentran numerosos socios educativos que colaboran estrechamente con el sector educativo, lo que enriquece aún más la experiencia CASE.

Como líder mundial ofreciendo datos sobre los resultados del Avance Institucional proporcionados por su división CASE Insights<sup>SM</sup>, CASE ayuda a los profesionales del sector educativo a alcanzar sus objetivos tomando decisiones basadas en datos. CASE proporciona datos de referencia o benchmarking detallados que permiten a las instituciones tecnológicas, universidades y escuelas privadas compararse con instituciones homólogas o a las que aspiran, así como consigo mismas a lo largo del tiempo. Además, CASE publica reportes de investigación sobre asuntos emergentes e información resumida relacionada con el avance institucional.

Con sede en Washington, D.C., CASE trabaja a lo largo de los seis continentes desde sus oficinas regionales de Londres, Singapur y Ciudad de México para lograr una experiencia continua para sus miembros, voluntarios y personal.

