

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL 2001-2006
“Movilización por la Excelencia”

M E M O R Í A

LA MEJOR PRÁCTICA PRIMER ENCUENTRO NACIONAL DE
EGRESADOS
“Noviembre 29 de 2003”

Bogotá, Junio de 2004

**PARTICIPAN EN LA SÍNTESIS
DE LA MEJOR PRÁCTICA**

**Barrancabermeja
Bucaramanga
Bogotá
Cali
Espinal
Ibagué
Medellín
Montería
Neiva
Pasto
Popayán
Quibdo
Santa Marta
Villavicencio**

**Analistas
Colombia Pérez Muñoz
Carlos Luis Santos C.
Olga Lucia Torres S.**

**Dirección de Planeación Nacional
*“Integración para el Desarrollo”***

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	4
1. OBJETIVOS DEL ENCUENTRO.....	6
2. JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES POR LAS CUALES ESTA EXPERIENCIA DEBE SER RECONOCIDA Y DIFUNDIDA.....	7
3. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO A PARTIR DEL CUAL SE DISEÑO ESTE PROYECTO.....	8
4. DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA.....	10
5. DESCRIPCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA.....	14
6. RESULTADOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.....	16
7. SUGERENCIAS PARA NUEVOS ENCUENTROS.....	18
8. SUGERENCIAS AL FORMATO DE EVALUACIÓN DEL ENCUENTRO.....	19
9. METAS E INDICADORES PARA EL RENDIMIENTO DE CUENTAS Y TRANSPARENCIA DEL PROYECTO.....	19
9.1 METAS DEL EQUIPO DE TRABAJO.....	19
9.2 INDICADORES BASE DEL ENCUENTRO.....	20
9.2.1 INDICADORES GENERALES.....	21
9.2.2 INDICADORES POR ESTRATOS.....	25
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	44

INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de hacer un balance sobre el logro de los objetivos trazados para el Primer Encuentro Nacional de Egresados convocado para el 29 de noviembre del 2003, la Dirección de Planeación Nacional a continuación destaca los indicadores más sobresalientes y con base en ello se formulan algunas recomendaciones para que futuros encuentros de esta clase obtengan mayor éxito.

Utilizamos la metodología de divulgar “Las mejores prácticas” en un formato estándar que permita hacer comparaciones entre las sedes, aprender de las mejores experiencias, evaluar resultados y generar metas y objetivos para futuros encuentros acordes con nuestro desarrollo institucional.

Vale resaltar que de un total de 51.099 egresados de los diferentes programas académicos en las diferentes sedes de la universidad el 63,31% correspondiente a 32.351 egresados cuentan con datos registrados en una base de datos de los cuales 18.013 pudieron ser ubicados, esto debido a que la información registrada en las bases de datos muchas veces resulto ser desactualizada. De los 51.099 egresados asistieron al encuentro 3.331 equivalentes al 6.51%.

El gasto del encuentro ascendió a \$122.834.000 de pesos registrándose un gasto promedio a nivel nacional por egresado de \$36.876, destacándose que del total de gasto el 43,2% equivalente a \$53.085.000 fué financiado por fuentes externas a la universidad obtenidas por la gestión de las sedes de Medellín, Santa Marta, Espinal, Cali, Bucaramanga, Bogotá y Popayán.

El gasto total se distribuyó de la siguiente manera: El 22,62% correspondiente a \$27.779.000 se destinó para premios; el 27,41% equivalente a \$33.669.000 en recordatorios y con el saldo correspondiente al 49,97% restante, es decir \$61.386.000 se canceló los compromisos relacionados con logística.

En cuanto a la encuesta que debían diligenciar los egresados se obtuvo un cubrimiento del 88,60% correspondiente a 2.951 participantes.

En el 2004 tenemos el compromiso de realizar en 2º Encuentro Nacional de Egresados, se espera que la reflexión generada por los aportes de las sedes, la cual se sintetiza en el presente documento, sea el referente obligatorio para lograr las metas y superar las expectativas que nos proponemos para el encuentro. Al colocar en paralelo los resultados y aportes de las sedes comparamos no para competir, sino para complementar el proceso de aprendizaje institucional, el ejercicio da cuenta de nuestra diversidad, de la pluralidad de nuestras perspectivas, pero también de la identidad posible al interior de nuestro Proyecto Educativo Institucional.

Mayor cobertura, información confiable, planeación anticipada, evaluación y control de calidad permanentes, vinculación activa de nuestros egresados al proceso de movilización por la excelencia son algunos de los retos para este año y en ello será clave la ***integración para el Desarrollo.***

COLOMBIA PÉREZ MUÑOZ
Directora de Planeación Nacional
Integración para el Desarrollo

LA MEJOR PRÁCTICA 1er ENCUENTRO NACIONAL DE EGRESADOS

La Universidad Cooperativa de Colombia en sus 45 años de historia puede contar entre sus logros el tener más de 50.000 egresados que han realizado sus estudios en alguna de sus sedes en Colombia. En la actualidad la Universidad a través de su Plan Estratégico Nacional 2001-2006 “*Mobilización por la Excelencia*” busca lograr el fortalecimiento de una institución nacional, descentralizada y abierta al mundo, que viene realizando un intenso trabajo en los procesos de autoevaluación institucional para el logro de estándares de calidad y acreditación.

Con el fin de reestablecer vínculos con quienes han pasado por las aulas de la institución se convocó al Primer Encuentro Nacional de Egresados, que se realizó de forma simultánea en todo el país el 29 de noviembre del 2003.

1. OBJETIVOS DEL ENCUENTRO

- a. Actualizar bases de datos de egresados.
- b. Vincular a los egresados en la construcción participativa del Proyecto Educativo Institucional y el Plan Estratégico Nacional 2001-2006 “*Mobilización por la Excelencia*”.
- c. Vincular a los egresados en los procesos de autoevaluación institucional para el logro de estándares de calidad y acreditación.
- d. Promocionar alternativas de educación virtual, educación continuada y postgrados.
- e. Presentar el proyecto de empleo en línea como una oportunidad laboral para los egresados.
- f. Actualizar a los egresados en temas de interés profesional.

2. JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES POR LAS CUALES ESTA EXPERIENCIA DEBE SER RECONOCIDA Y DIFUNDIDA

FRASES FUERZA¹

- Es una obligación de acuerdo a las necesidades del CNA el hacer seguimiento institucional a los egresados.
- Es una necesidad el saber en donde se desempeñan profesionalmente nuestros egresados.
- Ayudó a detectar necesidades de capacitación específicas enfocadas a seminarios, especializaciones y maestrías que garanticen la calidad del egresado y le permita ir de la mano con el dinámico y acelerado cambio del mercado profesional que exige el mundo de hoy.
- Era necesario crear las redes de comunicación con los egresados.
- Permitió que los egresados se vincularan nuevamente a la Universidad y conocer de esta manera sus inquietudes y sugerencias.
- Generó un espíritu de compañerismo a nivel interdisciplinario.
- Creó la simiente para la organización de la Asociación de Egresados.
- En el Nivel local, o de la unidad, la programación variada, la vinculación de toda la comunidad en el proceso y la cimentación de la asociación de egresados determinan la razón por la cual debe ser difundida y replicada la experiencia.
- Invitó a los egresados a vincularse en la construcción del PEI y del PEN
- Permitió conocer iniciativas para Postgrados y para educación continuada.
- A nivel nacional es impresionante la logística que simultáneamente manejaron las sedes de la Universidad Cooperativa de Colombia en todo el país para llevar a cabo el encuentro y es necesario reconocer la necesidad de replica del mismo, de manera simultánea, y con una asignación presupuestal determinada desde el inicio del año.
- Fué un encuentro en el que se combinaron el aspecto institucional (PEI, PEN, Servicios), la academia (conferencia) y la lúdica (presentaciones artísticas), vinculando a los egresados y haciéndolos sentir que aun son parte de la universidad.
- La UCC a nivel nacional se encuentra presentando sus Condiciones Mínimas de Calidad y es necesario definir políticas y estrategias nacionales y regionales de seguimiento a egresados; éste tipo de encuentros facilitan el acercamiento entre el egresado y la institución y en consecuencia el diseño de nuevas políticas y estrategias.
- El publicar el encuentro nos concede un mayor posicionamiento no solo a nivel regional sino a nivel nacional que es aún más relevante. Éste tipo de publicidad permite que las personas conozcan la trayectoria y solidez de la institución de lo cual son reflejo en el medio los egresados. Adicionalmente, permite fidelizar a nuestros clientes, y facilita la difusión de los programas de extensión.
- Es importante para cualquier persona que la institución lo vincule a las actividades que se realizan, aún cuando no se asista queda la satisfacción al reconocer que no se ha roto el vínculo, esto genera sentimientos de alegría y compromiso por parte de los egresados, y es lo que reflejarán al medio.

¹ Las Frases Fuerza, surgen de los informes presentados por las sedes. Aunque a veces podrían considerarse reiterativas, aportan un universo lingüístico amplio para una misma realidad lo cual refuerza y amplía horizontes de conocimiento.

- Estableció vínculos de interacción con los egresados que facilitan una comunicación constante para el aporte a los procesos de formación y asesoría, orientación, actualización, investigación, midiendo así el impacto de la formación que la universidad esta ofreciendo.
- Permitted socializar la información sobre los programas de extensión y actualización permanente para el fortalecimiento del rol del egresado en su campo profesional.
- Desarrolló mayor capacidad de evaluación autocrítica al interior de la institución como mecanismo de mejoramiento del sistema de educación superior.
- Permitted la actualización de la base de datos para una ubicación posterior más efectiva.
- Permitted el fortalecimiento del estándar de calidad No. 13 denominado “políticas y estrategias de seguimiento a los egresados”.
- Facilitó el encuentro de experiencias, promovió la universidad a nivel nacional, permitió ampliar el conocimiento mediante las conferencias.
- En el confluyeron dos entes de gran impacto dentro de la sociedad: los egresados como profesionales cabeza de entidades, procesos, etc y el alma mater como generadora de conocimiento y formadora de individuos capaces de proponer y desarrollar cambios.
- No somos distantes, somos diferentes y este encuentro fue la oportunidad de agruparnos, mostrar nuestra grandeza y contribuir por un país con mayores oportunidades.
- Permitted que se dieran las condiciones para la conformación de la asociación de egresados.
- Se establecieron vínculos de comunicación entre los egresados y la Institución
- Se abre la posibilidad de constituir asociaciones de Economía Solidaria o grupos de trabajos solidarios entre las personas que conforman la asociación de egresados.
- Facilitó el encuentro de experiencias.
- Sirve como escenario para establecer cooperación entre egresados de excelente posicionamiento y de aquellos que lo necesitan.
- Las conferencias especializadas complementaron el conocimiento de los egresados.

3. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO A PARTIR DEL CUAL SE DISEÑO ESTE PROYECTO

FRASES FUERZA

- Las directrices impuestas por los estándares del CNA, los estándares mínimos de calidad y la planeación a partir del PEN, hablan de un trabajo de extensión con los egresados que deberá concluir con la información necesaria para construir los indicadores de gestión que orientaran nuestro trabajo.
- La necesidad institucional de consolidarnos en los mercados de la región y del país nos obliga a responder de manera efectiva a la exigencia de nuestros egresados para estar en nivel de competencia profesional, mediante el ofrecimiento de especializaciones y maestrías.

- La base de datos de la Universidad Cooperativa de Colombia seccional Medellín, cuenta con más de 13 mil datos, totalmente dispersos, sin seguimiento ni sistematización de los datos. Los medios de comunicación elaborados desde el interior de la institución no cuentan con la estructura ni la financiación para cubrir a toda la población egresada. La comunidad electrónica es incipiente y posterior al egreso de los estudiantes lo que obstaculiza la conformación de la misma sin un trabajo de mercadeo y publicidad complementario. El perfil profesional de los estudiantes ha sido golpeado por malas informaciones generadas por emisores aun no claramente establecidos, lo que representa para la universidad una amenaza que debe trabajar directamente con los estudiantes entregándoles un valor agregado al ser egresado.
- Una de las problemáticas de las universidades colombianas ha sido la de vincular el egresado a los procesos de construcción y consolidación académica de la Universidad. Por ello, el gobierno nacional ha expedido normas que promuevan la relación entre los agentes y discursos, permitiendo interlocutar con la experiencia viva del egresado en el medio y su impacto logrado en él.
- De acuerdo al análisis de los Decretos de estándares de calidad y créditos académicos se detectaron falencias en materia curricular, investigativa y de proyección social, las cuales venían siendo concebidas de una manera atomizada y estática; contrario a las disposiciones legales que en ella propende la formación del profesional en las diferentes áreas del conocimiento, con la participación del egresado en la construcción curricular, académica y administrativa de la UCC.
- La comunidad educativa institucional esta integrada por los estudiantes, los docentes, el personal administrativo, el personal directivo, la comunidad cercana a la Universidad y los egresados de la Universidad. Es fundamental que la institución mantenga un contacto permanente y directo con cada uno de sus egresados ya que estos son la imagen de la misma. Saber donde están. El saber en que lugares son más aceptados los profesionales de la universidad. Saber que hacen, es conocer la efectividad del programa que estudiaron. Saber como se sienten, es saber cuales son sus fortalezas y cuales sus debilidades, es un evaluador del currículo y de la calidad académica. Conocer a su familia su entorno es prepararse para un nuevo mercado, para engrandecer la familia de la Universidad Cooperativa de Colombia. Poder contactarlos es tener cerca futuros clientes para programas de formación continuada, cursos y talleres libres, actividades institucionales y postgrados, clientes que ya conocen la institución, que han vivido en ella, que quieren regresar a su casa. Siendo coherentes con nuestro slogan “esta es tu casa”, debemos recordarle a los egresados que de vez en cuando es bueno volver a casa.
- El seguimiento a egresados es mínimo, los esfuerzos se han hecho de manera desordenada y la mayoría de los datos son insuficientes, erróneos o están desactualizados, En cumplimiento del acuerdo 011 Bienestar Institucional ha buscado recolectar la información de los ex alumnos, conformar la asociación de egresados y vincular a los mismos de las actividades lúdicas, de formación, académicas y de promoción organizadas por la dependencia, sin embargo el escaso contacto con nuestros egresados dificulta tal objetivo, por ello es importante convocarlos a una reunión en la que puedan

encontrarse con sus compañeros, recordar su vida universitaria, contar sus historias y ver como esta su casa, nuestra universidad.

- El proyecto surge en la necesidad de promover la organización de la asociación de egresados y como estrategia para cumplir con las condiciones mínimas de calidad.
- Ante la falta de participación de los egresados en los procesos y programas propuestos por la universidad surge la propuesta de vincularlos mediante estrategias que incentiven su interés por saber de la universidad, es así como surge la convocatoria nacional al primer encuentro nacional de egresados.
- Contar con la información de los graduados recientemente facilita el establecimiento de contactos con los mismos para la realización del encuentro programado a nivel nacional. Existe por parte de los asistentes el conocimiento de la conformación de la Asociación de Egresados, con tres (3) representantes provisionales, lo cual es tomado como antecedente al primer Encuentro Nacional de Egresados
- En el proceso de preparación de estándares se había comenzado a contactar algunos de ellos pero no de manera representativa sobretodo en aquellos programas con mayor tradición. Por su parte la Asociación de Egresados que existe desde hace veinte años, durante el 2003 con el apoyo de la Dirección Seccional inició un plan de reactivación con la oferta de educación continuada en condiciones muy favorables. La necesidad de contar con una amplia base de egresados para determinar el impacto de su formación en el medio, retroalimentar los planes de estudio y ofrecerles los servicios de la Universidad, coincidió con la iniciativa de las directivas nacionales de convocar al encuentro de egresados en simultánea nacional.

4. DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA DE LA EXPERIENCIA QUE SE PRESENTA COMO MEJOR PRÁCTICA (Convocatoria, Desarrollo, Evaluación)

FRASES FUERZA

- La metodología que utilizamos fue por convocatoria, se hizo una masiva publicidad por radio y el canal regional, se promocionó por medio visual a través de afiches y volantes, colocados en sitios estratégicos de nuestra ciudad y municipios aledaños y además de esto se hizo la invitación y confirmación telefónicamente.
- Se establecieron los objetivos trazados con las directrices señaladas por Bogotá, se elaboraron los planes por responsables (Comunicaciones, Dirección Académica y Administrativa, facultades), se estructuró un call center de emergencia con practicantes de los colegios de la Universidad, se recopilaron las carpetas para obtener los datos de los egresados, la actualización de datos se realizó confrontando con la información de la llamada telefónica, se digitaron los datos aún no ingresados en sistema, se realizó la preinscripción vía telefónica, al momento de confrontar los datos, se comercializó con el

sector privado los premios a ser entregados, se ordenó paulatinamente los souvenir y los materiales necesarios para el encuentro en la medida en que se aseguraba el dinero para su respaldo por parte de un patrocinador, se planeó la feria alterna en reuniones con las facultades, se elaboró el material impreso, se realizaron pruebas de lo planeado en el lugar del encuentro (coliseo), se ordenó la logística de los stand comerciales y los puntos de atención de la feria alterna (energía, líneas de internet, cableado, teléfono, etc), se compró la póliza de vida del encuentro (aseguradora), se entregaron los materiales a cada facultad y dependencia (impresos, camisetas, souvenir, etc), se realizó la recepción con puntos de inscripción inmediata sistematizada y por último se ejecutó el encuentro.

- Para dar inicio al proceso se realizó una autoevaluación y seguimiento al egresado por parte de cada uno de los programas académicos que ofrece la institución, el cual arrojó como resultado la actualización de la base de datos, el apoyo en la construcción académica y curricular y la comunicación y evaluación de los mismos al programa con respecto a la calidad académica. Esto generó estrategias para mejorar las debilidades y consolidar las fortalezas, en las diferentes áreas del conocimiento.
- Para la convocatoria se recogió la base de datos de cada programa para conocerlos mediante tarjeta de invitación, se utilizaron los medios de comunicación masiva, como la prensa y la radio para hacer invitaciones generales y se ratificó la convocatoria a través de llamadas telefónicas.

Para el desarrollo del encuentro se constituyó un equipo de trabajo institucional con la participación de los estamentos universitarios. Este equipo se encargó de la recepción, inscripción y organización de los eventos académicos y sociales.

Para la evaluación se realizó un reportaje en vídeo con representantes de cada uno de los programas académicos, el coordinador y los docentes recogieron las inquietudes y apreciaciones del encuentro firmadas por los asistentes.

- La dirección de Bienestar Institucional diseño el programa con base en las expectativas internas y el modelo entregado por la Universidad, seguidamente se delegó la responsabilidad de la convocatoria a cada una de las facultades, ya que para el ex alumno es mas grato que lo llame alguien que recuerda o de su facultad a que lo llame un funcionario de Bienestar, simultáneamente se hizo la invitación por los medios de comunicación, radio principalmente.

En el desarrollo del encuentro, se recibió a los egresados en mesas por facultades donde se les entrego su identificación y la hoja de vida de egresados para ser diligenciada. Se dió inicio con un acto protocolario, seguidamente se presentaron los avances institucionales (PEI, PEN, servicios de postgrados y Bienestar institucional), a continuación se realizó la conferencia “Papel del profesional en la Sociedad del Conocimiento” por el Dr. Norman Estupiñán y finalmente se efectuó un brindis que abrió la actividad cultural y la entrega de regalos por medio de rifa.

En cuanto a la evaluación, esta se realizó de acuerdo a los indicadores creados para la actividad y entregados previamente a las facultades.

- Convocatoria agresiva, publicidad en los medios periodísticos, radio y televisión, elaboración de afiches y plegables y se estableció una agenda de trabajo equilibrada en donde el egresado recogió información puntual con líneas de estrategia muy profesional.
- Desde la oficina de Comunicaciones y Mercadeo se convocó a los egresados a través del envío de 600 cartas, correo electrónico, 2 avisos de prensa y 3 pasacalles ubicados 15 días antes del encuentro, confirmando esta oficina la participación en el encuentro de 130 egresados.

Durante el encuentro se hizo la presentación del PEN, se ofreció la conferencia “Gestión empresarial”, se realizaron plenarias por programa sobre acreditación, en entregó la encuesta de actualización de datos y con ella los asistentes participaron en las rifas. Para el cierre se llevó a cabo un paseo en chiva que permitió la integración de los egresados.

- Partiendo del análisis de la base de datos se enviaron 1.147 cartas de invitación al encuentro 914 fueron efectivas, para fortalecer este trabajo la Oficina de Bienestar de manera simultánea se llevaron a cabo contactos telefónicos con 1.906 egresados para confirmar de esta manera su asistencia, se elaboró el informe estadístico del quinquenio, se llevó a cabo la transmisión de 3 cuñas radiales diarias por un total de 7 días, pauta en diario de circulación local con mayor circulación, se ubicaron 50 afiches y un pasacalles y se coordinó la presentación por parte de algunos egresados de ponencias sobre temas de interés general.

El encuentro se inició con la inscripción y la correspondiente entrega de escarapelas y actualización por parte de cada egresado de su hoja de vida (un total de 162). Se entregaron las camisetitas y lapiceros a los participantes. Se presentaron los videos institucionales del Dr. Cesar Pérez García y del Dr. Juan Carlos Pérez Soto, seguido de la bienvenida por parte del director de la sede a los egresados.

Se hizo la presentación del PEN, se llevó a cabo la conferencia “Investigación y Desarrollo Humano”, la conformación de la asociación de egresados y la realización de actividades culturales como un concierto de música instrumental y la presentación del grupo de la danzas de la UCC acompañadas de rifas.

Se ubicaron además un stand donde se daba a conocer el portal web nacional de la UCC, una exposición de fotografía con los momentos históricos de la universidad en los últimos 9 años, se presentaron videos de los eventos especiales y se realizaron entrevistas a los egresados para conocer su opinión con respecto al encuentro.

- Por medio de llamadas telefónicas y de publicidad en radio, prensa y t.v., se motivó la participación de los egresados. En el desarrollo del encuentro los egresados se mostraron interesados en el desarrollo de la programación, se obtuvo colaboración del personal administrativo para la ejecución y organización al igual que su aporte fue muy valioso en la etapa de evaluación del encuentro.

- Tomando como punto de partida la base de datos del DARC se realizó invitación individualizada a los egresados confirmando su asistencia al encuentro, la publicidad se realizó de manera masiva en los medios, se diseño y se puso en marcha el plan de medios implementando los recursos técnicos y tecnológicos.
- El objetivo primordial fue tomar en consideración las propuestas de los egresados de la universidad a fin de cualificar los procesos de formación académica y de liderazgo social, de acuerdo a lo anterior se trabajaron unas fichas de manera individual, la primera para conocer que metodologías de trabajo se proponen para optimizar el conocimiento; la segunda tiene que ver con la información sobre los proyectos o programas en la que nuestros egresados han participado; la tercera para conocer el interés de actualización bien para especialización o para Diplomados. Con las preguntas del final se buscó trabajar en colectivo, concluir y llevar a la plenaria.
- En la fase de convocatoria se establecieron contactos telefónicos, se enviaron cartas personalizadas, se elaboró una Web de los egresados y se realizaron avisos de prensa Meridiano de Córdoba”, cuñas radiales y Avisos de T.V Neet.

Durante el desarrollo del encuentro se conformó el directorio de los egresados registrando los datos estadísticos correspondientes a los diferentes programas (formularios de inscripción), se desarrollo la conferencia INTRODUCCIÓN A LA VIDA LABORAL previa a la graduación de la primera promoción, se socializó el PROYECTO CONFORMACIÓN ASOCIACIÓN DE EGRESADOS, se conformó una Junta Provisional de la Asociación de Egresados, se sensibilizó la misión, la visión, y objetivos generales y específicos del Proyecto de Asociación de Egresados organizando su plan de acción. Actualmente se está gestionando la Personería Jurídica de la Asociación de Egresados.

- La convocatoria se realizó de acuerdo a la complementación realizada a la base de datos existente. Durante el encuentro realizado la recepción se procedió al diligenciamiento de los formatos por parte de los egresados y a la ubicación y desarrollo del encuentro con base en el protocolo.

Se desataca la atención personalizada que se prestó, las conferencias, el encuentro de experiencias y las entrevistas en un programa radial y en otros medios de comunicación. La interacción permanente entre directivas y egresados garantizó el cumplimiento de las metas trazadas.

- Conformación de un Comité General en el cual cada miembro tuvo una responsabilidad: Convocatorias, Logística, Social, Académica, y una coordinación general del encuentro. El Comité se conformó el 21 de Octubre y se reunió semanalmente para revisar tareas y proponer nuevas como: determinación de la Agenda, contenido de la actividad académica, organización y decoración de los diferentes puntos del recorrido. Para la convocatoria se construyó una base de datos a partir de consulta telefónica, rastreo de últimos teléfonos dejados, contacto de referidos, visitas a empresas e instituciones donde laboran los egresados.

5. DESCRIPCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA. (Entre otros aspectos las sinergias logradas con otras sedes y/o con el nivel nacional).

FRASES FUERZA

- Para ser la primera vez que se realiza este encuentro de egresados, fué satisfactorio por la activa participación, se logro hacer un auto evaluación desde la óptica de nuestros profesionales. Se encontraron algunos aspectos que se deben mejorar para los próximos encuentros de egresados y que deben estar en concordancia a nivel nacional.
- El trabajo se realizó en coordinación con la Dirección de Planeación Nacional, la Dirección Nacional de Comunicaciones y la Asesora de Comunicaciones en Bogotá. Los lineamientos eran claros, aunque las metodologías no lo fueron tanto, por lo que cada ciudad expresó sus necesidades a partir de la planeación particular de la convocatoria, programación, premios o incentivos y organización.

Al interior de la sede la coordinación fue totalmente a cargo de la Coordinación de Comunicaciones con la recepción por parte de la Dirección Seccional y demás directivos de informes periódicos entregados por Comunicaciones.

Cada facultad fué responsable de su participación en la “feria alterna” donde se tenía un contacto directo con los egresados que asistieron y la logística fue elaborada por la Coordinación de Comunicaciones. El trabajo continúa con la entrega de la información recolectada a cada una de las facultades para su seguimiento y aplicación por parte de los responsables.

- La comunidad académica (egresados, personal académico y administrativo) liderada por los directivos locales, emprendió un proceso colectivo con la asesoría y coordinación de la Dirección de Planeación Nacional. A partir de estos desarrollos se han beneficiado de manera imbricada la institución y la región.
- Se logró la participación entusiasta de directivos, administrativos, docentes, algunos estudiantes y egresados para la celebración del encuentro y el compromiso para futuros certámenes. Se acogió y ejecutó en su totalidad el programa celebrado en el ámbito nacional.
- La participación de la comunidad universitaria fue amplia y diversa. Los estudiantes se vincularon en la recepción y algunos en la convocatoria, así como en los actos culturales en los que se presentó el grupo llanero, el grupo de teatro, el grupo de cámara y las danzas llaneras. Los docentes se vincularon en la proyección de las presentaciones sobre la Universidad, la convocatoria y algunos, por ser egresados del postgrado en Docencia Universitaria como egresados participantes.

Los directivos con el apoyo irrestricto al encuentro, el diseño de las presentaciones, la disponibilidad económica y el apoyo logístico necesario para el encuentro.

Los egresados con el diseño de los estatutos de la asociación, la coordinación del encuentro y su participación activa.

Es decir, toda la unidad estuvo, ese día, sincronizada para atender a nuestros egresados y presentar un encuentro de la altura y organización que ellos se merecen.

- La comunidad universitaria trabajó mancomunadamente en el logro de los objetivos propuestos para el encuentro, desde el inicio del proyecto se destacó el trabajo en equipo, las labores se repartieron y se sacó adelante el proyecto.

Se lograron sinergias con la sede de Popayán con quienes desde el inicio de la actividad se intercambiaron ideas para lograr un mejor desempeño de la actividad.

Con el nivel nacional la sinergia fue de gran importancia pues proporcionaron las bases para hacer del encuentro un éxito.

- Se logró una participación positiva al contar con la presencia durante el encuentro de 4 egresados de otras sedes.
- Desde que se conoció de la realización del encuentro de egresados se realizaron contactos para intercambiar ideas de actividades a con el fin de unificar objetivos comunes para la ejecución del encuentro.

Se convocó a toda la comunidad universitaria a nivel de decanaturas, jefaturas, monitores y estudiantes para desarrollar las diferentes actividades del primer encuentro nacional de egresados.

- La presencia de los egresados en el encuentro fue muy participativa, se contó con la presencia de egresados de otras sedes.
- En el marco de la celebración de los 45 años de labor educativa de la Universidad Cooperativa de Colombia, se llevó a cabo EL PRIMER ENCUENTRO NACIONAL DE EGRESADOS con el fin de restablecer vínculos con quienes han pasado por las aulas de la institución. La programación se inicio rindiendo homenaje a nuestra patria Colombia y a al departamento de Córdoba bajo los acordes de sus himnos, el doctor CESAR PEREZ GARCIA, Rector Honorario, procedió a la instalación del encuentro e igualmente el Doctor JUAN CARLOS PEREZ SOTO, Rector Nacional, presentó un saludo de bienvenida, el Director Académico realizó la presentación del Proyecto Educativo Institucional, Plan Estratégico Nacional 2001 2006 “Movilización por la Excelencia”, y el Plan Estratégico. La participación por parte de la comunidad universitaria fue amplia y diversa.
- El encuentro se desarrollo de manera que cada egresado se debía registrar ante la correspondiente facultad, lo cual posibilitaba su primer encuentro con secretaria, decano y coordinadores; en la medida del ingreso se iban relacionando con otros egresados de su misma promoción, quienes a su vez lo relacionaban con promociones de otros semestres. Se contaban experiencias, logros laborales, en algunas ocasiones sus necesidades . Muy

común el recordar sus momentos de estudiante, anécdotas, momentos agradables y difíciles. El participar de las conferencias y de las entrevistas le hizo sentir importante como egresado y miembro de nuevo de la comunidad educativa.

- Al desarrollo del encuentro además del personal directivo se vincularon docentes de cada programa y funcionarios quienes apoyaron a coordinadores y decanos en las reuniones con los respectivos egresados. Con la Dirección de Planeación Nacional se compartió información para la presentación sobre el Plan Estratégico Nacional.

6. RESULTADOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

FRASES FUERZA

- * A corto Plazo:
 - Asistencia y participación aceptable de los egresados.
 - La integración de nuestra institución con los egresados.
 - La participación de la empresa privada.
 - La financiación del encuentro con fuentes externas.
 - Convocar a los egresados a actividades académicas institucionales.
 - El compromiso de los egresados para iniciar a partir de enero de 2004, la organización de las asociaciones de egresados.
 - Convocatoria para la legalización de los estatutos de la asociación.
 - Actualización de las bases de datos.
 - La vinculación de los egresados tanto al Plan Estratégico Nacional como con las Condiciones Mínimas de Calidad.
 - Promocionar alternativas de educación tanto de pregrado, como de educación continuada y postgrados.
 - Actualización en temas de interés general por medio de las conferencias.
 - Un mayor acompañamiento del egresado en los procesos académicos, culturales y deportivos de la universidad.
 - Diseño e implementación de mecanismos para la convocatoria de los egresados.
 - La importancia que hay de manejar las solicitudes echas por los egresados para demostrar los resultados de este encuentro.
 - Recuperación de la imagen institucional.
 - Preámbulo del devenir para los nuevos egresados.
 - Diseño de nuevas estrategias para la educación continuada.
 - Determinar necesidades de formación de los participantes al encuentro.
 - Comprometer la participación de un selecto grupo de egresados en las visitas de verificación de condiciones de calidad de los programas de salud, ingenierías y derecho y en los comités de Autoevaluación.
 - Preparación de documento con el resultado de las encuestas de seguimiento.

* A mediano Plazo:

- La capacitación y motivación a generar empresa por parte de PROEXPORT.
- El comportamiento receptivo de los egresados.
- El cumplir con lo esperado por parte de la organización.
- Elaboración de un programa de software de estudiantes de ingenierías que será el instrumento para crear la base de datos de los egresados y la actualización desde las facultades permanentemente (MADES).
- Divulgación y socialización del proceso de *Modernización Académica y Curricular*, con los siete boletines informativos y las tertulias pedagógicas dirigidas a la comunidad en general.
- Vinculación laboral (docente y personal administrativo) en la institución de cerca de veinte (20) egresados en los diferentes programas.
- El compromiso de los egresados para ocupar los espacios que les han sido asignados en los organismos representativos de la Universidad.
- Puesta en marcha de la asociación de egresados, además de una información detallada de todos los estudiantes de la universidad con el propósito de ir profundizando en la información y base de datos con la que se podrá mejorar el seguimiento.
- Mantener un mayor y permanente contacto entre los egresados y la institución.
- La gran oportunidad de crear la asociación de egresados.
- Creación de la bolsa de empleo de cuyas funciones se destaca el mantener enterados a los profesionales que estén sin empleo de posibles trabajos dentro y fuera de la región.
- Contar con un medio de comunicación institucional con los egresados.
- Conformar comunidades virtuales de egresados por programa.
- Publicar un directorio de egresados con la promoción de sus servicios, o productos.
- Ampliar la base de la Asociación de Egresados.

* A largo Plazo:

- Que el encuentro de egresados se convierta en una herramienta institucional que le permita a la universidad crecer a través de sus profesionales.
- El compromiso de vincular al mayor número posible de egresados a la construcción del PEI y del PEN, y a la organización y mantenimiento de la asociación, compromiso para participar en la construcción de los currículos de los programas.
- Los resultados que se destacan son la bolsa de empleo. Y el posicionamiento de nuestros profesionales en toda la región llanera.
- Participación activa de los egresados en los procesos de acreditación y modificaciones en los planes de estudio.
- Realización del segundo encuentro nacional de egresados.

- Liderazgo, posicionamiento y reconocimiento en el sector productivo, social, cultural y político.
- Participación de la asociación de egresados en encuentros nacionales programados por la UCC.
- Consolidación de proyectos a partir de los egresados.
- El mejoramiento personal, profesional, curricular e institucional, mejoramiento de la calidad de los programas mediante la retroalimentación de los procesos relacionados con: Universidad – Egresados – Empresas.

7. SUGERENCIAS PARA NUEVOS ENCUENTROS.

FRASES FUERZA

- Preparar el encuentro con mínimo tres meses de antelación.
- Apoyo económico a las directivas organizadoras a nivel nacional.
- Hacer mayor difusión en medios por ejemplo publicidad en los noticieros nacionales.
- Incluir el encuentro dentro de las jornadas universitarias.
- Presentar un nuevo proyecto para egresados cada año.
- Ofrecer servicios académicos y turísticos en las 5 principales ciudades en las que se pueden recibir egresados.
- Integrar los objetivos dentro de la organización, planeación, financiación y promoción.
- La programación del encuentro debe ser mejor coordinada por la dirección nacional para que las diferentes sedes tengan una programación concertada y bien desarrollada.
- Continuar este tipo de encuentros con un componente académico y otro social.
- Hacer la presentar de un plan organizacional general.
- Mejorar el nivel de información a nivel nacional.
- Mejorar la imagen corporativa.
- Elaborar un programa más atractivo para los egresados.
- Hacer publicidad más agresiva a nivel nacional, de manera que a los egresados les quede muy claro que pueden asistir al encuentro en cualquier ciudad, independiente de la sede en la cual se hayan graduado.
- Incorporar para futuros encuentros no solo los premios de la sede sino crear los premios nacionales.
- Que las sedes en consenso realizaran un sorteo a nivel nacional que premiara la participación de los egresados, esto daría un sentido de unión que sería favorable en la realización del encuentro.
- Realizar el siguiente encuentro por zonas geográficas del país.

8. SUGERENCIAS AL FORMATO DE EVALUACIÓN DEL ENCUENTRO

FRASES FUERZA

- Capacitación al personal sobre los mecanismos que Planeación tendrá en cuenta para la elaboración de los informes y en específico sobre la terminología y glosario de los mismos.
- Conocer el formato con más antelación de manera que se implementen durante el desarrollo del encuentro mecanismos de recolección de los indicadores.
- Dar un espacio para las sugerencias de los estudiantes.
- Darle una escala cuantitativa e identificar más variables.

9. METAS E INDICADORES PARA EL RENDIMIENTO DE CUENTAS Y TRANSPARENCIA DEL PROYECTO.

9.1. METAS DEL EQUIPO DE TRABAJO

Las siguientes son las metas propuestas para el evento, en la medida que éstas en su mayoría no se cuantificaron el nivel de logro es subjetivo. Importante tenerlo en cuenta para mejoramiento en el evento 2004.

- Generar la mayor cobertura a la programación oficial mediante la organización de las actividades del encuentro.
- Cumplir con la programación diseñada para el encuentro.
- Lograr la participación decidida de todos los estamentos de la Universidad, especialmente de los administrativos.
- Crear la expectativa para una nueva convocatoria.
- Actualizar los datos de los egresados consolidándolos en una sola base de datos.
- Estructurar un call center con practicantes de los colegios de la Universidad para el trabajo continuo con los egresados.
- Entregar un impreso que recopile toda la promoción de la extensión universitaria (portafolio de servicios) para entregarlo a los asistentes.
- Elaborar información específica por parte de las facultades para entregarle a sus egresados por grupos de interés.
- Establecer una cultura de contacto permanente desde adentro y con retroalimentación.
- Vincular al egresado en los procesos de la universidad mediante la presentación de información audiovisual con los avances logrados hasta el momento en autoevaluación y acreditación.
- Capacitar y estimular a los egresados en la autogestión de empresas de cara al momento del país con un invitado externo.
- Lograr la participación activa de la comunidad académica mediante un proceso de construcción colectiva.
- Fortalecer la imagen institucional.

- Cumplir con los objetivos trazados a nivel nacional, logrando que el mayor número posible de egresados asista al encuentro y que quienes lo hagan se sientan a gusto y colaboren con las actividades académicas programadas por la institución.
- Fortalecer en los egresados el sentido de solidaridad y compromiso con la universidad.
- Establecer la aproximación existente entre la formación que el programa ofrece y el ejercicio real del egresado.
- Fomentar sentido de pertenencia por la institución haciendo que el egresado vuelva a la universidad.
- Generar programas académicos de interés para los egresados.
- Articular procesos de postgrados que permitan la interdisciplinariedad.
- Evaluar el impacto en el medio de nuestra universidad.
- Hacer partícipes a los egresados de la construcción continua de la universidad.
- Integrar a los egresados a la comunidad universitaria.
- Asistencia de egresados representantes de todas las promociones
- Obtener información del egresado acerca de las necesidades de actualización y capacitación y de su ejercicio profesional.
- Vincular al menos dos egresados de cada programa a los comités de autoevaluación.
- Lograr la vinculación de 100 nuevos afiliados a la Asociación de Egresados

9.2. INDICADORES BASE DEL ENCUENTRO

En esta parte se presentan los indicadores “base del encuentro” denominados de esta manera por ser los primeros resultados de un evento de talla nacional con los egresados de la universidad y por constituir el punto de partida sobre el cual se irán referenciado los futuros encuentros.

Se han elegido los indicadores considerados como los más significativos sobre lo ocurrido desde el momento en que se aprobó la realización del encuentro hasta el momento en que se terminó en cada una de las sedes. Esta elección se hace de manera que la universidad como un todo y específicamente cada una de las sedes, pueda contar con un referente de importancia fundamental para la planeación, desarrollo y evaluación de futuros encuentros de egresados.

Se muestran resultados al nivel del país y se precisa mediante puntualizaciones los casos específicos de las sedes. Con la ayuda de la estadística se procede a estratificar los comportamientos de los resultados a fin de disminuir el efecto de dispersión o grado de asimetría, y lograr de esta manera mejor representatividad de los resultados. El análisis se complementa con cálculos de medias aritméticas, medianas, desviaciones estándar, valores mínimos y máximos y mediante gráficos se ilustra el comportamiento de los valores absolutos y relativos.

Utilizando el método deductivo, el análisis se divide en dos grupos; el primero, se refiere a los indicadores denominados generales con los cuales se van mostrando los resultados de corte institucional y global producto del encuentro y el segundo, denominado

indicadores específicos que tienen la finalidad de destacar los hechos sobresalientes o notables de lo acontecido en las sedes. Esta presentación permite al lector a medida que va recorriendo el texto, acercarse a tener una visión compartida de lo ocurrido en el encuentro.

9.2.1. INDICADORES GENERALES

9.2.1.1. La Universidad Cooperativa de Colombia cuenta con 51.099 egresados a nivel nacional dato referenciado a finales del 2003, periodo previo a la realización del encuentro.

9.2.1.2. El 63.31% de los egresados de la universidad, porcentaje equivalente a 32.351, se encuentran registrados en la base de datos nacional. Este es un indicador de importancia fundamental y constituye un referente indispensable para la fijación de metas en los planes de mejoramiento continuo de cada sede. (Tabla 4).

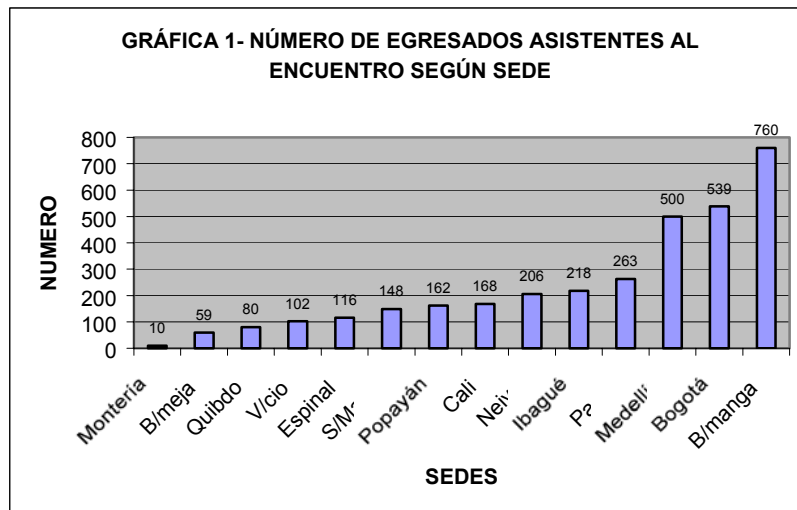
9.2.1.3. El trabajo que con tiempo anterior a la fecha del encuentro realizaron las sedes permitió contactar a 18.013 egresados dato equivalente al 35,25% del total (51.099). Este indicador representa un parte de satisfacción si se tiene en cuenta que es el primer encuentro de carácter nacional de egresados de la Universidad Cooperativa de Colombia. Cabe preguntar ¿Cómo se esta trabajando en cada sede para lograr aumentar la asistencia de los egresados en la próxima convocatoria?

Los 18.013 egresados contactados representan el 55,67% del total de 32.351 registrados en la base de datos (Tabla 5).

9.2.1.4. El encuentro se desarrolló con la asistencia de 3.331 egresados de todo el país, correspondiendo al 6.51% del total de egresados, indicador que representa un gran reto a superar; mediante trabajo disciplinado, en equipo y una gran dosis de convocatoria al nivel nacional. (Tabla 6).

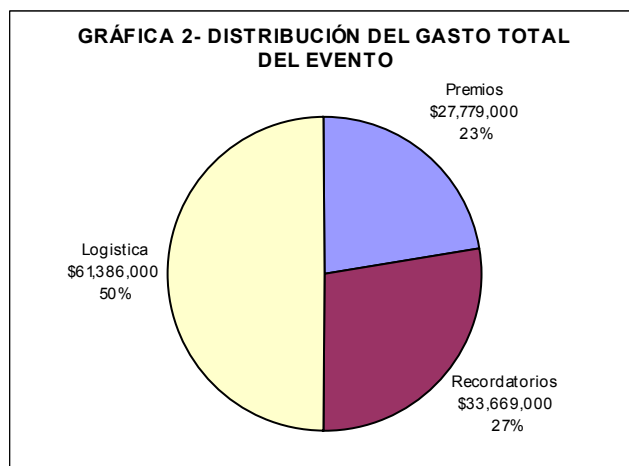
9.2.1.5. Los 3.331 asistentes al encuentro, equivalen a 18,49% del total de contactados (18.013). Este indicador podría interpretarse como de efectividad en la convocatoria que hizo la universidad. Cada sede debe tenerlo presente a fin de mejorarlo en la gestión y resultados de los próximos encuentros. (Tabla 7).

9.2.1.6. El número promedio nacional de asistentes por sede al encuentro llegó a 238, el valor mediano se ubicó en 165, la desviación estándar fué de 214, el menor número de egresados asistentes fué de 10 y el mayor llegó a 760. Como puede apreciarse el comportamiento de estas medidas indica las altas dispersiones que presenta la variable “egresados asistentes al encuentro”, explicada por el comportamiento del proceso de crecimiento y desarrollo que ha vivido la universidad, la creación y funcionamiento de programas académicos, el funcionamiento de las diferentes sedes y especialmente los periodos de iniciación y terminación de las diferentes cohortes de egresados. (Gráfica 1, Tablas 6 y 7).



9.2.1.7. La convocatoria nacional de egresados implicó un gasto total de \$122.834.000 de pesos. La Universidad no tiene referentes históricos para afirmar si la cantidad gastada es alta, aceptable o baja, pero la suma gastada es bien importante como punto de partida para que cada sede haga el análisis de las partidas implicadas y pueda establecer las correlaciones correspondientes con los valores agregados esperados o generados por el encuentro.

El total gastado \$122.834.000, se distribuyó de la siguiente manera: El 22,62% correspondiente a \$27.779.000 se destinó para premios; el 27,41% equivalente a \$33.669.000 en recordatorios y con el saldo correspondiente al 49,97% restante, es decir \$61.386.000 se canceló los compromisos relacionados con logística, actualización de los datos, depuración de archivos, inspección y validación en el DARC, llamadas telefónicas, envío de tarjetas de invitación, correos electrónicos, stand publicitarios, publicidad en radio, prensa, afiches, volantes, y pasacalles, entre otros. (Gráfica No.2) (Tablas 9, 10 y 11).



9.2.1.8 El gasto promedio por egresado al nivel nacional alcanzó la cifra de \$36.876 pesos, con una desviación estándar equivalente a \$ 21.669, la mediana se ubicó en \$ 31.250; el gasto mínimo fué de \$ 10.000 pesos por egresado que lo registro la sede de Bucaramanga con el mayor número de asistentes (760), y el gasto mas alto por egresado se ubicó en \$77.000 pesos y correspondió a la sede Medellín con 500 egresados asistentes al encuentro. (Tabla 12).

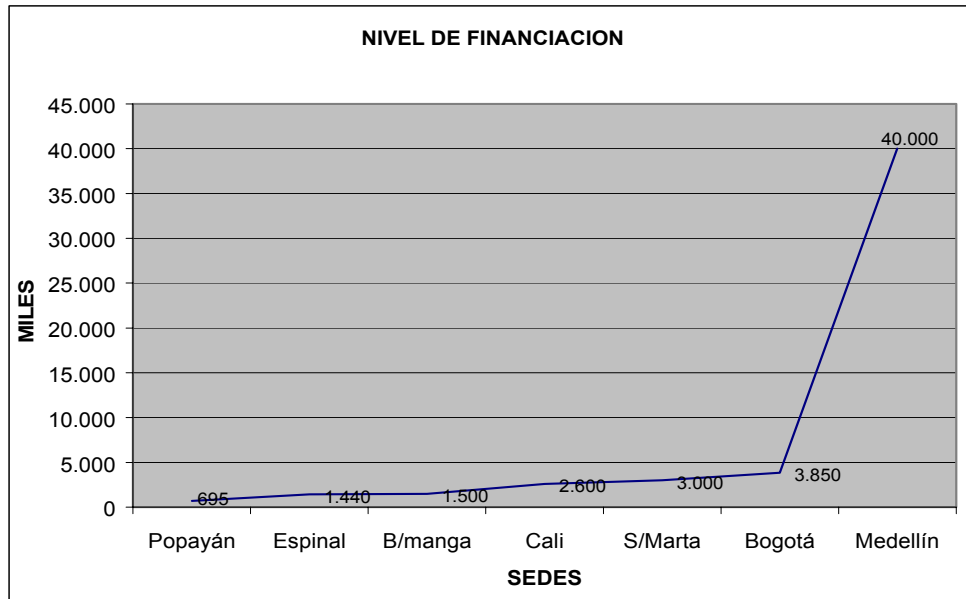
Como se puede observar en los registros de la tabla doce, la variable gastos presenta un dato que para este análisis se ha considerado atípico si se compara con las erogaciones de las demás sedes y corresponde a la suma de \$ 150.000 pesos, gastada por egresado asistente en la sede Montería, cifra que no se tuvo en cuenta en el cálculo del gasto promedio nacional por los efectos de dispersión del mismo, pero que se considera importante destacar por la incidencia que tiene dentro del componente gasto. (Tabla 12).

9.2.1.9 Continuando con el análisis de la variable “gasto del encuentro,” es interesante observar:

Que el gasto promedio nacional por egresado asistente al encuentro (\$ 36.876), está afectado por un alto grado de dispersión representado por las sedes que de manera significativa están por encima o por debajo del mismo, y es la desviación estándar la medida que da cuenta de esta asimetría al ubicarse en \$ 21.669. Si este valor y el gasto promedio se tienen en cuenta, se concluye que la media, más una desviación estándar, da como resultado que el 64% de las sedes gastaron en promedio entre \$60.719 y \$17.381 pesos, dentro de este rango se encuentran, las sedes: Bogotá, Neiva, Popayán, Espinal, Quibdó, Santa Marta y Pasto. (Tabla 12).

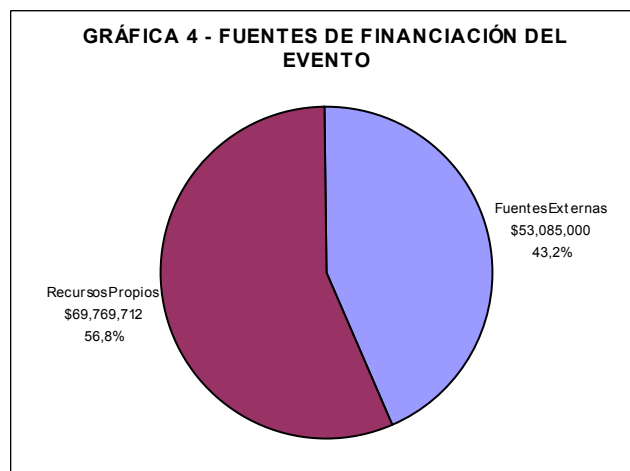
Que el 40% de las sedes restantes están por encima ó por debajo de los límites comentados en el párrafo anterior, tal es el caso de las sedes Cali y Medellín que se encuentran en el extremo superior registrando \$77.000 y \$62.253 pesos de gasto promedio por egresado respectivamente y en el extremo inferior se ubican Ibagué y Bucaramanga con gastos promedio por egresado del orden de \$ 14.220 y \$ 10.000 pesos respectivamente. (Tabla 12).

9.2.1.10 El 50% de las sedes gestionó la consecución de recursos externos a fin de financiar parte de los gastos implicados, este es otro de los indicadores notables que demuestra el nivel de gestión y cooperación entre las organizaciones empresariales y la universidad. Del total gastado \$ 122.8834.000 pesos, siete sedes, consiguieron en recursos externos por la suma de \$53.085.000 pesos, equivalente al 43,2% del gasto total. Merece mención especial Medellín por ser la sede que logro recursos externos del 104%, es decir que le quedó un remanente del 4%, Santa Marta gestionó recursos externos equivalentes al 67% de los gastos, Espinal consiguió el 45%, Cali el 25%, Bucaramanga el 20%, Bogotá el 15% y Popayán el 8%. (Tabla 13, Gráfica 3).



Es muy importante que los comités organizadores del evento en cada una de las sedes manifiesten a las organizaciones empresariales los agradecimientos y se mantengan en permanente comunicación con las mismas a fin de afianzar procesos de cooperación mutua que potencien el desarrollo académico-organizacional. Igualmente se espera que para próximos eventos se logren niveles significativos de financiación externa en todas las sedes.

El restante 56,8% correspondiente a \$69.769.712 pesos lo aportó la universidad. (Gráfica No.4). Los comités organizadores de futuros encuentros no pueden desconocer este importante esfuerzo de la universidad por construir espacios para el desarrollo académico, investigativo, científico y humano con quienes en el pasado fueron sus estudiantes y hoy representan a la universidad como profesionales.



9.2.1.11 Como punto destacado de la agenda, y con la participación directa del egresado se diligenció el registro de datos relacionados con variables tales como nombre, dirección, sitio donde trabaja, año de egresado, género, necesidades de formación, actualización, educación continuada, y postgrados entre otras, labor realizada con la finalidad de enriquecer y actualizar la base de datos, y poder diseñar un portafolio de servicios educativos adecuado al perfil de los egresados. El grado de respuesta fué satisfactorio dado que se logró que el 88.6% de los asistentes diligenciara el instrumento. Sin embargo solo la sede de Popayán tabuló y concluyó sobre las encuestas. Este hecho se transforma en una de las metas que el plan de mejoramiento de las sedes debería tener presente puesto que se trata del diseño, ofrecimiento, divulgación, y puesta en marcha de un paquete de servicios especiales dirigidos a los egresados de manera que satisfaga las necesidades identificadas.

9.2.2. INDICADORES POR ESTRATOS

Con la intención de buscar una mayor homogeneidad y representatividad de los indicadores se procede a agruparlos por estratos. Se definen *estratos* en la medida que por efectos estadísticos una población requiere ser dividida en subgrupos denominados de esa manera cuando el comportamiento de las variables o variable objeto de estudio presenta grados altos de dispersión. Para lograr este objetivo se optó por conformar estratos: *Alto, Medio y Bajo*, de esta manera se pueden trabajar las medidas estadísticas con menos sesgo y hacerlas más representativas sobre los fenómenos que afectan el comportamiento de las variables correspondientes.

9.2.2.1. Nivel de cobertura de la base de datos.

El indicador esta definido como el número de egresados de la sede registrados en la base de datos dividido por el total de egresados de la sede, multiplicado por 100.

El estrato alto está representado por Bogota, Medellín y Bucaramanga, que corresponde a las sedes más antiguas de la universidad y de las que han egresado 37.008 que representan el 72.42% del total. El nivel de cobertura de la base de datos de este estrato llegó al 57.00%, considerado satisfactorio y con prospectiva de mejoramiento significativo en los próximos encuentros. (Tabla 1 y 4).

En el estrato medio están siete sedes, Santa Marta, Barrancabermeja, Ibagué, Neiva, Pasto, Popayán y Villavicencio, las dos primeras corresponden al grupo de las más antiguas y las cinco siguientes podrían calificarse como las nuevas. De este grupo han egresado 12.323, dato equivalente al 24.12% del total. El nivel de cobertura de la base de datos de este estrato fué del 73.86%, superior al estrato uno y con calificación notable. (Tabla 1 y 4).

El estrato bajo incluye a Cali, Espinal, Quibdo y Montería de las cuales han egresado 1.768, cifra que representa el 3.46% del total. El nivel de cobertura de este estrato se ubica en el 71.00%. (Tabla 1 y 4).

Como resultado de este ejercicio se tiene que el indicador promedio nacional de cobertura de la base de datos fué del 63.31%, queriendo significar con ello que de cien egresados hay 63 registrados en la base de datos de la universidad. (Tabla 1 y 4).

9.2.2.2. Efectividad en la información de la base de datos.

El indicador esta definido como el número de egresados contactados dividido por el número de egresados de la sede registrados en la base de datos multiplicado por 100.

El estrato alto para este indicador esta representado por las sedes de Espinal, Pasto, Villavicencio, Bucaramanga, Cali, Neiva y Montería que representan exactamente el 50% de las sedes con convocatoria al encuentro. El valor del indicador es del 94,65%, significando que de 100 egresados registrados en la base de datos, estas sedes pudieron contactar 94, el indicador recibe una calificación de sobresaliente. (Tablas 1 y 5).

En el estrato medio y con un indicador de 62.40% están las sedes de Bogota, Santa Marta, Ibagué, Popayán y Quibdo, con calificación de aceptable y pronóstico de mejoramiento. (Tablas 1 y 5).

En el estrato bajo se ubican las sedes de Barrancabermeja y Medellín las cuales tan solo lograron contactar al 25,20% de los egresados registrados en sus archivos, cabe mayor gestión al respecto. (Tablas 1 y 5).

El indicador promedio nacional “Efectividad en la información de la base de datos” llegó al 55.67%, Puede concluirse que en promedio de 100 egresados registrados en la base de datos de la universidad se pudo contactar a 56 de ellos para invitarlos a asistir al encuentro. (Tablas 1 y 5).

9.2.2.3. Cobertura del encuentro.

El indicador esta definido como el número de egresados asistentes al encuentro dividido por el número de egresados de la sede multiplicado por 100. Este es uno de los indicadores importantes, por cuanto demuestra por una parte el nivel de pertenencia del egresado con respuestas positivas a las convocatorias de la universidad y por otra revela el grado de convocatoria, de estimación y de empoderamiento de la universidad con sus egresados.

El estrato alto representado por las sedes; Quibdo, Cali, Espinal e Ibagué, presenta el indicador más alto de cobertura 23,34%, significando que de 100 egresados, 23 asistieron al encuentro. Este resultado es bajo a pesar de corresponder a las sedes más nuevas de la universidad. Del conjunto de estas sedes estuvieron presentes 582 egresados dato equivalente al 17,47 % de los asistentes. (Tabla 1 y 6).

En el estrato medio con una cobertura de 11.76 % están Villavicencio, Neiva, Montería, Popayán y Pasto, significando que en promedio estas sedes recibieron a 12 de cien egresados, indicador bajo que obliga una gran acción para los próximos encuentros. De este grupo de sedes asistieron 743 egresados dato equivalente al 22.31% del total. (Tabla 1 y 6).

El estrato bajo esta representado por las sedes mas grandes y antiguas de la universidad como son: Bucaramanga, Santa Marta, Medellín, Bogotá y Barrancabermeja, y por consiguiente sedes con el mayor número de egresados (39.161). Del conjunto de estas sedes asistieron 2.006 egresados dato equivalente al 60,22 % de los asistentes, pero el indicador de cobertura tan solo llegó al 5,22% con calificación baja y un gran compromiso con el mejoramiento significativo para próximos eventos. (Tabla 1 y 6)

El indicador de cobertura promedio nacional, fué de 6,51 %, es decir que de cien egresados de la universidad sólo asistieron 6 al encuentro, indicador que obliga una profunda reflexión en aras a establecer las estrategias y mecanismos requeridos para mejoramientos futuros. (Tabla 1 y 6).

9.2.2.4. Grado de respuesta a la convocatoria al encuentro.

El indicador esta definido como el número de egresados asistentes al encuentro dividido por el número de egresados contactados para el encuentro multiplicado por 100.

Este indicador muestra en términos absolutos y relativos la denominada gestión de las sedes, el poder de convocatoria, la fortaleza de las sedes para reunirse con sus egresados. (Tablas 1 y 7).

En el estrato alto se agrupan Quibdo y Montería quienes en promedio lograron un indicador de gestión de 67.77%, con calificación de alto grado de respuesta; sin embargo al observar los datos absolutos de estas dos sedes y compararlos con el resto de las sedes se encuentra que a pesar de que el nivel de respuesta es el mas alto, sus valores absolutos son los mas bajitos, Quibdo con 80 asistentes y Montería con 10, el conjunto de las dos sedes representa 90 asistentes dato que corresponde al 2,70 % del total de asistentes. Cifras que llaman la atención y ameritan reflexión por parte de las sedes.

El estrato medio quedó integrado por Pasto, Bucaramanga, Medellín, Ibagué, Cali y Barrancabermeja, el conjunto de estas sedes presenta un grado de respuesta a la convocatoria equivalente al 29,68%. considerado como bajo. De estas seis sedes asisten 1.968 egresados al encuentro, dato que equivale al 59,08% del total.

En el estrato bajo están Espinal, Popayán, Neiva, Villavicencio, Santa Marta y Bogota, el grado de respuesta a la convocatoria en este estrato llego al 14,25% significando que de 100 contactados 14 de ellos aceptaron la invitación y asistieron al encuentro. De este estrato asistieron al encuentro 1.273 egresados dato que corresponde al 38.22% del total de asistentes.

El indicador promedio nacional se ubica en el 18,49%, que significa que de 100 egresados contactados como gestión de las sedes 18 en promedio asistieron al encuentro. Puede concluirse que es bien importante el trabajo que hay que hacer para lograr superar estos resultados.

9.2.2.5. Nivel de gestión por programa académico.

En las tablas 2 y 3, y en las gráficas 5 y 6, se puede apreciar el comportamiento de la variable “número de asistentes al encuentro” clasificados por programas académicos y áreas del conocimiento. De los datos allí consignados caben las siguientes precisiones:

El área de las ingenierías participa con el 30.4%, destacándose ingeniería civil, industrial e ingeniería de sistemas con participaciones equivalentes al 38.4%, 33.7% y 30.0% respectivamente.

El área de agronomía, medicina veterinaria y afines participa con el 26.5%, específicamente con el programa de medicina veterinaria.

El área de educación participa con el 24.6%, concretamente con los programas de licenciatura en educación.

El área de ciencias de la salud, participa con el 22.1% dentro de la cual se destacan los programas: auxiliares de enfermería, medicina, odontología, enfermería, y fisioterapia con el 42.3%, 27.7%, 39.0%, 15.5% y 6.5% respectivamente.

El área de economía, administración, contaduría y afines, participa con el 13.6%, destacándose el programa de economía con una participación del 29.1%, mercadeo con 15.2%, administración de empresas con 14.4% y contaduría pública con el 12,9%.

9.2.2.6. Nivel de gasto en premios.

Siete de las catorce sedes registran datos relacionados con gastos en premios y se agrupan de acuerdo al nivel gastado.

En el estrato alto esta Quibdo y Medellín, con un nivel de gasto en premios del 48,18%, que quiere decir que de cien pesos gastados estas sedes en promedio destinaron 48 pesos para premios. (Tabla 1 y 9).

En el estrato medio figuran Popayán, Bogotá y Santa Marta, cuyo indicador es de 27,01% es decir que por cada 100 pesos gastados destinaron 27 pesos para premios. (Tablas 1 y 9).

En el estrato bajo Bucaramanga y Montería, con un indicador del 12,20%, de cien pesos gastados destinaron doce pesos para premios (Tablas 1 y 9).

Al nivel de país este indicador se ubica en el 22.62%.

9.2.2.7. Nivel de gasto en recordatorios.

Al igual que en el indicador anterior siete de las catorce sedes registran datos relacionados con gastos en recordatorios y se agrupan de acuerdo al nivel gastado.

El estrato alto, está conformado por Ibagué, Popayán, Quibdó y Bogotá, el conjunto de estas cuatro sedes muestra que el nivel de gastos en recordatorios representó el 58%, es decir que de 100 pesos gastados, destinaron 58 pesos para recordatorios. (Tablas 1 y 10).

Al observar el comportamiento de cada una de las sedes llama la atención el caso de Ibagué que destinó el 100% de los recursos a recordatorios. (Tabla 1 y 10).

El estrato medio, lo conforma Cali y Medellín, que en conjunto presentan un nivel de gasto promedio en recordatorios del 29%, Cali, dedica \$ 34 pesos de 100 y Medellín \$ 24 pesos de cada cien. (Tablas 1 y 10).

El estrato bajo esta representado por Santa Marta sede que gastó \$7 pesos de cada cien en recordatorios. (Tabla 10).

Al nivel del país se puede concluir que de cada \$100 pesos gastados \$27 se destinaron a recordatorios. (Tablas 1 y 10).

9.2.2.8. Nivel de gasto en logística y convocatoria.

El estrato alto, está conformado por Pasto, Espinal, Neiva y Montería, el conjunto de estas cuatro sedes presenta un nivel de gastos en logística y convocatoria equivalente al 99%, es decir de \$100 pesos gastados, \$99 lo destinaron para ese propósito. (Tablas 1 y 11).

El estrato medio esta representado por Bucaramanga, Santa Marta y Cali sedes que destinaron \$72 pesos de cada cien para logística y convocatoria. (Tablas 1 y 11).

En el estrato bajo esta Medellín, Bogotá y Popayán, sedes que en promedio, de cien pesos gastaron \$27 en logística. (Tablas 1 y 11).

Se concluye que al nivel del país lo relacionado con la logística representó un gasto equivalente al 50% del total. (Tablas 1 y 11).

9.2.2.9. Gasto total promedio por egresado asistente al encuentro.

Al referir “Gasto total” se están incluyendo los conceptos anteriormente explicitados correspondientes a gastos en logística y convocatoria, gastos en recordatorios y gastos en

premios. En las tablas 1 y 12, se muestra el comportamiento del indicador “gasto promedio por egresado asistente al encuentro”, definido como el total de gastos del encuentro en cada sede, dividido por el número de asistentes en cada sede multiplicado por cien. (Tablas 1 y 11).

El estrato alto esta representado por las sedes Bogotá, Cali, Medellín, Neiva y Popayán en la cuales el indicador se ubica en \$59.390 pesos gastados por egresado presente en el encuentro. En este estrato el menor gasto por egresado lo registro Bogota, con \$ 48.508 y el gasto mas alto Medellín con \$ 77.000.

El estrato medio, lo integran Espinal, Quibdo, y Santa Marta, sedes en la cuales el indicador se ubicó en \$ 29.637. En este estrato el menor gasto promedio por egresado, lo muestra Espinal con \$ 27.399 y el gasto más alto Quibdo con \$ 31.250.

En el estrato bajo, están Bucaramanga, Pasto e Ibagué, sedes que en promedio gastaron \$ 14.563 pesos por egresado asistente al encuentro; Bucaramanga representa el gasto más bajo al ubicarse en \$ 10.000 y Pasto el gasto promedio más alto con \$19.471.

Es fácil concluir que hay una alta dispersión en el comportamiento del gasto promedio por egresado, existen diferencias significativas alrededor del promedio nacional que no permiten afinar una tendencia clara en el comportamiento de esta variable para futuros encuentros. La fijación de políticas y estrategias sobre el particular orientaría más el cauce de comportamiento de la variable “gasto”.

9.2.2.10 Nivel de financiación del encuentro con fuentes externas.

El estrato alto lo integran Medellín, Santa Marta y Espinal sedes que consiguieron financiación externa equivalentes al 104%, 67% y 45% respectivamente y de las cuales el promedio se ubicó en el 72%. (Tablas 1 y 13).

En el estrato medio aparecen Cali y Bucaramanga con un indicador equivalente al 22,5% de financiación externa, que quiere decir que de 100 pesos gastados estas sedes consiguieron \$23 pesos de fuentes externas. (Tablas 1 y 13).

El estrato bajo esta representado por Bucaramanga, Bogotá y Popayán con un nivel de financiación externa del 11,5 % (Tablas 1 y 13).

El gasto promedio nacional financiado por fuentes externas fué de 43.22%; significando que en promedio de cada \$100 se contó con \$43 de recursos externos para poderse financiar. Un logro significativo e importante como referente futuro.

TABLA 1 RESUMEN POR INDICADOR SEGÚN ESTRATO

INDICADORES.	ESTRATO ALTO	ESTRATO MEDIO	ESTRATO BAJO	PROMEDIO NACIONAL
1. Nivel de cobertura de la base de datos.	57.00%	73.86%	71.00%	63.31%
2. Efectividad en la información de la base de datos.	94.65%	62.40%	25.20%	55.67%
3. Cobertura del Encuentro.	23.34%	11.76%	5.22%	6.51%
4. Grado de respuesta a la convocatoria del encuentro.	67.77%	29.68%	14.25%	18.49%
5. Nivel de gestión promedio por programa académico.	52.54%	23.10%	9.64%	28.48%
6. Nivel de gasto en premios.	48.18%	21.01%	12.20%	22.62%
7. Nivel de gastos en recordatorios.	58%	29%	7%	27.41%
8. Nivel de gasto en logística y convocatoria.	99%	72%	27%	49.97%
9. Gasto promedio por egresado asistente al encuentro.	\$ 59.390	\$ 29.637	\$ 14.563	\$ 36.876
10. Nivel de financiación conseguida de fuentes externas a la Universidad.	72%	22.5%	11.5%	43,22%

**TABLA 2. NÚMERO DE EGRESADOS CONTACTADOS QUE ASISTIERON AL ENCUENTRO
CLASIFICADOS POR PROGRAMAS ACADÉMICOS
2003**

PROGRAMA ACADÉMICO	No. Egresados Contactados	No. Egresados Asistentes	Grado de Respuesta
INGENIERÍAS			
Ingeniería Civil	221	85	38,4%
Ingeniería Industrial	448	151	33,7%
Ingeniería de Sistemas	1.536	461	30,0%
Ingeniería de Mercados	28	8	28,6%
Ingenierías	104	28	26,9%
Ingeniería Electrónica	102	8	7,8%
SUBTOTAL	2.437	741	30,4%
AGRONOMIA, VETERINARIA Y AFINES			
Medicina Veterinaria	34	9	26,5%
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN			
Licenciaturas	1.045	257	24,6%
CIENCIAS DE LA SALUD			
Auxiliar de Enfermería	78	33	42,3%
Odontología	64	25	39,0%
Medicina	36	10	27,7%
Enfermería	142	22	15,5%
Fisioterapia	123	8	6,5%
SUBTOTAL	443	98	22,1%
ECONOMIA, ADMÓN, CONTADURÍA Y AFINES			
Economía	282	82	29,1%
Mercadeo	433	66	15,2%
Admón. de Empresas	4.499	648	14,4%
Contaduría Pública	4.311	555	12,9%
Ciencias Económicas	500	37	7,4%
Comercio Internacional	526	50	9,5%
SUBTOTAL	10.551	1.438	13,6%
CIENCIAS SOCIALES			
Sociología	82	53	64,6%
Sicología	667	169	25,3%
Comunicación Social	78	18	23,1%
Derecho	2.009	405	20,1%
SUBTOTAL	2.836	645	12,2%
ESPECIALIZACIONES	652	139	21,3%
TÉCNICO PROFESIONAL EN FÚTBOL	13	4	30,8%
T O T A L	18.013	3.331	18,5%

TABLA 3. RESÚMEN NÚMERO DE EGRESADOS CONTACTADOS QUE ASISTIERON AL ENCUENTRO AGRUPADOS POR AREAS 2003

AREAS DEL CONOCIMIENTO	No. Egresados Contactados	No. Egresados Asistentes	Grado de Respuesta
TÉCNICO PROFESIONAL EN FÚTBOL	13	4	30,8%
INGENIERÍAS	2.437	741	30,4%
AGRONOMIA, VETERINARIA Y AFINES	34	9	26,5%
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	1.045	257	24,6%
CIENCIAS DE LA SALUD	443	98	22,1%
ESPECIALIZACIONES	652	139	21,3%
ECONOMIA, ADMÓN, CONTADURÍA Y AFINES	10.551	1.438	13,6%
CIENCIAS SOCIALES	2.836	645	12,2%
T O T A L	18.013	3.331	18,5%

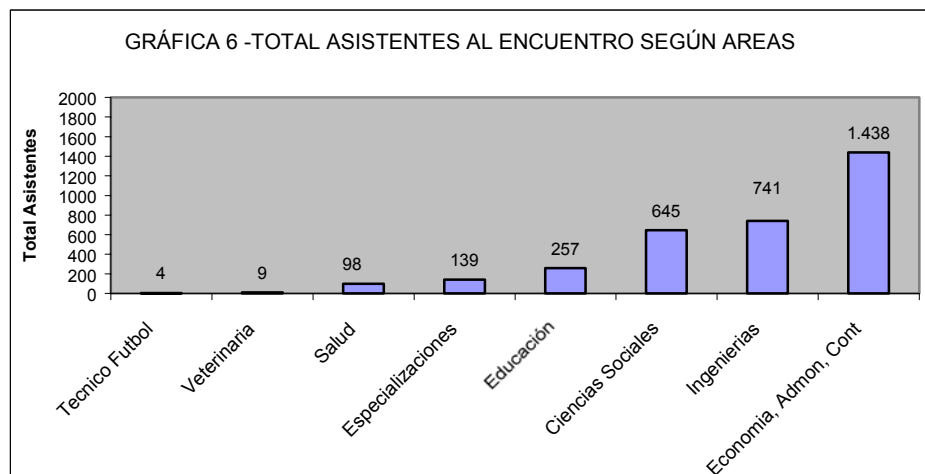
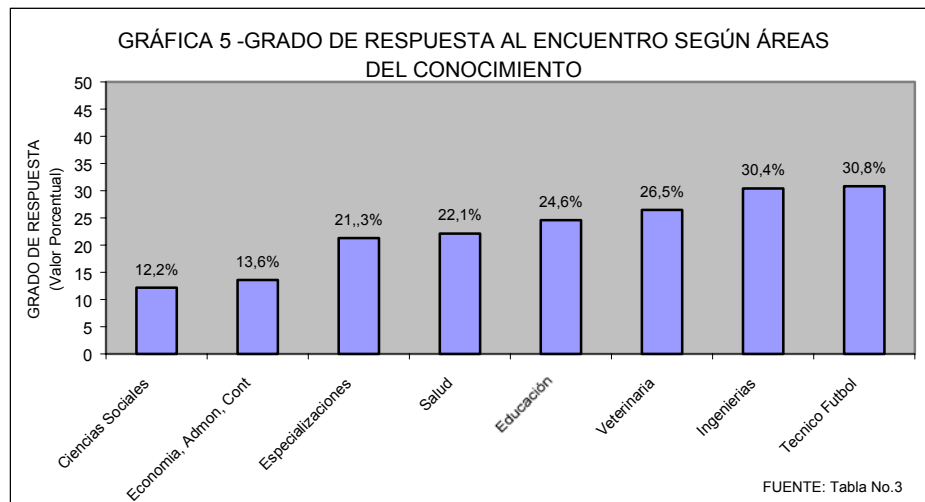


TABLA 4. NIVEL DE COBERTURA DE LA BASE DE DATOS 2003

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES													
		Bogotá	Medellín	B/manga	Pasto	S/Marta	B/meja	Neiva	P/yan	Ibagué	V/cio	Cali	Espinal	Quibdo	Montería
Nivel de cobertura de la base de datos.	(No. de egresados de la sede registrados en la base de datos / No. de egresados de la sede) * 100	(8260/15.000) *100= 55%	(11.000/13.000) *100= 85%	(2835/9.008) *100= 31%	(739/2.594) *100= 28%	(2.383/2.435) *100= 98%	(612/1.718) *100= 36%	(1.548/1.654) *100= 94%	(1.506/1.506) *100= 100%	(1.220/1.228) *100= 99%	(739/1.188) *100= 62%	(702/843) *100= 83%	(589/589) *100= 100%	(200/250) *100= 80%	(18/86) *100= 21%
INDICADOR PROMEDIO POR ESTRATO		ESTRATO ALTO = 57,00 %			ESTRATO MEDIO = 73,86 %						ESTRATO BAJO = 71,00 %				
INDICADOR PROMEDIO NACIONAL		(32.351 / 51.099) *100 = 63,31 %													

TABLA 5. EFECTIVIDAD EN LA INFORMACIÓN DE LA BASE DE DATOS 2003

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES													
		Espinal	Pasto	V/cio	B/manga	Cali	Neiva	Montería	Bogotá	S/Marta	Ibagué	Popayán	Quibdo	B/meja	Medellín
Efectividad en la información de la base de datos.	(No. de egresados contactados para el encuentro / No. de egresados de la sede registrados en la base de datos) * 100	(589/589) *100= 100%	(739/739) *100= 100%	(739/739) *100= 100%	(2.640/2.835) *100= 93,12%	(600/702) *100= 85,47%	(1.300/1.548) *100= 83,99%	(18/18) *100= 100%	(6.200/8.260) *100= 75,06%	(1.514/2.383) *100= 63,53%	(765/1.220) *100= 62,70%	(914/1.506) *100= 60,69%	(100/200) *100= 50,00%	(215/612) *100= 35,13%	(1.680/11.000) *100= 15,27%
INDICADOR PROMEDIO POR ESTRATO		ESTRATO ALTO = 94,65%							ESTRATO MEDIO = 62,40%					ESTRATO BAJO = 25,20%	
INDICADOR PROMEDIO NACIONAL		(18.013 / 32.351) *100 = 55,67 %													

TABLA 6. COBERTURA DEL ENCUENTRO 2003

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES													
		Quibdó	Cali	Espinal	Ibagué	V/cio	Neiva	Montería	Popayán	Pasto	B/manga	S/Marta	Medellín	Bogotá	B/meja
Cobertura del encuentro.	No. de egresados asistentes al encuentro / No. de egresados de la sede * 100	(80/250) *100=	(168/702) *100=	(116/589) *100=	(218/1.228) *100=	(102/739) *100=	(206/1.654) *100=	(10/86) *100=	(162/1.506) *100=	(263/2.594) *100=	(760/9.008) *100=	(148/2.435) *100=	(500/11.000) *100=	(539/15.000) *100=	(59/1.718) *100=
		32,00%	23,93%	19,69%	17,75%	13,80%	12,45%	11,63%	10,76%	10,14%	8,44%	6,08%	4,55%	3,59%	3,43%
INDICADOR PROMEDIO POR ESTRATO		ESTRATO ALTO = 23,34%				ESTRATO MEDIO = 11,76%				ESTRATO BAJO = 5,22%					
INDICADOR PROMEDIO NACIONAL		(3.331 / 51.099) *100 = 6,51 %													

TABLA 7. GRADO DE RESPUESTA A LA CONVOCATORIA DEL ENCUENTRO 2003

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES													
		Quibdo	Montería	Pasto	B/manga	Medellín	Ibagué	Cali	B/meja	Espinal	Popayán	Neiva	V/cio	S/Marta	Bogotá
Grado de respuesta a la convocatoria al encuentro	No. de egresados asistentes al encuentro / No. de egresados contactados para el encuentro * 100	(80/100) *100=	(10/18) *100=	(263/739) *100=	(760/2.640) *100=	(500/1.680) *100=	(218/765) *100=	(168/600) *100=	(59/215) *100=	(116/589) *100=	(162/914) *100=	(206/1.300) *100=	(102/739) *100=	(148/1.514) *100=	(539/6.200) *100=
		80,00%	55,55%	35,59%	28,79%	29,76%	28,50%	28,00%	27,44%	19,69%	17,72%	15,85%	13,80%	9,76%	8,69%
INDICADOR PROMEDIO POR ESTRATO		ESTRATO ALTO = 67,77%		ESTRATO MEDIO = 29,68%						ESTRATO BAJO = 14,25%					
INDICADOR PROMEDIO NACIONAL		(3.331 / 18.013) *100 = 18.49 %													

TABLA 8. NIVEL DE GESTIÓN POR PROGRAMAS ACADÉMICOS SEGÚN SEDE
2003

Definición del indicador	Programas Académicos	INDICADORES POR PROGRAMA SEGÚN SEDE														
		Bogotá	B/meja	B/manga	Cali	Espinal	Ibagué	Medellín	Montería	Neiva	Pasto	Popayán	Quibdo	S/Marta	V/cio	
Gestión = (No. de egresados asistentes al encuentro por programa académico / No. de egresados contactados para el encuentro por programa académico) * 100	Admón. de Empresas	(125/2232) *100= 6%	(17/251) *100= 0.06%	(205/689) *100= 30%	(16/118) *100= 13%	(11/140) *100= 8%	(39/88) *100= 44%	(67/384) *100= 17%	-	(29/195) *100= 15%	(35/144) *100= 24%	(45/306) *100= 15%	-	(59/352) *100= 17%	-	
	Auxiliar de Enfermería	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(33/98) *100= 33,67%	-	-	-	-	
	Ciencias Económicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(37/500) *100= 7%	
	Comercio Internacional	(35/287) *100= 12%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(8/115) *100= 7%	-	(7/124) *100= 6%	-	
	Comunicación Social	-	-	-	-	-	-	(17/74) *100= 23%	-	(1/4) *100= 25%	-	-	-	-	-	
	Contaduría Pública	(94/2160) *100= 4%	(9/352) *100= 2.5%	(163/574) *100= 28%	(26/177) *100= 15%	(13/167) *100= 7.78%	(23/162) *100= 14%	(99/330) *100= 30%	(1/13) *100= 7.6%	(34/202) *100= 17%	(34/153) *100= 22%	(14/89) *100= 16%	(7/8) *100= 87%	(38/232) *100= 16%	-	
	Derecho	(23/132) *100= 17%	(4/277) *100= 1.4%	(66/168) *100= 39%	(13/42) *100= 31%	(63/122) *100= 51.6%	(22/271) *100= 8%	(50/241) *100= 31%	(2/28) *100= 7.1%	(45/335) *100= 13%	(24/61) *100= 39%	(35/396) *100= 9%	(35/42) *100= 83%	(8/314) *100= 3%	(15/80) *100= 19%	
	Economía	(35/128) *100= 27%	(3/3) *100= 100%	(14/71) *100= 20%	-	-	-	(26/28) *100= 31%	(2/9) *100= 22%	-	-	-	-	-	(2/43) *100= 5%	-
	Enfermería	-	-	(8/40) *100= 20%	-	-	-	(4/24) *100= 17%	-	-	-	-	-	-	(10/98) *100= 10%	-

TABLA 8. NIVEL DE GESTIÓN POR PROGRAMAS ACADÉMICOS SEGÚN SEDE
2003

Continuación

Definición del indicador	Programas Académicos	INDICADORES POR PROGRAMA SEGÚN SEDE													
		Bogotá	B/meja	B/manga	Cali	Espinal	Ibagué	Medellín	Montería	Neiva	Pasto	Popayán	Quibdo	S/Marta	V/cio
Gestión = (No. de egresados asistentes al encuentro por programa académico / No. de egresados contactados para el encuentro por programa académico) * 100	Fisioterapia	-	-	-	-	-	-	-	-	(5/85) *100= 6%	-	(3/58) *100= 5%	-	-	-
	Ingeniería Civil	-	-	-	-	-	(52/77) *100= 68%	-	-	(20/116) *100= 17%	-	-	-	-	(13/50) *100= 26%
	Ingeniería Industrial	(16/220) *100= 7%	-	-	(21/34) *100= 62%	-	-	-	-	(27/150) *100= 18%	(43/124) *100= 35%	-	-	-	-
	Ingeniería de Sistemas	(32/417) *100= 8%	(6/297) *100= 2%	(89/393) *100= 23%	(26/54) *100= 48%	(23/146) *100= 15.75%	(51/72) *100= 71%	-	2/17 *100= 12%	(24/127) *100= 19%	(61/89) *100= 69%	(34/247) *100= 14%	(25/31) *100= 80%	(13/204) *100= 6%	(25/40) *100= 63%
	Ingeniería de Mercados	-	-	(8/28) *100= 29%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Ingeniería Electrónica	(8/113) *100= 7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Ingenierías	-	-	-	-	-	-	(28/115) *100= 24%	-	-	-	-	-	-	-
	Licenciaturas	-	-	-	-	-	-	(29/62) *100= 47%	-	-	-	-	-	-	-
	Lic. Educación Infantil	-	(4/246) *100= 1.6%	(15/107) *100= 14%	-	-	-	(48/191) *100= 25%	-	-	-	-	-	-	-
	Lic. Educación Física, Deporte y Rec.	-	-	(78/248) *100= 31%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

TABLA 8. NIVEL DE GESTIÓN POR PROGRAMAS ACADÉMICOS SEGÚN SEDE
2003

Continuación

Definición del indicador	Programas Académicos	INDICADORES													
		Bogotá	B/meja	B/manga	Cali	Espinal	Ibagué	Medellín	Montería	Neiva	Pasto	Popayán	Quibdo	S/Marta	V/cio
Gestión = (No. de egresados asistentes al encuentro por programa académico / No. de egresados contactados para el encuentro por programa académico) * 100	Lic. admón. Educativa	(15/21) *100= 71%	-	(68/200) *100= 34%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Medicina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(7/41) *100= 17%	-	-	-	(3/15) *100= 20%
	Medicina Veterinaria	-	-	(9/34) *100= 27%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Mercadeo	(39/269) *100= 14%	-	(9/41) *100= 22%	(8/80) *100= 10%	-	-	(10/43) *100= 23%	-	-	-	-	-	-	-
	Odontología	-	-	-	-	-	-	(7/46) *100= 15%	-	-	(16/29) *100= 55%	-	-	-	(2/9) *100= 22%
	Sicología	(30/73) *100= 41%	(6/184) *100= 3.3%	-	(42/197) * 100 21%	(6/24) *100= 25%	-	(33/129) *100= 35%	(3/19) *100= 16%	(21/86) *100= 24%	-	(12/92) *100= 13%	-	(9/18) *100= 50%	(7/45) *100= 16%
	Sociología	(25/32) *100= 78%	-	(28/47) *100= 60%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Téc. Profesional en Fútbol	-	-	-	-	-	-	(4/13) *100= 31%	-	-	-	-	-	-	-
	Especializaciones	(62/116) *100= 53%	(4/108) *100= 3.7%	-	(16/95) *100= 17%	-	(31/72) *100= 42%	-	-	-	-	(11/ 203) *100= 5.4%	(13/19) *100= 68%	(2/129) *100= 2%	-

**TABLA 8. NIVEL DE GESTIÓN POR PROGRAMAS ACADÉMICOS SEGÚN SEDE
2003**

Continuación

Definición del indicador	Estratos	INDICADORES POR PROGRAMA SEGÚN SEDE														PROMEDIO GENERAL
		Bogotá	B/meja	B/manga	Cali	Espinal	Ibagué	Medellín	Montería	Neiva	Pasto	Popayán	Quibdo	S/Marta	V/cio.	
RESUMEN	ALTO	60,75%	100%	60.0%	55.00%	51.60%	69.5%	37.70%	-	24.5%	62.00%	-	79.5%	50.00%	63.0%	52.54%
	MEDIO	17,5%	-	27.5%	26.00%	20.37%	43.0%	26.70%	14.00%	16.5%	35.89%	14.67%	-	14.33%	20.6%	23.10%
	BAJO	6,4%	8.1%	14.0%	13.75%	7.89%	11.0%	16.33%	7.35%	6.0%	21.00%	8.10%	-	4.40%	7.0%	9.64%

TABLA 9. NIVEL DE GASTO EN PREMIOS 2003

(Miles de \$)

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES												
		Quibdo	Medellín	Popayán.	Bogotá	S/Marta	B/manga	Montería	Cali	Espinal	Ibagué	Neiva	Pasto	
Nivel de gasto en premios.	(Total de gasto en premios / Total de gastos del encuentro) * 100	(1'500/2'500) *100=	(14'000/38'500) *100=	(2'600/8'252) *100=	(7'109/26'146) *100=	(1'000/4'479) *100=	(1'500/7'600) *100=	(70/1'500) *100=	-	-	-	-	-	
		60%	36,36%	31,51%	27,19%	22,33%	19,74%	4,67%						
INDICADOR PROMEDIO POR ESTRATO		ESTRATO ALTO = 48,18%	ESTRATO MEDIO = 27,01%			ESTRATO BAJO = 12,20%		No tuvieron gasto en premios.						
INDICADOR PROMEDIO NACIONAL		(27.779 / 122.834) *100 = 22,62 %												

TABLA 10. NIVEL DE GASTO EN RECORDATORIOS 2003

(Miles de \$)

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES											
		Ibagué	Popayán	Quibdo	Bogotá	Cali	Medellín	S/Marta	B/manga	Espinal	Montería	Neiva	Pasto
Nivel de gasto en recordatorios	(Total de gasto en recordatorios / Total de gastos del encuentro) * 100	(3'100/3'100) *100=	(4'552/8'252) *100=	(1'000/2'500) *100=	(11'837/26'146) *100=	(3'560/10'458) *100=	(9'320/38'500) *100=	(300/4'479) *100=	-	-	-	-	-
		100%	55%	40%	38%	34%	24%	7%					
INDICADOR PROMEDIO POR ESTRATO		ESTRATO ALTO = 58%				ESTRATO MEDIO = 29%		ESTRATO BAJO = 7%	No tuvieron gasto en recordatorios				
INDICADOR PROMEDIO NACIONAL		(33.669 / 122.834) *100 = 27,41 %											

TABLA 11. NIVEL DE GASTO EN LOGÍSTICA Y CONVOCATORIA 2003

(Miles de \$)

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES											
		Pasto	Espinal	Neiva	Montería	B/manga	S/Marta	Cali	Medellín	Bogotá	Popayán	Ibagué	Quibdo
Nivel de gasto en logística y convocatoria.	(Total de gasto en logística y convocatoria / Total de gastos del encuentro) * 100	(5'121/5'121) *100=	(3'178/3'178) *100=	(12'000/12'000) *100=	(1'430/1'500) *100=	(6'100/7'600) *100=	(3.179/4'479) *100=	(6'898/10'458) *100=	(15'180/38'500) *100=	(7'200/26'146) *100=	(1'100/8'252) *100=	-	-
		100%	100%	100%	95%	80%	71%	66%	39%	28%	13%		
INDICADOR PROMEDIO POR ESTRATO		ESTRATO ALTO = 99%				ESTRATO MEDIO =72%			ESTRATO BAJO =27 %			No tuvieron gasto en logística o no reportaron datos.	
INDICADOR PROMEDIO NACIONAL		(61.386 / 122.834) *100 = 49,97 %											

TABLA 12. GASTO PROMEDIO POR EGRESADO ASISTENTE AL ENCUENTRO 2003

(Miles de \$)

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES											
		Bogotá	Cali	Medellín	Neiva	Popayán	Espinal	Quibdo	S/Marta	B/manga	Pasto	Ibagué	Montería
Gasto promedio por asistente al encuentro.	Total gastos del encuentro / No. de asistentes	(26'146/539)= \$48.508	(10'458/168)= \$62.253	(38'500/500)= \$77.000	(12'000/206)= \$58.252	(8'252/162)= \$50.938	(3'178/166)= \$27.399	(2'500/80)= \$31.250	(4'479/148)= \$30.263	(7'600/760)= \$10.000	(5'121/263)= \$19.471	(3'100/218)= \$14.220	(1'500/10)= \$150.000
INDICADOR PROMEDIO POR ESTRATO		ESTRATO ALTO = \$59.390				ESTRATO MEDIO = \$29.637			ESTRATO BAJO = \$14.563			CASO ATIPICO	
INDICADOR PROMEDIO NACIONAL		(122.834 / 3.331) = \$ 36.876											

TABLA 13. NIVEL DE FINANCIACIÓN CONSEGUIDA DE FUENTES EXTERNAS A LA UNIVERSIDAD 2003

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES											
		Medellín	S/Marta	Espinal	Cali	B/manga	Bogotá	Popayán	Ibagué	Montería	Neiva	Pasto	Quibdo
Nivel de financiación del encuentro con fuentes externas.	Total financiamiento por fuentes externas / Total de gastos del encuentro * 100	(40'000/38'500) *100= 104%	(3'000/4'479) *100= 67%	(1'440/3'178) *100= 45%	(2'600/10'458) *100= 25%	(1'500/7'600) *100= 20%	(3'850/26'146) *100= 15%	(695/8'252) *100= 8%	-	-	-	-	-
INDICADOR PROMEDIO POR ESTRATO		ESTRATO 1 = 72%			ESTRATO 2 = 22,5%		ESTRATO 3 = 11,5%		No tuvieron financiación externa				
INDICADOR NACIONAL		(53.085 / 122.834) *100 = 43,22 %											

TABLA 14. NÚMERO DE EGRESADOS DE OTRAS SEDES QUE ASISTIERON AL ENCUENTRO 2003

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES													
		Quibdo	Espinal	S/Marta	Montería	B/meja	Ibagué	Medellín	Cali	Neiva	Pasto	Popayán	Bogotá	B/manga	V/cio
Participación de egresados de otras sedes.	No. de egresados de otras sedes que asistieron al encuentro.	15	6	5	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL		29													

TABLA 15. ENCUESTAS DILIGENCIADAS POR LOS EGRESADOS 2003

Nombre del indicador	Definición del indicador	INDICADORES													
		B/meja	Cali	Espinal	Ibagué	Medellín	Montería	Neiva	Pasto	Popayán	Quibdo	V/cio	B/manga	S/Marta	Bogotá
Cobertura de la encuesta aplicada.	Total de encuestas diligenciadas / Total egresados asistentes al encuentro * 100	(59 / 59) *100=	(168 / 168) *100=	(116 / 116) *100=	(218 / 218) *100=	(500 / 500) *100=	(10 / 10) *100=	(206 / 206) *100=	(263 / 263) *100=	(162 / 162) *100=	(80 / 80) *100=	(102 / 102) *100=	(681 / 760) *100=	(95 / 148) *100=	(267 / 539) *100=
		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	90%	64%	49%
INDICADOR PROMEDIO NACIONAL		(2.868 / 3.237) *100 = 88,6 0%													

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 El Plan Estratégico Nacional 2001-2006 “*Movilización por la Excelencia*” definió como uno de sus objetivos estratégicos principales el “establecer redes de cooperación regional, nacional e internacional para el desarrollo científico, tecnológico y social”, para ello se está implementando el programa de “vinculación universidad y contexto” donde una de sus prioridades es el aumentar el vínculo con nuestros egresados, tema que ha cobrado fuerza en los ejercicios de autoevaluación que condujeron a la concreción de condiciones mínimas de calidad y que en la actualidad orientan el proceso de acreditación voluntaria. Aunque existen antecedentes importantes de estudios y encuentros en algunas sedes y programas académicos, se requiere desarrollar una línea de acción coordinada institucionalmente que permita consolidar el sistema de información que facilite el control del impacto institucional a través de sus egresados profesionales a nivel regional y nacional, el portafolio de servicios a ofrecer y en una proporción importante su vinculación a los procesos de mejoramiento de la calidad que orientan la acción de la universidad en el presente.

10.2 La realización del 1er Encuentro Nacional de Egresados en noviembre del 2003 marca un hecho altamente significativo en el proceso de consolidación de nuestro sistema de información sobre egresados. A su vez la realización en simultánea con parámetros definidos nacionalmente permitió hacer un ejercicio de “benchmarking” identificando las mejores prácticas en cada sede con respecto a las diferentes dimensiones que involucran eventos de este tipo y con ello fomentar economías de aprendizaje institucional que nos generen prácticas de mayor calidad.

10.3 Con respecto a los objetivos del encuentro se podría decir que en términos generales se avanzó en la actualización de datos, la vinculación de algunos egresados a procesos de calidad y la socialización de algunas posibilidades de educación continuada. Quedaron pendientes la presentación del proyecto de empleo en línea y la actualización de egresados en temas de interés profesional específico.

Para mejorar en futuros eventos, sugerimos que en el momento de planeación se definan simultáneamente los indicadores y metas que concretan los objetivos, lo cual permite evaluar la viabilidad de los mismos y con ello comprometernos con los que realmente cumpliremos. Además las metas e indicadores son la mejor orientación para planear de manera organizada las actividades que conducirán al logro de objetivos.

10.4 Existe unanimidad en resaltar la importancia de divulgar la experiencia, en tanto, ésta tuvo impactos positivos a nivel interno y externo a la institución. Permitted la divulgación de nuestros logros en calidad académica, infraestructura física y proyectos de desarrollo. Se restablecieron lazos de comunicación que deben mantenerse y enriquecerse y su realización nacional nos dio un sentido de fortaleza institucional que debe ser reinvertido en los demás proyectos y actividades que orientan nuestro desarrollo.

10.5 El diagnóstico que orientó la realización del evento a nivel nacional fué similar en todas las sedes resaltando la pertinencia social y educativa del contacto con los egresados como también el reconocimiento de una debilidad en este aspecto la cual tiene comienzos de solución con el evento pero ante todo con una orientación y compromiso de continuidad sin los cuales no será posible lograr resultados realmente satisfactorios.

10.6 La metodología fué en general semejante en las sedes con un liderazgo evidente de las Direcciones Académicas y Administrativas, el DARC, Bienestar y Comunicaciones, con base en los parámetros definidos nacionalmente.

Los Decanos y Coordinadores, el personal administrativos y algunos estudiantes apoyaron activamente el proceso. Se espera que la inclusión obligatoria de la realización del 2º encuentro en los planes de mejoramiento anual de el espacio para conformar equipos colegiados que le den un valor agregado a la organización aportando mayor creatividad y efectividad al evento.

10.7 Al evaluar los resultados e indicadores resultantes de la experiencia surgen objetivos y metas de trabajo que deberán ser gestionados y logrados antes del próximo evento y evaluados a posteriori. Son ellos:

OBJETIVO	META	RESPONSABLE
➤ Tabular y concluir sobre las encuestas del 1er encuentro de egresados.	➤ 1 documento síntesis.	➤ Cada sede.
➤ Planear el evento con la debida anticipación.	➤ 3 meses antes (Agosto).	➤ Cada sede. ➤ Equipo Organizativo Nacional.
➤ Integrar equipos de trabajo.	➤ 1 equipo líder conformado por directivos académicos y administrativos, docentes, estudiantes y egresados.	➤ Cada sede.
➤ Posicionar la imagen institucional.	➤ 1 campaña institucional nacional para medios de comunicación externos. ➤ 1 paquete de piezas publicitarias para los egresados.	➤ Cada sede. ➤ Equipo Organizativo Nacional.
➤ Definir un portafolio de servicios a ofrecer.	➤ 1 portafolio nacional.	➤ Cada sede. ➤ Equipo Organizativo Nacional.
➤ Definir mecanismos de participación de egresados en procesos de calidad.	➤ 1 documento propuesta.	➤ Cada sede.
➤ Aumentar el nivel de cobertura de la base de datos.	➤ 10% mas en cada sede. ➤ 73% nacional. ➤ Servicio de registro virtual. ➤ 1 inventario de asociaciones de egresados.	➤ Cada sede. ➤ Equipo Organizativo Nacional.
➤ Aumentar el nivel de contactos a egresados para el evento.	➤ 20% mas en cada sede. ➤ 75% a nivel nacional.	➤ Cada sede.

➤ Incrementar el nivel de cobertura del encuentro.	➤ 15% nacional. ➤ 10% mas en cada sede.	➤ Cada sede.
➤ Disminuir nivel de gastos en premios y recordatorios.	➤ 10% ➤ 1 premio nacional ➤ Paquetes de recordatorios unificados.	➤ Cada sede. ➤ Equipo Organizativo Nacional.
➤ Optimizar el gasto en logística y convocatoria.	➤ Menos 10%. ➤ 1 servicio virtual de convocatoria. ➤ 1 servicio integrado de mensajería.	➤ Cada sede.
➤ Disminuir el gasto promedio por egresado asistente al encuentro.	➤ Menos 10%.	➤ Cada sede.
➤ Aumentar el nivel de financiación de fuentes externas.	➤ Mínimo 50% del evento en cada sede.	➤ Cada sede.
➤ Diseñar mecanismos de control y seguimiento a los resultados del evento.	➤ 1 encuesta para egresados. ➤ 1 encuesta autoevaluativa para organizadores.	➤ Equipo Organizativo Nacional.

10.8 Le corresponde a cada sede y al equipo organizativo nacional del 2º Encuentro Nacional de Egresados el concretar las metas y con base en lo propuesto definir las actividades que nos conducirán a ellas, personalizando los correspondientes responsables de la gestión.

10.9 Por último, resaltamos que en la medida que nos proponemos metas institucionales y que la evaluación nacional hace evidente la necesidad de fomentar las sinergias entre las sedes **LOS INVITAMOS A COMUNICARSE E INTERACTUAR** para sacar el mejor provecho de las experiencias ejemplarizantes que hemos descrito anteriormente y a partir de ello dar pasos informados y confiados hacia el éxito de nuestros proyectos.

2º Encuentro Nacional de Egresados

“Una Universidad, Todo un País”