



Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes

INFORME DE GESTIÓN

Diciembre 31 de 2023

ÍNDICE



Comunidad	3
Capítulos	35
Áreas misionales	40
Gerencia de Servicio	68
Convenios y alianzas	79
Gestión institucional	87
Formulación Estratégica	100
Gestión Administrativa y Financiera	104

Comunidad:

Nacional
Regional Caribe
Regional Suroccidente
Regional Antioquia
Regional Tolima Grande
Red Global

Capítulos**Áreas Misionales**

Empleabilidad
Impacto Social
Emprendimiento
Cultura
FEDU

Gerencia de Servicio:

Puntos de atención
Sede Nacional

Convenios y Alianzas**Gestión institucional:**

XXXI Congreso Uniandino
Mercadeo y Comunicaciones
Proyectos Área de Operaciones

Formulación Estratégica**Gestión Administrativa y Financiera**

COMUNIDAD

Para efectos prácticos de este informe, se utilizará el término afiliados para referirnos a los Asociados.



COMUNIDAD

NACIONAL





Se logró consolidar un trabajo conjunto con la Universidad de los Andes, uniendo esfuerzos y mostrando que “somos uno solo”, acompañando a los egresados a lo largo de su vida. El 2023 se caracterizó por una articulación entre la Universidad, los Capítulos, las Regionales y las Comunidades Internacionales.



- Universidad:** Se estableció un comité mensual de relacionamiento entre la Universidad y el equipo gerencial, **para trabajar en el desarrollo de actividades y estrategias conjuntas que impacten a la comunidad.** Se realizaron 2 eventos de grados, con **350 afiliaciones**, representando un **22 % de conversión.** Adicionalmente, se participó en **19 actividades** con una vinculación de **698 afiliados** vs. **559** afiliados en 2022, incrementando un **20 %.**
- Capítulos:** En **actividades conjuntas con la Universidad de los Andes** se tuvo una participación de **180** graduandos, con una vinculación a la Asociación de **105 nuevos afiliados.** Se ha venido realizando un trabajo articulado con algunas facultades, generando espacios de participación y relacionamiento entre colegas.
- Regionales:** Se trabajó en la optimización y estandarización en los modelos de seguimiento y control para alinear las estrategias a nivel nacional en términos de atracción, fidelización y retención.
- Internacionalización:** El 2023 se cerró con **51 comunidades**, en **42 países** y **15** estados, **conectando a 5.183 egresados** y **392 afiliados.** Cabe destacar el gran apoyo que estas comunidades están dando a las áreas de Empleabilidad, Emprendimiento e Impacto Social.



CRECIMIENTO AFILIADOS:

Afiliados cierre 2015	11.832
-----------------------	--------

CIERRE SIN RETIROS CONGELADOS

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
AFILIADOS TOTALES	12.848	13.403	13.580	14.067	13.288	13.692	14.635	15.009
% DE CRECIMIENTO	9%	4,3%	1,3%	3,6%	-5,5%	3,0%	6,9%	2,6%

CIERRE AJUSTADO CON RETIROS

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
AFILIADOS CONGELADOS SIN COBRO	1.025	1.015	1.011	975	971	955	886	789
AFILIADOS ACTIVOS **	11.823	12.388	12.569	13.092	12.317	12.737	13.749	14.220
CRECIMIENTO AÑO	-0,1%	4,8%	1,5%	4,2%	-5,9%	3,4%	7,9%	3,4%

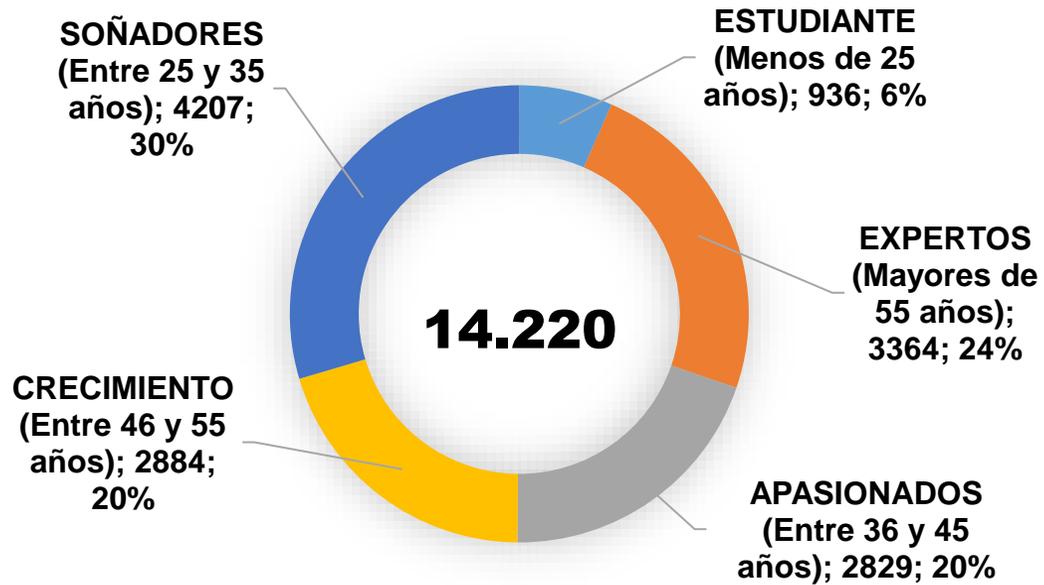
** Congelados con viajes al exterior, honorarios, vitalicios, activos normales, consejeros y congelados por situación económica que están cumpliendo

Se identificó que en el número de afiliados totales se incluían los congelados por situación económica y se definió por parte de la Junta Directiva, no sumarlos en el total y ajustar las cifras históricas; sin perder esta información, ya que es necesario hacer un trabajo con ellos de retención y recuperación.



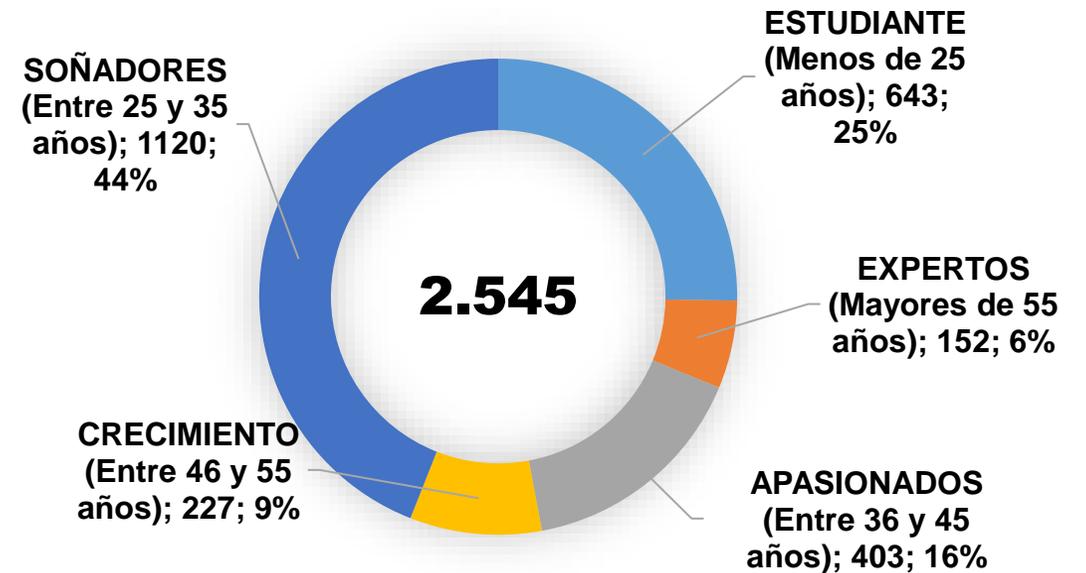
SEGMENTACIÓN:

SEGMENTO TOTAL AFILIADOS 2023



El 56 % de los afiliados actuales son menores de 45 años, manteniendo la misma distribución porcentual del año 2022.

SEGMENTO NUEVOS AFILIADOS 2023

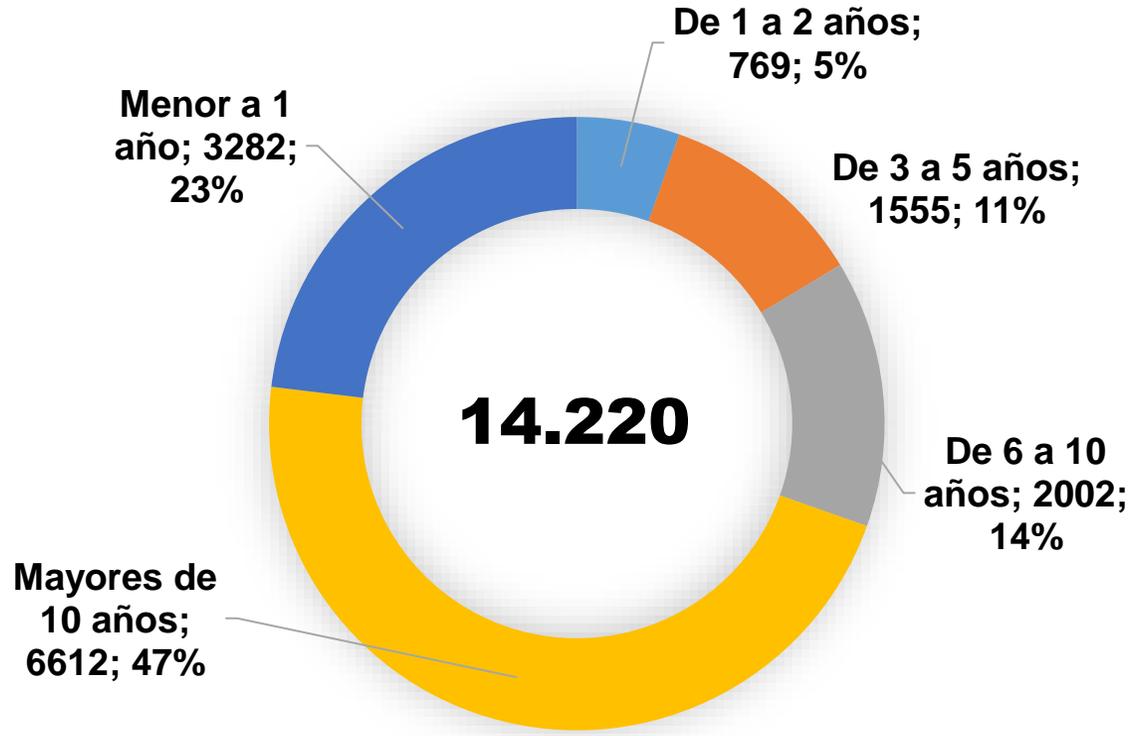


De los afiliados nuevos en el 2023, el 69 % corresponde a los segmentos de estudiantes y soñadores, que son menores de 35 años.



SEGMENTACIÓN:

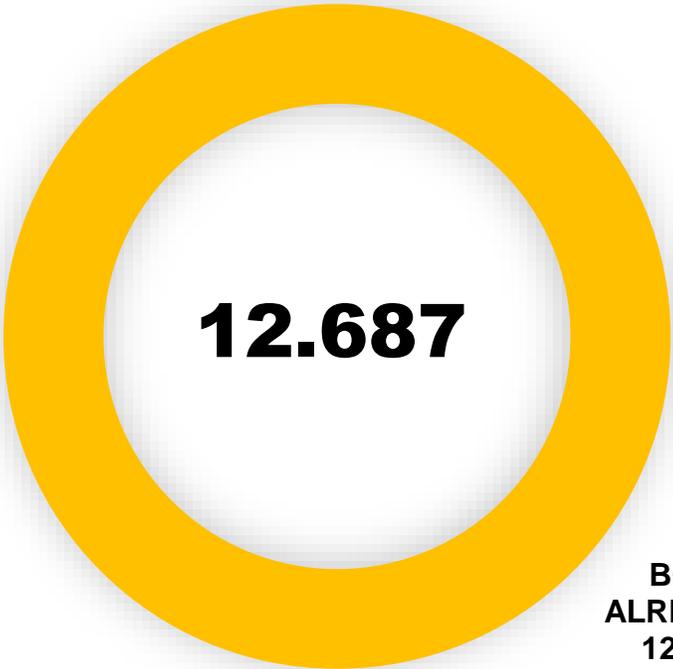
TOTAL AFILIADOS POR ANTIGÜEDAD 2023



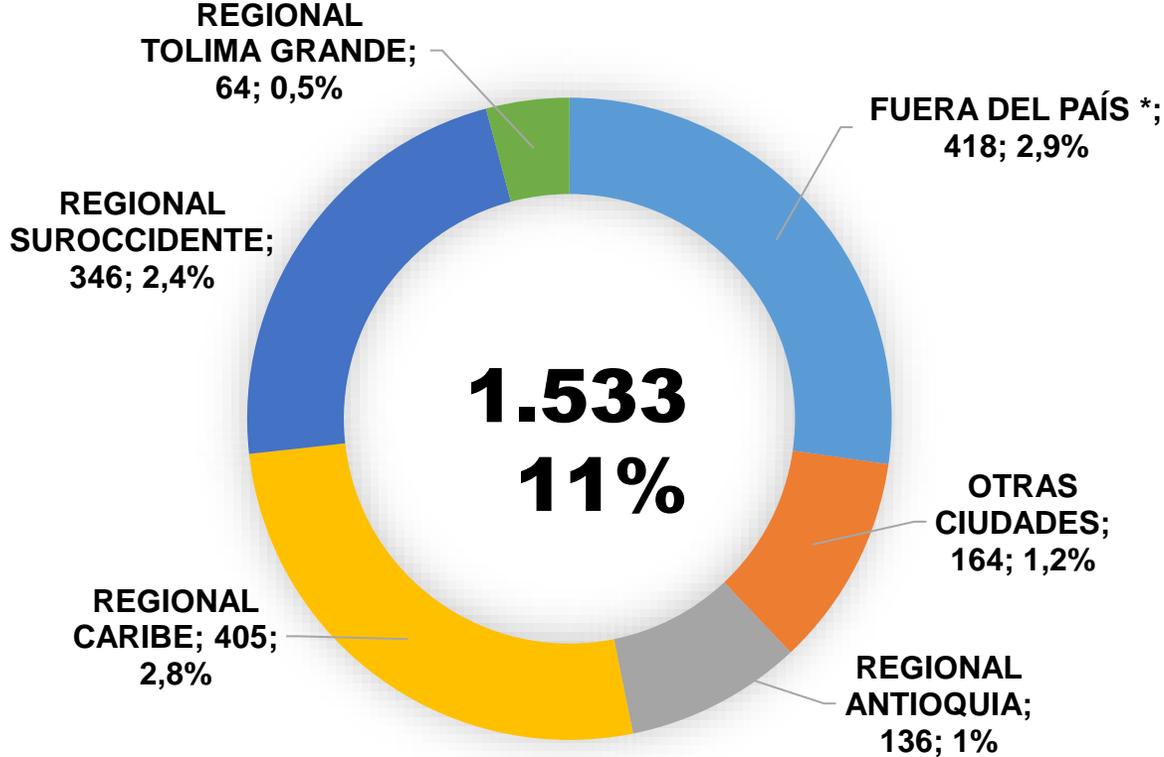
El **61 %** de los afiliados actuales tienen una **antigüedad mayor a 5 años**, manteniendo la tendencia frente al 2022.



SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA:



BOGOTA Y ALREDEDORES;
12.687; 89%

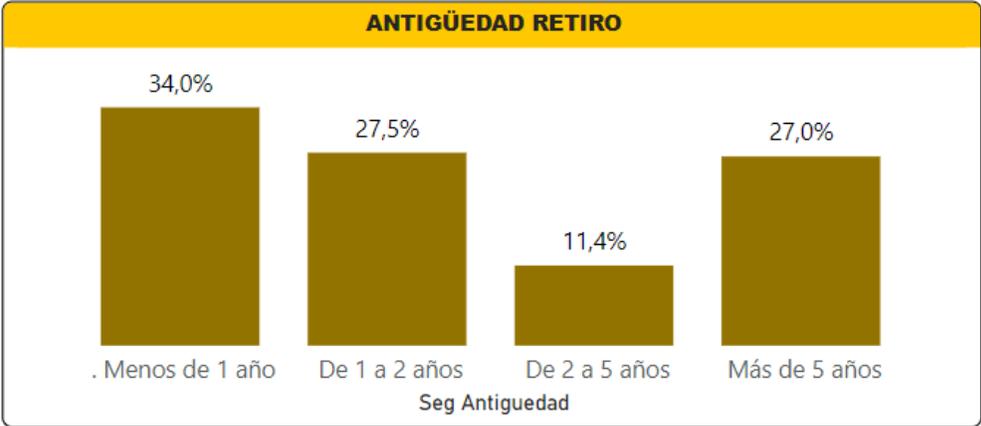
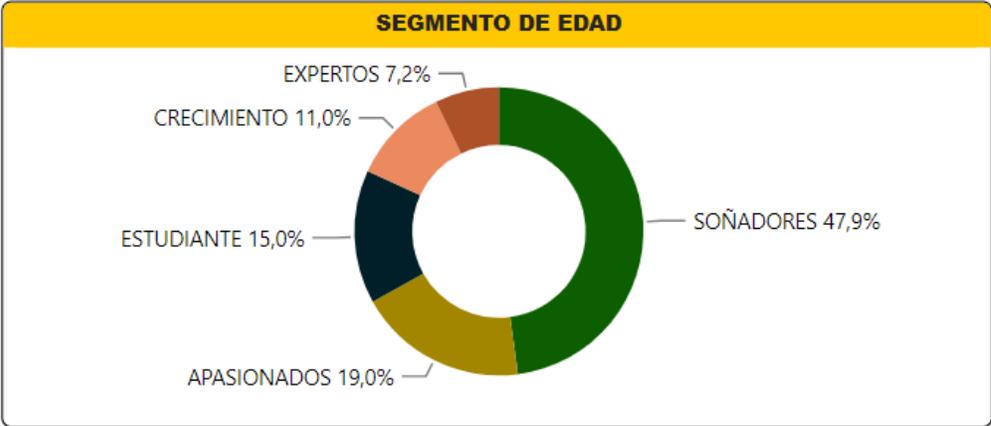
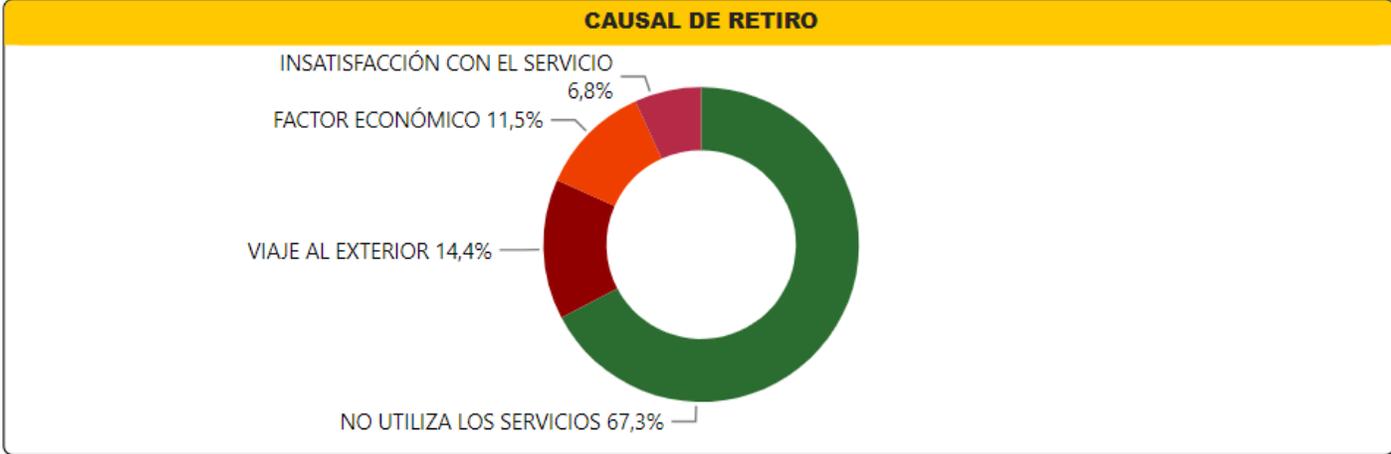


*De los 418 afiliados que están fuera del país, 392 están conectados en la comunidad internacional de su país de residencia .



PERFIL RETIROS VOLUNTARIOS 2023

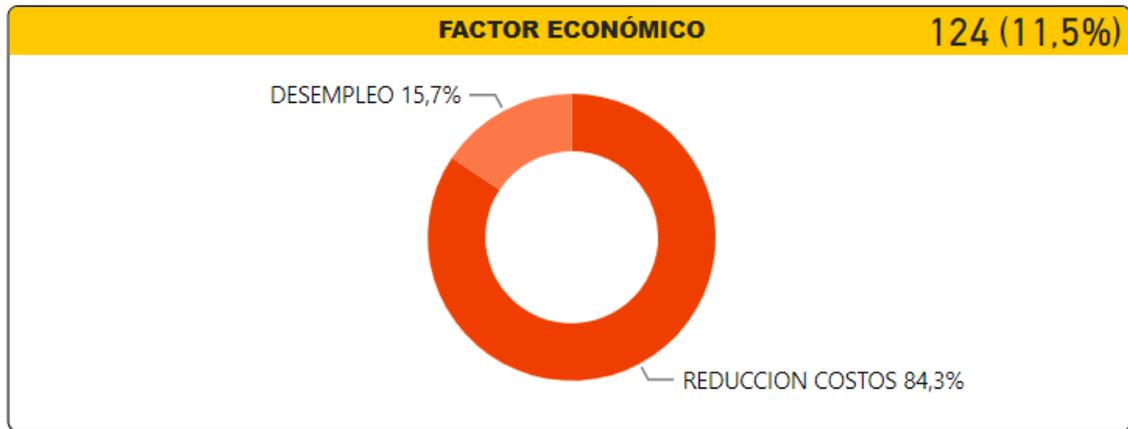
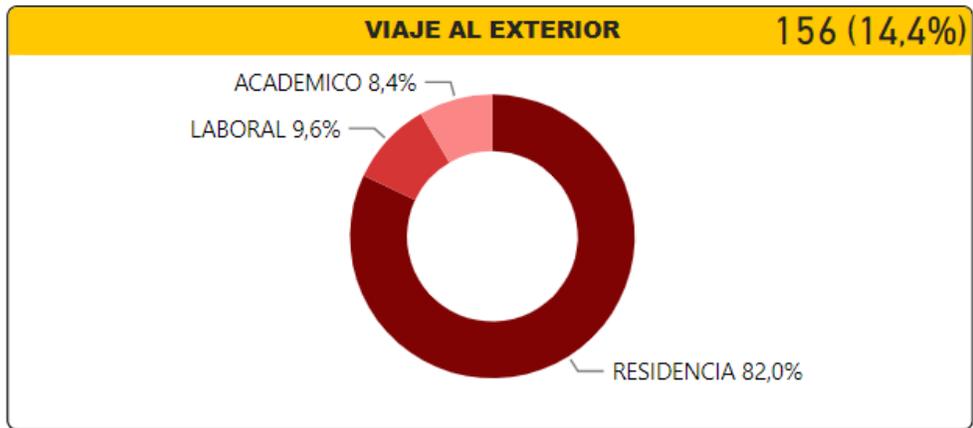
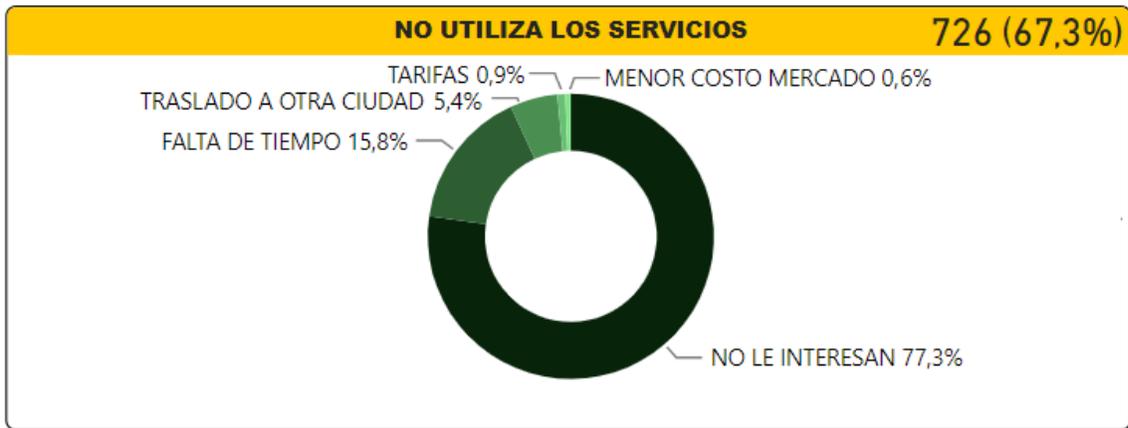
TOTAL
1.079



El total retiros de 2023 fue de 1.079 afiliados, frente a 993 del año 2022. El segmento de antigüedad de menos de 1 año tuvo una disminución debido al trabajo que se viene realizando con los nuevos afiliados y sus padres cerrando en un 34% frente al 2022 que tuvo un cierre de 52%



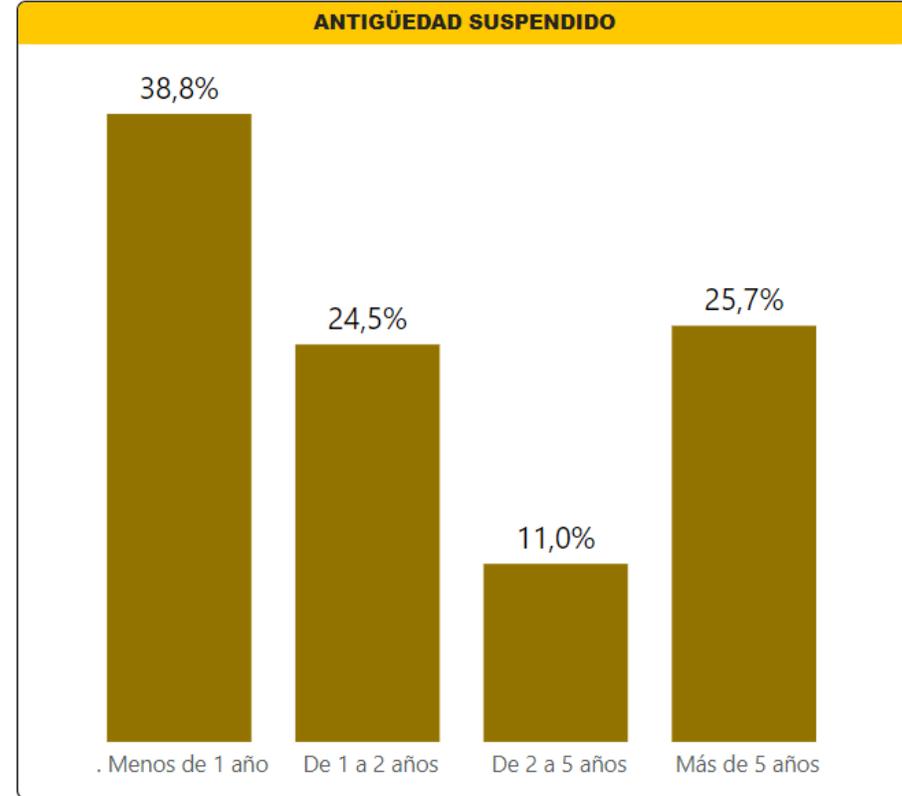
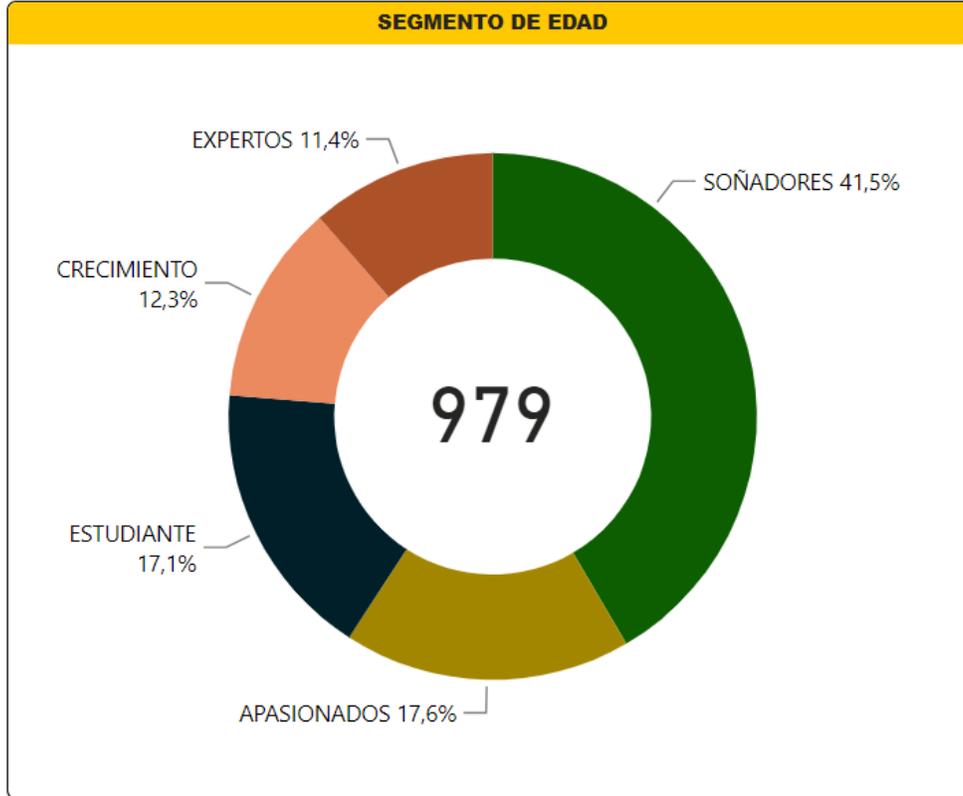
PERFIL RETIROS POR CAUSAL



El comportamiento de causales de retiro por perfil del afiliado se mantiene en las mismas tendencias y porcentajes del 2022, siendo la no utilización de servicio, la causal más alta, seguido de viaje al exterior y factor económico.



PERFIL SUSPENDIDOS 2023



Para los suspendidos por mora se tuvo una disminución del 14% frente al año 2022, pasando de 1.137 a 979 cierre 2023. Se resalta la disminución que se tuvo en el segmento de menor a 1 año pasando de 52% al 38,8%



ACCIONES DE RETENCIÓN

Con el objetivo de minimizar la tasa de retiro de afiliados, se definieron planes de acción en el 2023, los cuales tendrán continuidad en 2024, tales como:

- 1. Sistema Integrado de Gestión:** En julio de 2023 se lanzó la plataforma, su objetivo es adelantar el adecuado manejo, gestión y monitoreo de oportunidades, con el fin de conectar eficientemente a los afiliados con los servicios y beneficios de la Asociación. Se procesaron **3.274** oportunidades entre junio y diciembre de 2023, con una tasa de conversión del **57 %**. Para 2024 esperamos doblar esta cifra.
- 2. Creación y ejecución de campañas para la generación de oportunidades:** **Campaña de Bienvenida**, busca conectar nuevos afiliados con los servicios y los Capítulos. **Modelo Predictivo de Retiro**, para la conexión del afiliado con servicios y beneficios de la Asociación para evitar su retiro. **Campaña Soñadores**, se enfoca en la profundización de convenios con los padres del segmento joven y extensión de usuarios en convenios. De junio a diciembre, se generaron **1.692 oportunidades** para todas las áreas en las campañas anteriormente mencionadas y un crecimiento del **6,4 % en usuarios de convenios**.
- 3. Diagnóstico para adelantar la consultoría de *costumer experience*:** orientada a definir planes de acción enfocados a mejorar el nivel de satisfacción y, por ende, reducir los retiros y generar fidelización. La meta en 2024 es reducir **22 %** la tasa de deserción.



INDICADORES DE GESTIÓN

Total afiliados a nivel nacional:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
14.220	14.710	-490	97%	13.749	471	3%

Ingresos cuotas de afiliación (cifras en millones de pesos):

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
\$ 4.961	\$ 4.783	\$ 178	104%	\$ 4.384	577	13%

Número de usuarios de convenios colectivos por nuevos afiliados:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
718	680	38	106%	438	280	64%

- Corresponde al 48 % del ingreso total por afiliaciones



COMUNIDAD

REGIONAL CARIBE



Desde la regional Caribe se ha trabajado en fortalecer la estrategia de comunidad y de los temas de interés, empezando por Barranquilla, Cartagena y Santa Marta, ciudades donde se encuentra el 95 % de los afiliados.



Crecimiento: Se suman **31 nuevos afiliados** durante el 2023, con un crecimiento del **8 %** respecto al 2022, cerrando el año con **405 afiliados**.

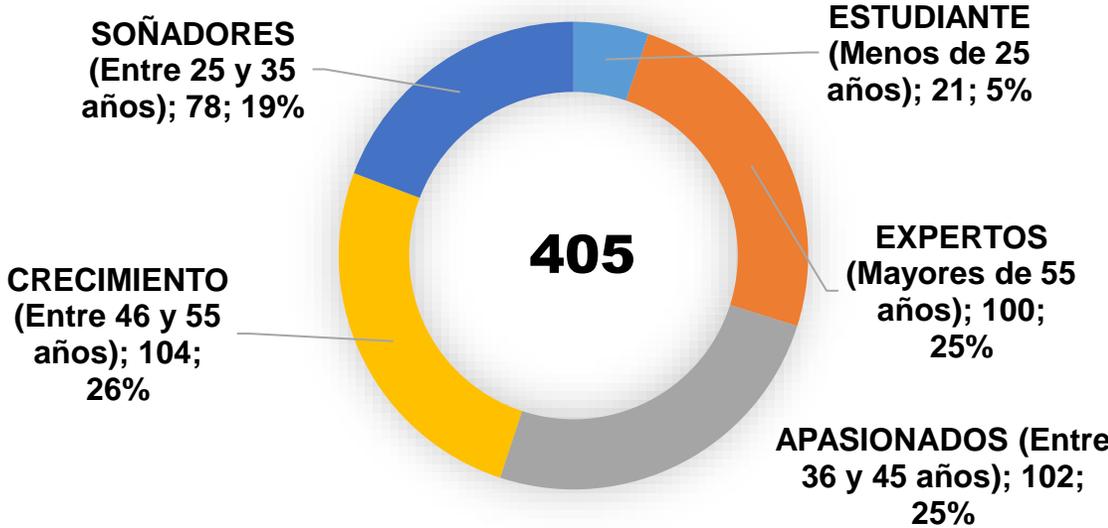
Actividades:

- Se desarrollaron **46 eventos**, **17 de Comunidad**, **11 de Emprendimiento**, **4 de Cultura**, **4 de Empleabilidad y Desarrollo Profesional**, **3 de Arte**, **3 de Chiquiandinos**, **3 temas de interés local** y **1 de Impacto Social**.
- Se tuvo un **incremento en la participación del 17,5 %** de la comunidad en las actividades frente al año anterior, pasando de **1.566 a 1.840 asistentes**.
- La segmentación de participantes en los eventos fue: **45 % afiliados**, egresados no afiliados y estudiantes **3 %**, **8 % familiares** y **44 % invitados**
- Barranquilla fue **Sede en 2023 del XXXI Congreso Uniandino** con la temática: **“Inteligencia artificial: reflexiones y retos”**



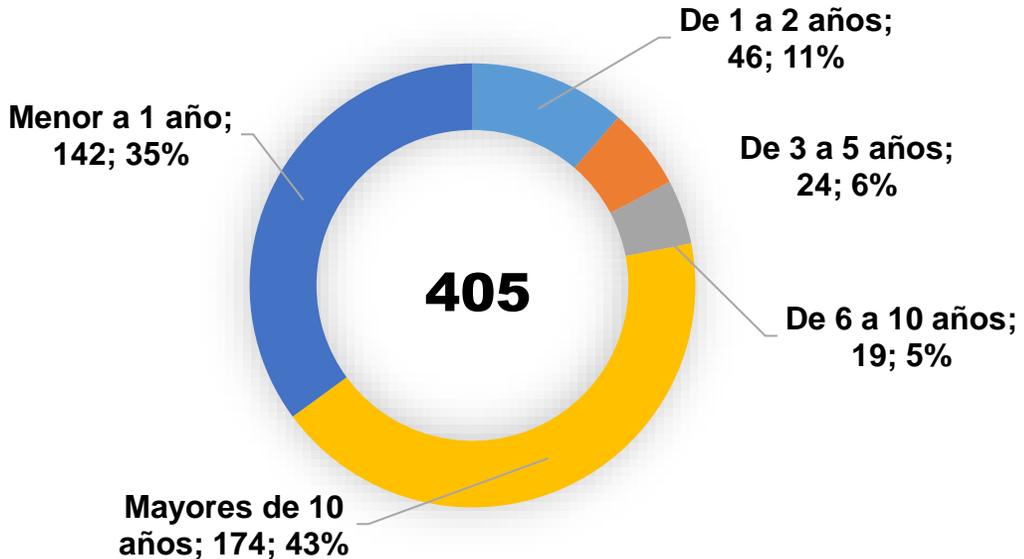
SEGMENTACIÓN

SEGMENTO TOTAL AFILIADOS



El 44 % de los afiliados de la Regional Caribe se encuentra entre 25 y 45 años, a Nivel Nacional este mismo rango es del 50 %

TOTAL AFILIADOS POR ANTIGÜEDAD



El 52 % de los afiliados de la Regional Caribe tienen una antigüedad mayor a 5 años



INDICADORES DE GESTIÓN

Total afiliados Regional Caribe:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
405	436	-31	93%	374	31	8%

Número de usuarios de convenios colectivos por nuevos afiliados:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
15	30	-15	50%	11	4	36%

Participantes de la comunidad a eventos de la regional:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
1.840	1.790	50	103%	1.566	274	17%



COMUNIDAD

REGIONAL SUROCCIDENTE



El eje de la Regional Suroccidente en el 2023 ha sido la consolidación de comunidad, buscando una mayor participación y fidelización de sus afiliados a través de actividades conjuntas con las áreas misionales de la Asociación. Al cierre de 2023, el número de afiliados muestra una reducción, explicada en su mayor porcentaje por el traslado de 18 personas a la Regional Tolima Grande por su ubicación geográfica.

Actividades:

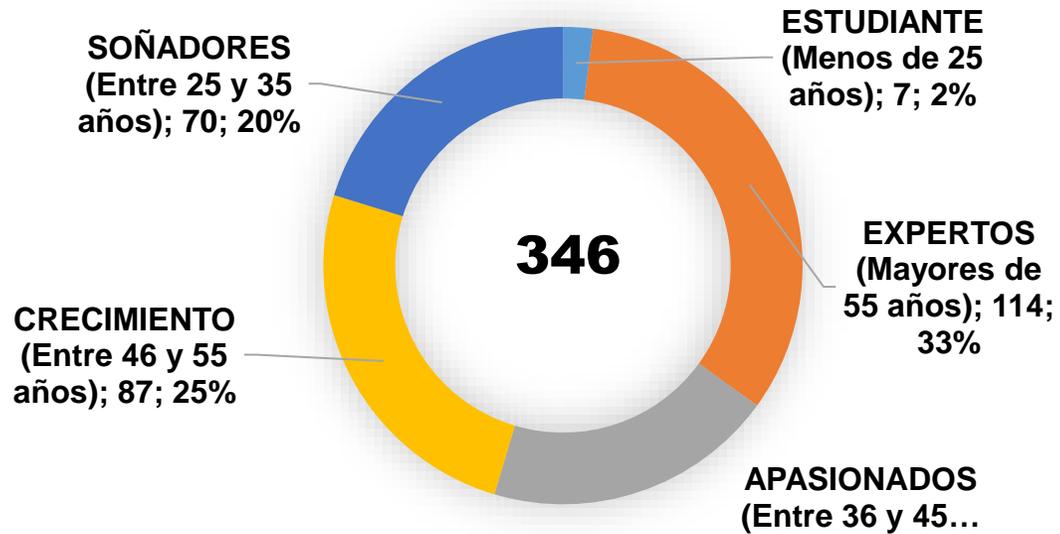
- Se realizaron **8 talleres**, **40 eventos** culturales y artísticos y **24 eventos** en conjunto con las áreas de **Empleabilidad y Emprendimiento**.
- Se contó con una participación total de **1.375 asistentes** a los eventos: **54 % afiliados**, **11 % familiares** y **35 % invitados**.
- Se han venido trabajando y desarrollando en la regional **4 proyectos con participación del voluntariado**, con soporte del equipo de la regional, enfocados en conocer, perfilar y entender a la comunidad de la región.
- Se participó en el **City+ - Congreso Internacional de Territorios Inteligentes** en el Centro de Eventos del Valle del Pacífico, con un stand que le dio visibilidad a la marca. Además, la Regional recibió un galardón en la categoría de **Innovación Colaborativa**.





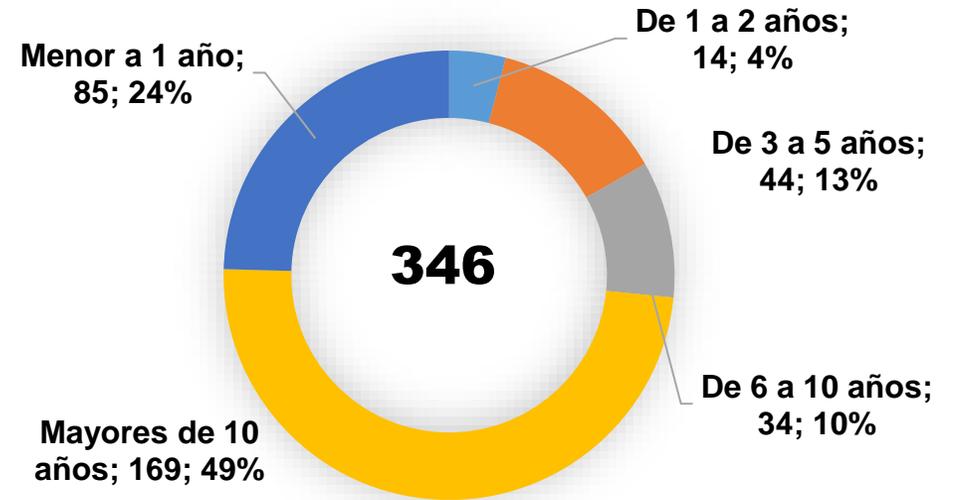
SEGMENTACIÓN:

SEGMENTO TOTAL AFILIADOS



El 45 % de los afiliados de la Regional Suroccidente se encuentra entre 25 y 45 años, a nivel nacional este mismo rango es del 50 %

TOTAL AFILIADOS POR ANTIGÜEDAD



El 59 % de los afiliados de la Regional Suroccidente tienen una antigüedad mayor a 5 años



INDICADORES DE GESTIÓN

Total afiliados Regional Suroccidente:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
346	420	-74	82%	368	-22	-6%

Número de usuarios de convenios colectivos por nuevos afiliados:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
32	44	-12	73%	16	16	100%

Participantes de la comunidad a eventos de la regional:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
1.375	1.700	-325	81%	1.580	-205	-13%

*En marzo de 2023 se trasladaron 18 afiliados de la regional Suroccidente a la regional de Tolima por su ubicación geográfica.



COMUNIDAD

REGIONAL ANTIOQUIA



El esfuerzo y articulación de los afiliados y el equipo gerencial han fortalecido y estabilizado el proceso de la regional, quien en solo un año cuenta con oferta de valor propia en eventos, actividades y alianzas en pro del fortalecimiento y crecimiento de su comunidad. La regional Antioquia cerró en 2023 con **136 afiliados** en su segundo año de apertura, **creciendo un 10 %** respecto a 2022.

Actividades:

- Se desarrollaron **8 actividades** con una participación de más de **250 personas**, resaltando el taller de empleabilidad **“Cómo dejar de ser invisible en el mercado laboral”** que tuvo como objetivo identificar qué clases de coworker existen para hacerse visible en el mercado laboral.
- Se realizó la **Asamblea con más de 50 asistentes**, en donde se desarrolló el taller **“Liderando nuestro futuro en Antioquia”** que tuvo como objetivo identificar las necesidades de los afiliados en la región e identificar nuevos líderes para seguir fortaleciendo el voluntariado.
- Junto con el Fondo Educativo Uniandino - FEDU se desarrolló la **1.ª Charla académica de formación profesional en Medellín** en busca de extender beneficios a la región.
- Se realizó la **1.ª muestra empresarial de la región**, lo que logró abrir caminos también en este sector.

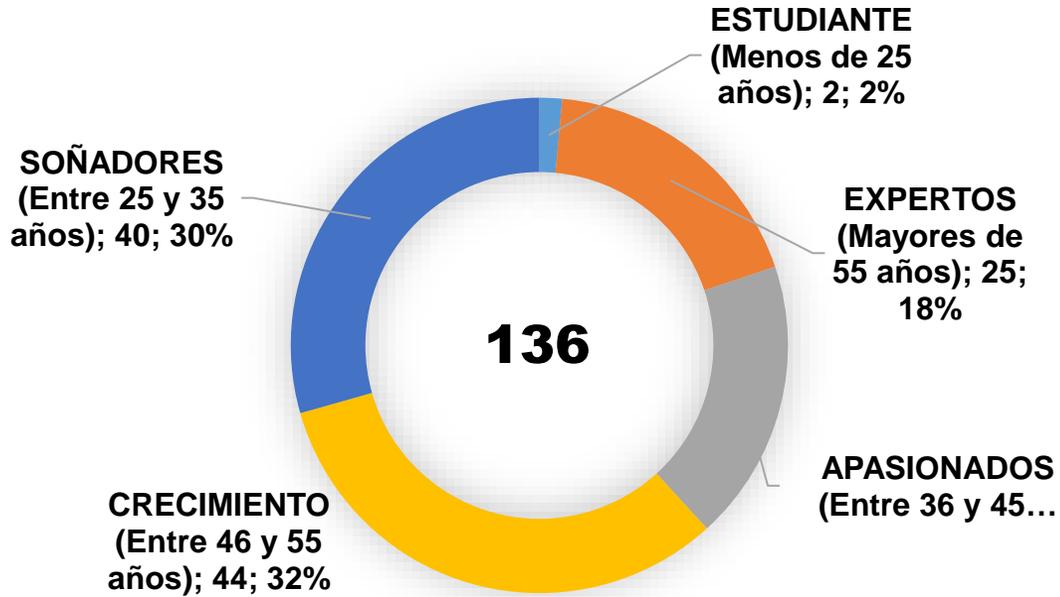
Alianzas: Se cerraron **7 alianzas** para brindar beneficios a la comunidad, dentro de los que se destaca el **Coworking con 2 sedes en Medellín**.





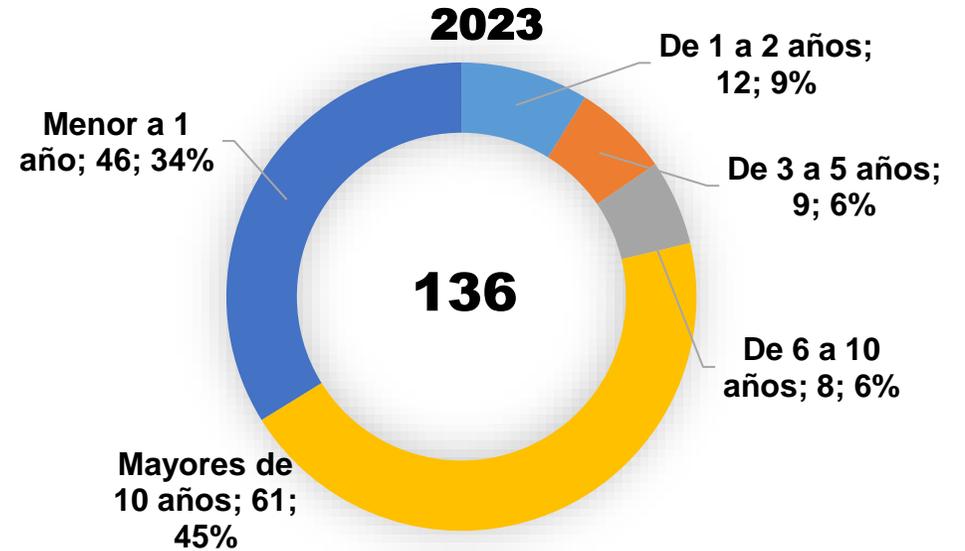
SEGMENTACIÓN:

SEGMENTO TOTAL AFILIADOS



El 48 % de los afiliados de la Regional Antioquia se encuentra entre 25 y 45 años, a nivel nacional este mismo rango es del 50 %.

TOTAL AFILIADOS POR ANTIGÜEDAD



El 54 % de los afiliados de la Regional Antioquia tienen una antigüedad mayor a 5 años.



INDICADORES DE GESTIÓN

Total, afiliados Regional Antioquia:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
136	144	-8	94%	124	12	10%

Participantes de la comunidad a eventos de la regional:

Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
252	250	2	101%	105	147	140%



COMUNIDAD

REGIONAL TOLIMA GRANDE



Desde su creación, la Regional Tolima Grande ha estado trabajando para consolidar espacios de relacionamiento, que fomenten una mayor conexión dentro de su comunidad. Establecer estos vínculos es esencial para fortalecer la cohesión y el sentido de pertenencia entre sus afiliados.

Al cierre del 2023, la Regional se consolida con **64 afiliados**, creciendo un **56 %** respecto a 2022, fomentando la conexión entre la comunidad.



64

AFILIADOS

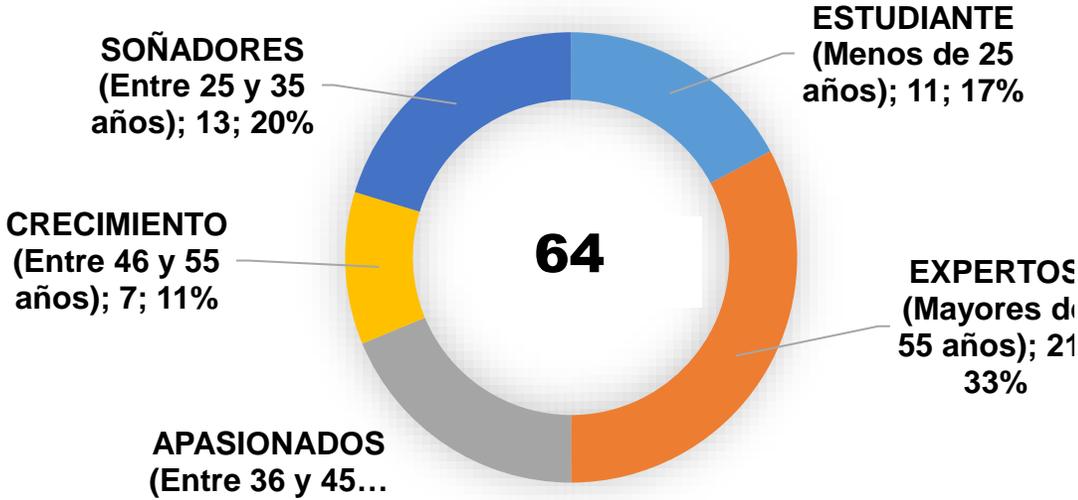
Actividades:

- **“Café con Uniandinos”**: De enero a diciembre de 2023 se han realizado **10 encuentros** en la Regional Tolima Grande con participación total de **100 asistentes**, su **objetivo** es tratar **propuestas y temáticas para la región**.
- Se tuvo apoyo y participación de la regional en la caminata desarrollada por el Capítulo de Caminantes realizada en Ibagué, **“El toche y el machi”**.
- Se realizó la **asamblea** con más de **20 asistentes**, en donde se desarrolló el taller **“Por qué unirnos”** que tuvo como objetivo identificar las necesidades y talentos de los afiliados en la región y mapear nuevos líderes para seguir fortaleciendo el voluntariado y el equipo de la regional.



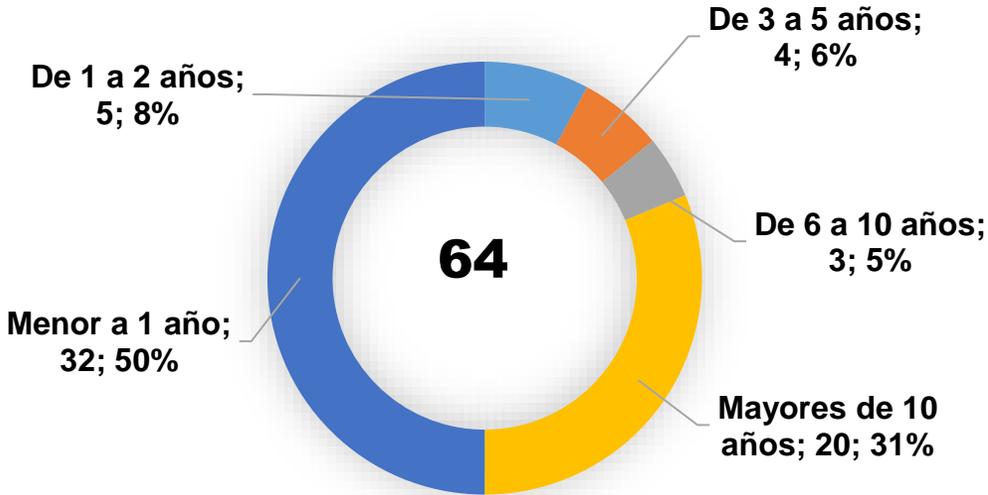
SEGMENTACIÓN

SEGMENTO TOTAL AFILIADOS



El 39 % de los afiliados de la Regional Tolima se encuentra entre 25 y 45 años, a nivel nacional este mismo rango es del 50 %.

TOTAL AFILIADOS POR ANTIGÜEDAD



El 36 % de los afiliados de la Regional Tolima tienen una antigüedad mayor a 5 años.



INDICADORES DE GESTIÓN

Total afiliados Regional Tolima:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
64	70	-6	91%	41	23	56%

Participantes de la comunidad a eventos de la regional:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
120	130	-10	92%	55	65	118%



COMUNIDAD

RED GLOBAL



El proceso de internacionalización a permitido conectar a los afiliados y egresados desde cualquier parte del mundo y se han convertido en embajadores que apoyan a quienes viajan a esos lugares para establecerse, así como a iniciativas de emprendimiento y sostenibilidad entre otros.

¡Expandiendo la huella amarilla!



Actividades: Se desarrollaron **15 eventos** con una participación de más de **430 personas**.

Resaltamos la participación en el **Global Picnic**, que tuvo como objetivo extender la huella amarilla alrededor del mundo con presencia en más de **190 ciudades**, más de **1.600 inscritos**, y generando un impacto en más de **35 países**.

Mapeo de Egresados: En el 2023 se trabajó en el mapeo de los egresados ubicados fuera del país, **27.773**, buscando establecer contacto con ellos y que se vinculen a la comunidad de su país.

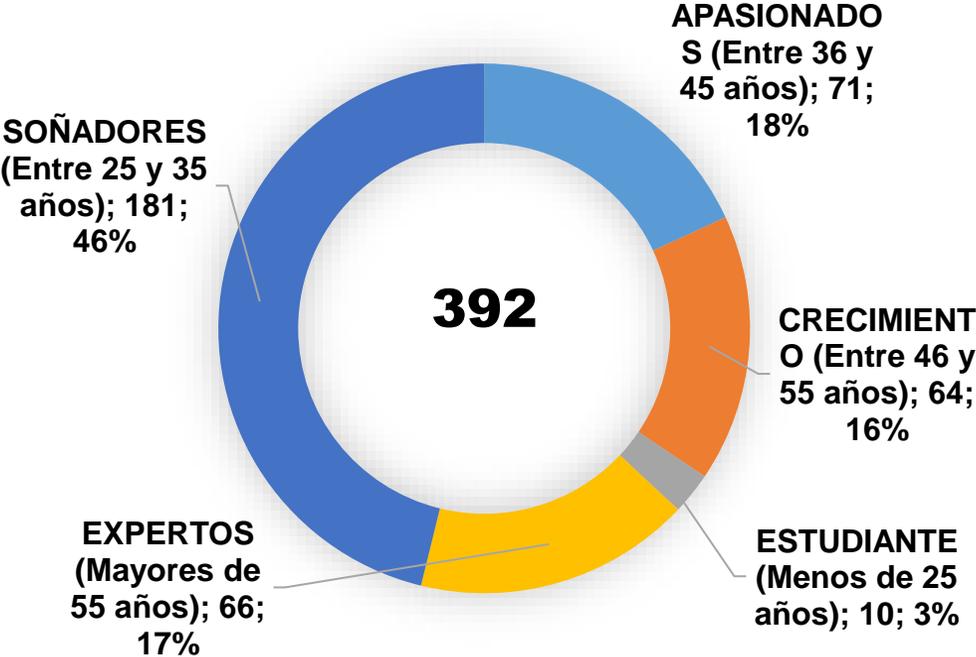
Trabajo conjunto con la Universidad: El programa de internacionalización se viene reforzando de forma conjunta con la Universidad de los Andes por el gran valor que tienen nuestros egresados fuera de Colombia.

Cobertura: Contamos con **51 comunidades** en **42 países** y **15 estados**, conectando a más de **5.183 egresados** y teniendo una participación de **392 afiliados** a estas comunidades.

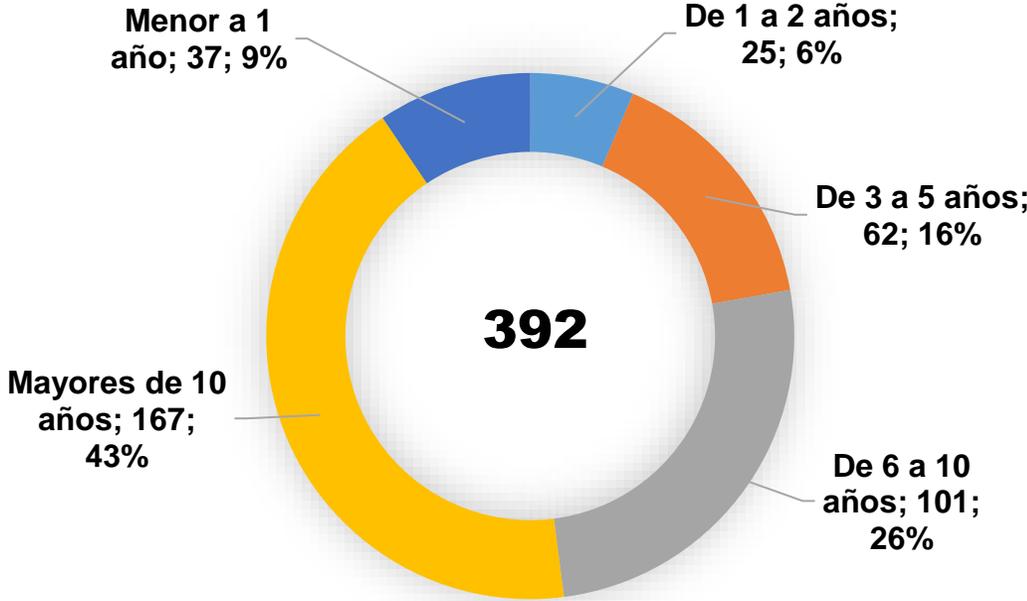


SEGMENTACIÓN AFILIADOS:

SEGMENTO TOTAL AFILIADOS



TOTAL AFILIADOS POR ANTIGÜEDAD





INDICADORES DE GESTIÓN

1. Número de egresados conectados en las comunidades:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
5.183	5.500	317	94%	2.980	2.134	74%

2. Número de Comunidades Internacionales activas con egresados conectados:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
51	54	-3	94%	40	11	28%

Comunidad:

Nacional
Regional Caribe
Regional Suroccidente
Regional Antioquia
Regional Tolima Grande
Red Global

Capítulos

Áreas Misionales

Empleabilidad
Impacto Social
Emprendimiento
Cultura
FEDU

Gerencia de Servicio:

Puntos de atención
Sede Nacional

Convenios y Alianzas

Gestión institucional:

XXXI Congreso Uniandino
Mercadeo y Comunicaciones
Proyectos Área de Operaciones

Formulación Estratégica

Gestión Administrativa y Financiera



CAPÍTULOS



Las Juntas Directivas de Capítulos logran fortalecer nuestra Comunidad Uniandina a través del espíritu del voluntariado; ejemplo de ello es la aprobación del nuevo reglamento de Capítulos en el 2023. Resaltamos de manera especial los siguientes temas:

- **Impacto a la comunidad:** actividades realizadas **1.333 vs. 817** en el 2022 para un **crecimiento de 61 %**, logrando una asistencia de **24.278**, 50 % afiliados, 43 % invitados y un 7 % grupo familiar con un crecimiento frente al 2022 del 58 % en el que tuvimos 14.025 asistentes. Se llevaron a cabo cinco eventos con invitados del gabinete nacional, exministros y empresarios de alto impacto a nivel país.
- **Nuevos Capítulos y Grupos:** Creación del Capítulo de Matemáticas y Física, grupo de interés Motoandinos, grupo de interés Gobierno Corporativo y el Capítulo de afinidad de Fotografía.
- **Relacionamiento :** 51 acciones adelantadas con la Universidad de los Andes por los diferentes Capítulos vs. 45 realizadas en el 2022, resaltando actividades como graduandos, conferencias, charlas, integración, entre otras. Articulación de eventos con áreas misionales y regionales: 30 actividades desarrolladas; 21 con áreas misionales y 9 con las regionales (Caribe, Tolima Grande y Suroccidente).



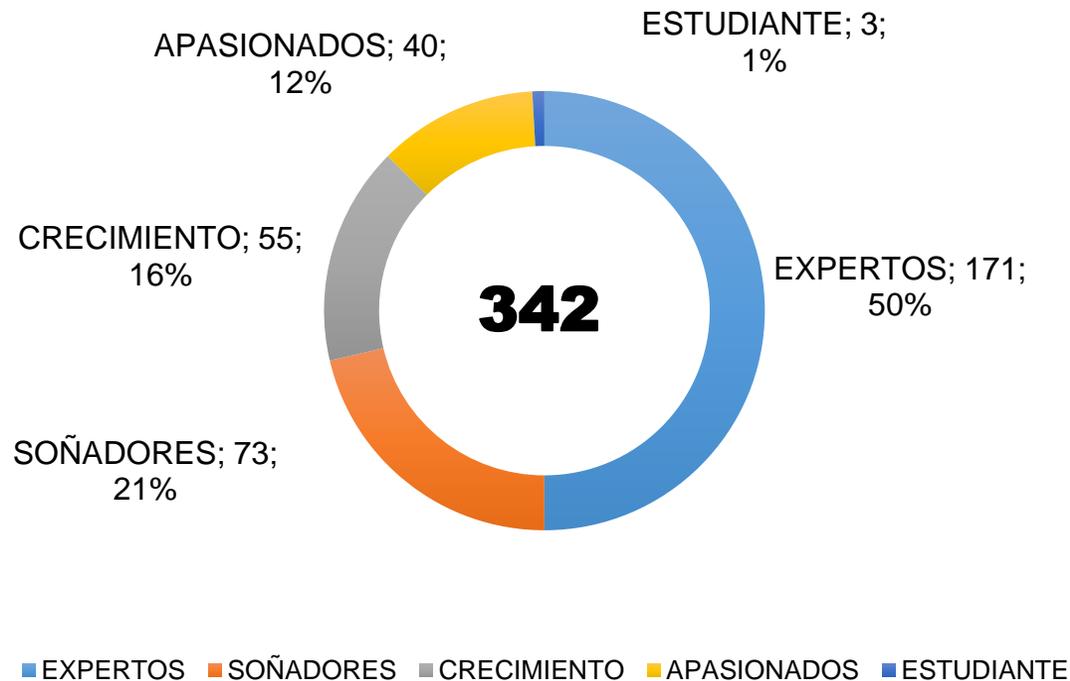
Organización y realización de las II Olimpiadas Uniandinas 2023, un evento que reconoció la dedicación, el esfuerzo y el talento deportivo de nuestros 167 participantes en los 9 deportes seleccionados.



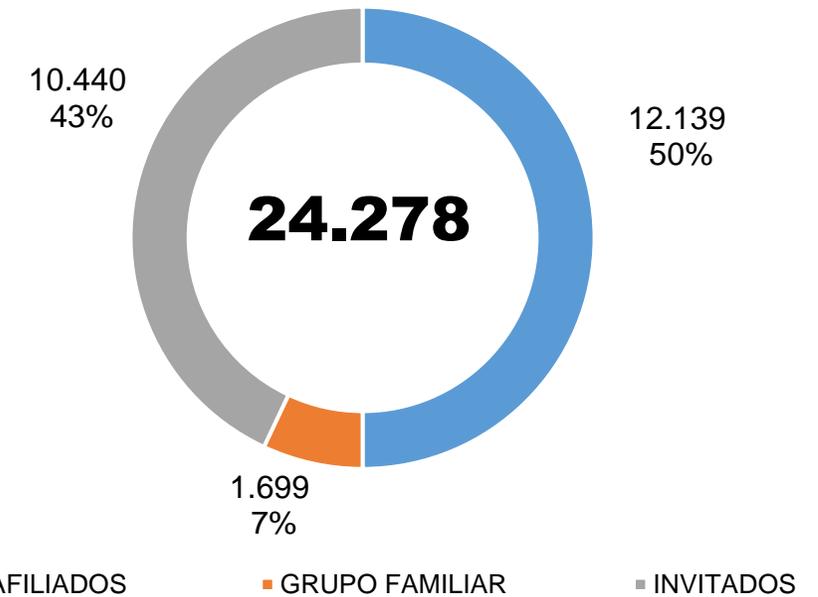
CARACTERIZACIÓN CAPÍTULOS:

Destacamos la participación de **342 afiliados** en las **Juntas Directivas de Capítulos**, donde encontramos diferentes generaciones trabajando en conjunto. Se logró gran impacto en nuestra Comunidad Uniandina, con una **asistencia** de **24.278 personas a los eventos** realizados por Capítulos.

SEGMENTO DE AFILIADOS EN JUNTAS DIRECTIVAS DE CAPÍTULOS



ASISTENTES EVENTOS CAPÍTULOS





CARACTERIZACIÓN DE LOS CAPÍTULOS:

Capítulos Profesionales:

- Adandes
- Andinos MD
- Antropología
- Arquiandinos
- Arte
- Bioandes
- Cau
- Cimandes
- Ecoandinos
- Filosofía y Literatura
- Geoandinos
- Ibioandinos
- Icaandes
- Inandes
- Inelandes
- Iquimandes
- Matemáticas y Física
- Poliandes
- Psicoandinos
- Sisandes



En 2023 se consolidó el cierre del año con **39 Capítulos y Grupos**.

Nuevos:

- ✓ Matemáticas y Física
- ✓ Motoandinos
- ✓ Gobierno Corporativo

Capítulos de afinidad:

- | | |
|----------------|-----------------|
| • Andesgolf | • Música |
| • Astroséneca | • Porra Taurina |
| • Cabalgandes | • Séneca F.C. |
| • Café Séneca | • Cívitas |
| • Caminandes | • Fotografía |
| • Empreandinos | • Zero G |

Grupos de interés:

- Danza folclórica
- Argonautas
- El grupo de apoyo
- Motoandinos
- La tuna uniandina
- Biciandinos
- Gobierno Corporativo



INDICADORES DE GESTIÓN

1. Número de personas de la comunidad participantes en las actividades:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
24.295	16.500	7.795	147%	14.025	10.270	73%

2. NPS Eventos Capítulos. Nivel de recomendación:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
86	80	6	108%	85	1	1%

3. Número de afiliados impactados:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
12.146	9.500	2.646	128%	7.003	5.143	73%

Comunidad:

Nacional
Regional Caribe
Regional Suroccidente
Regional Antioquia
Regional Tolima Grande
Red Global

Capítulos

Áreas Misionales

Empleabilidad
Impacto Social
Emprendimiento
Cultura
FEDU

Gerencia de Servicio:

Puntos de atención
Sede Nacional

Convenios y Alianzas

Gestión institucional:

XXXI Congreso Uniandino
Mercadeo y Comunicaciones
Proyectos Área de Operaciones

Formulación Estratégica

Gestión Administrativa y Financiera



ÁREAS MISIONALES





ÁREAS MISIONALES

EMPLEABILIDAD



El equipo de empleabilidad concentra sus esfuerzos en el fortalecimiento de los perfiles de los afiliados, para que destaquen en un mercado laboral cada vez más competitivo, haciendo énfasis en la búsqueda de oportunidades para carreras de menor demanda.

Ejes trabajados y logros alcanzados:

Conexión entre oferta y demanda laboral:

- **Postulaciones enviadas a empresas:** 4.414 en 2023 vs. 4.288 en 2022, (3%).
- **Gestión de relacionamiento con empresas:** 295 empresas contactadas en 2023 vs. 224 en 2022 (31.7 %).
- **Ferias laborales:** En 2023 nos enfocamos en 2 Ferias Laborales para egresados, con participación de cerca de 250 empresas, más de 1.500 Uniandinos visitaron la feria vs. 1.300 egresados en 2022 y 148 egresados se afiliaron.

Fortalecimiento de perfiles:

- **Asesorías personalizadas:** 1.532 en 2023 vs. 1.069 en 2022, incremento un 43 %.
- **Talleres de fortalecimiento:** 63 en 2023, similar a los 62 en 2022. En 2023 se incorporaron los talleres: Liderazgo, gestión de personas y equipos y Adaptación al cambio.



Formación complementaria: En esta línea se ha visto mayor participación de los afiliados en los cursos seleccionados en el **Convenio con Educación Continua Uniandes:** 190 cursos seleccionados y 176 inscritos en 2023 vs. 52 cursos y 55 inscritos en 2022.



Sinergias consolidadas:

- **Universidad de los Andes:** CTP, facultad de Administración de Empresas y Oficina de Egresados: Ciclo de cuatro conferencias en el mes de julio con más de **250 asistentes** y se continuó con la realización conjunta de las ferias laborales.
- **Head Hunters:** En 2023 se priorizó la estrategia en este segmento, permitiendo acceso a 19 vacantes que no fueron públicas en los portales tradicionales (gerencias medias y altas).

Fortalecimiento de los servicios de empleabilidad en las Regionales: En 2023 se comenzaron a llevar estadísticas de participación y los datos son los siguientes:

Jornada laboral en regional Caribe: 5 actividades, **110 participantes.**

Jornada laboral en regional Suroccidente: 3 actividades, **19 participantes.**

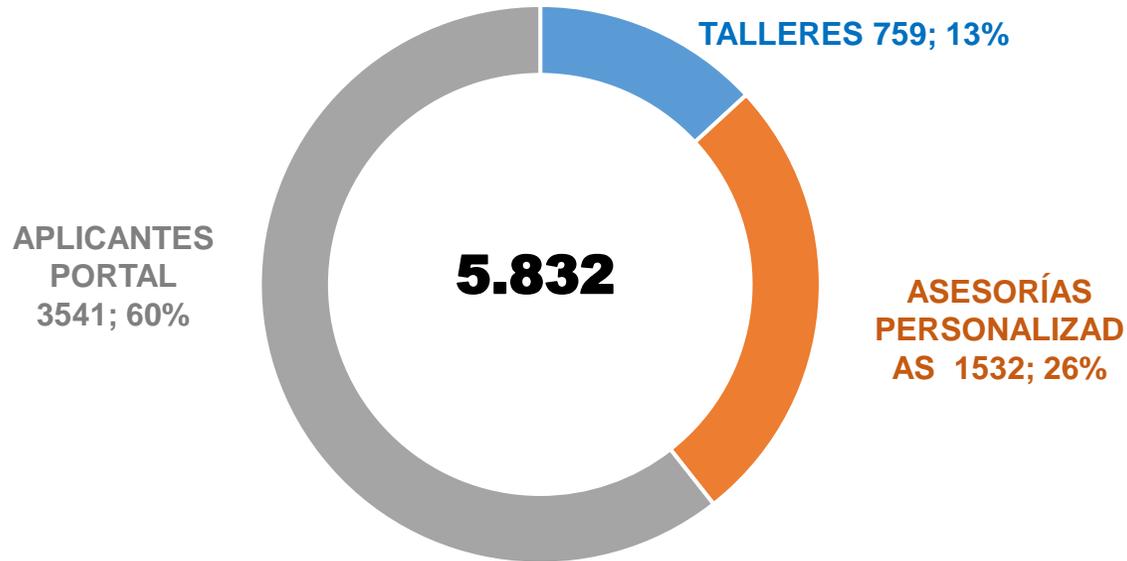
Jornada laboral en regional Antioquia: 4 actividades, **29 participantes.**

Programa de orientación vocacional para bachilleres: Como parte de las acciones que enmarcan el destino laboral de una persona, se realizaron 2 versiones del Programa: **35 bachilleres en 2023** vs. 19 en 2022.

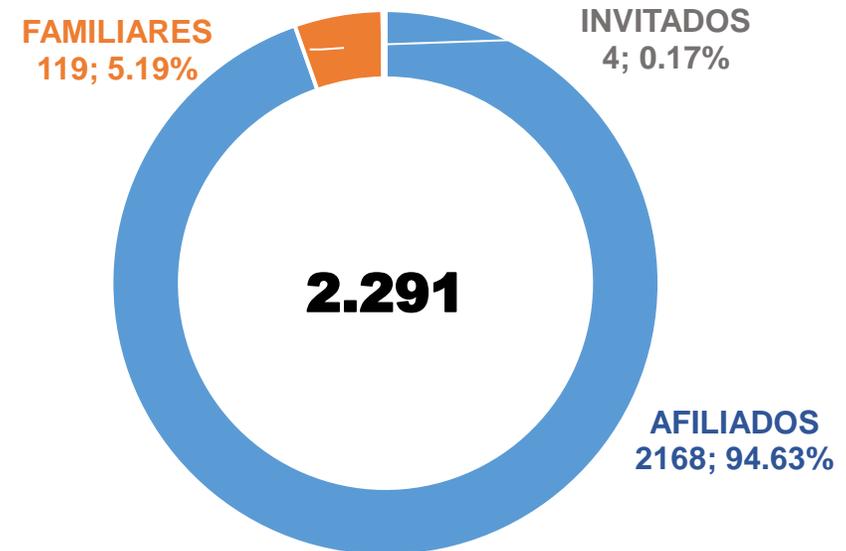


CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN:

USO DE LOS SERVICIOS



ASISTENTES A TALLERES Y ASESORÍAS





INDICADORES DE GESTIÓN

1. Asesorías personalizadas:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
1.532	1.132	400	135%	1.069	463	43%

2. Talleres de fortalecimiento:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
63	60	3	105,0%	62	1	2%

3. Vacantes publicadas:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
19.483	19.500	-17	100%	19.531	-48	0%

4. Postulaciones aprobadas – HV enviadas a empresas:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
4.414	4.350	64	101%	4.288	126	3%



INDICADORES DE GESTIÓN

5. Satisfacción actividades de Empleabilidad:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
96	95	1	101%	96	0	0%

6. Gestión con empresas:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
295	300	-5	98,3%	224	71	32%

7. Ubicados laborales:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
249	280	-31	88,9%	217	32	15%



ÁREAS MISIONALES

IMPACTO SOCIAL



Con la reformulación estratégica del área, **iniciamos trabajos con las Naciones Unidas (USAID), Fundación Bolívar Davivienda y Casa Lúker, entre otros, focalizados en la gestión del voluntariado Uniandino** a través de mentorías profesionales cuyo objetivo fue potencializar el impacto en sus poblaciones objetivo. A continuación, presentamos temas a destacar:



• **Formación:**

- Se hicieron capacitaciones para reforzar las habilidades de nuestros voluntarios en Uniandinos, formando el primer grupo conformado por 77 afiliados, quienes iniciaron sus labores en voluntariado a partir del tercer trimestre de 2023.
- Con el equipo anteriormente mencionado, desde el segundo semestre de 2023 comenzó la **primera aceleradora para organizaciones sociales del país** con un pénsum previamente establecido, dónde estamos capacitando a 14 líderes de organizaciones a nivel nacional para generar efecto multiplicador.

- **Mentorías en propósito de vida enfocadas a poblaciones vulnerables: se atendieron 671 personas** entre niños, jóvenes, adultos mayores y personas en condición de discapacidad, de **diferentes poblaciones del país** (Caldas, Bolívar, Chocó, Cundinamarca, entre otras) aportando más de **6.000 horas de mentoría**.

• **Participación en Eventos:**

- Junto con la Universidad de los Andes tuvimos presencia en Expo-Voluntariado y el Congreso de Asociatividad, posicionando la Asociación como un actor relevante en Colombia.
- Lideramos a la vez la Comisión Distrital de Voluntariado representando a la capital para la formalización del voluntariado en Colombia.

Voluntarios activados

2023

2022

671

226



CIFRAS DE IMPACTO

8 Programas de voluntariado

6.000 Horas de voluntariado

671 Voluntarios

6.671 Beneficiarios



QUIERO MENTORÍA
Voluntarios activados 60
Población impactada: 60 estudiantes
Horas: 1200



BEST BADIES
Voluntarios activados: 19
Horas: 225
Población impactada: 19 jóvenes



PROYECTO BANCO MUNDIAL
Voluntarios activados 26
Población impactada: 108 niños
Horas: 64



JÓVENES RESILENTES
Voluntarios activados 182
Población impactada: 204 jóvenes
Horas: 206



CODER DOJO
Voluntarios activados 10
Población impactada: 20 niños
Horas: 220



EMPLEO INCLUSIVO
Voluntarios activados 72
Población impactada: 56 personas
Horas: 3456



SIEMBRA CONCIENCIA
Voluntarios activados 120
Impacto: 395 árboles sembrados
Horas: 360



EMPRENDE MAYOR
Voluntarios activados 182
Población impactada: 204 jóvenes
Horas: 206



INDICADORES DE GESTIÓN

1. Voluntarios caracterizados

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
383	350	33	109%	225	158	70%

2. Voluntarios Activados

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
671	620	51	108%	226	445	197%

3. Horas de voluntariado*

Cumplimiento			
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
6.000	4.500	1500	33%

4. Población impactada*

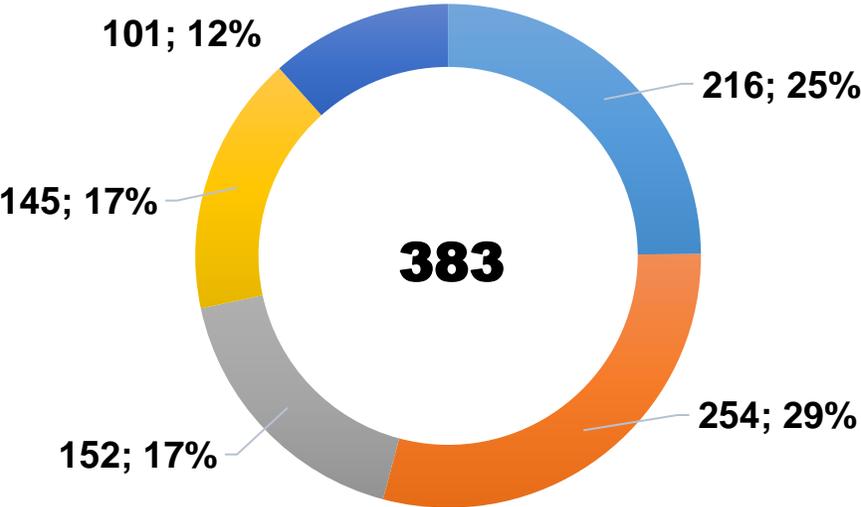
Cumplimiento			
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
6.671	4.800	1871	39%

*El seguimiento de estos indicadores se da a partir de 2023.



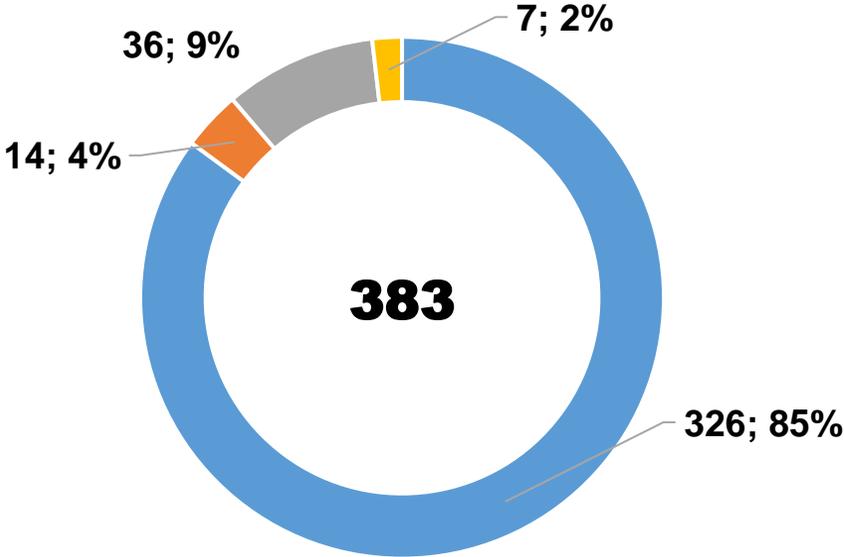
CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

INTERESES DE LOS VOLUNTARIOS



■ Voluntario solidario ■ Formadores ■ Mentor ■ Miembro junta ■ Otro

TIPO DE ACTOR



■ Afiliados ■ Grupo familiar ■ Estudiantes ■ Otros



ÁREAS MISIONALES

EMPRENDIMIENTO



Emprendimiento en 2023 se ha convertido en un pilar para crear ecosistema, construir y fortalecer la Comunidad Uniandina. **Somos el segundo actor más relevante del ecosistema de emprendimiento en Colombia, con más de 1.000 actores del ecosistema Uniandino (emprendedores, empresarios, mentores, inversionistas y diversas entidades).** Así mismo destacamos:



- **Eventos a nivel nacional:** Estuvimos presentes en **13 eventos** de emprendimiento destacados del País, GoFest, Capital Summit, StartCo, entre otros, **apalancando a más de 300 emprendedores** de la comunidad.
- **Capacitaciones:** **1.990 personas** (afiliados y grupo familiar), **7 programas de formación y 34 actividades** en diferentes temáticas, con un incremento en participación del **166 %** respecto a 2022.
- **Gestión conjunta con Empreandinos:** a través de la gestión del Capítulo, se hizo una alianza estratégica con la SIC para participar en programas que tienen implementados a nivel nacional, enfocados en capacitación, asesoría personalizada y acompañamiento para registro de marcas. Adicionalmente les otorgaron **descuentos del 85 %** para sus trámites de propiedad intelectual. Se beneficiaron **33 emprendimientos Uniandinos en 2023.**
- **Cifras relevantes:** **320 fundadores de Startup** conectados, **40 afiliados certificados** como mentores, **9 ferias visibilizando a 120 emprendedores** y **8 emprendedores seleccionados** en las principales aceleradoras a nivel **LATAM.**



INDICADORES DE GESTIÓN

1. Asistencia al coworking

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
4.906	4.000	906	123%	2.386	2520	106%

3. Actividades de formación

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
46	38	8	121%	29	17	59%

2. Horas de mentoría

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
825	659	166	125%	502	323	64%

4. Población impactada

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
1.990	1.200	790	166%	600	1390	232%

Estos indicadores se implementaron a partir del 2023:

5. Emprendedores visibilizados*

Cumplimiento			
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
450	300	150	50%

6. Actores diagnosticados / mapeados*

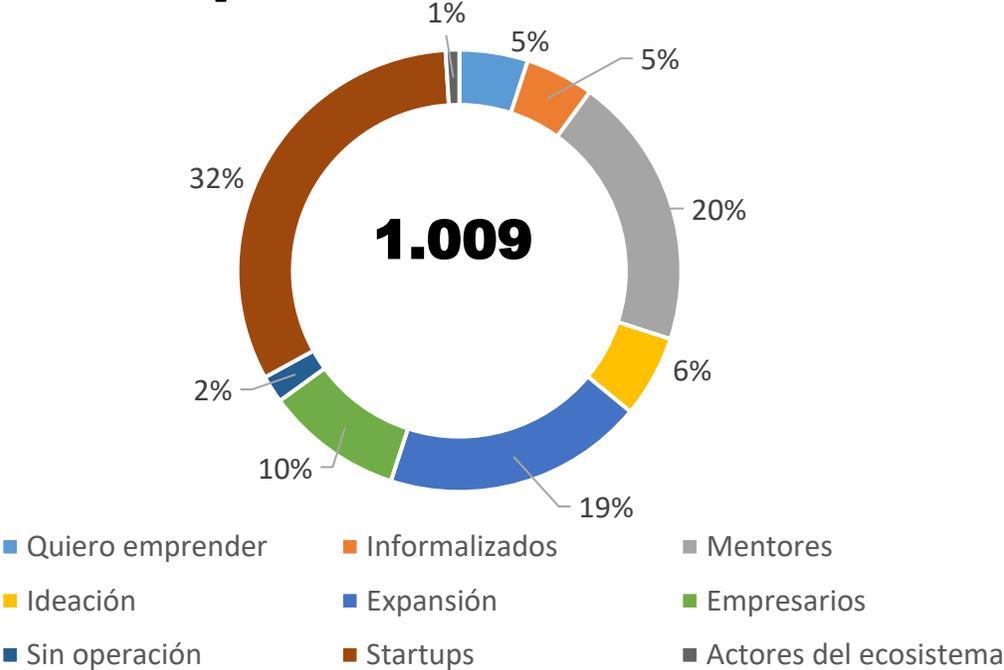
Cumplimiento			
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
1.009	800	209	26%

*El seguimiento de estos indicadores se da a partir de 2023.

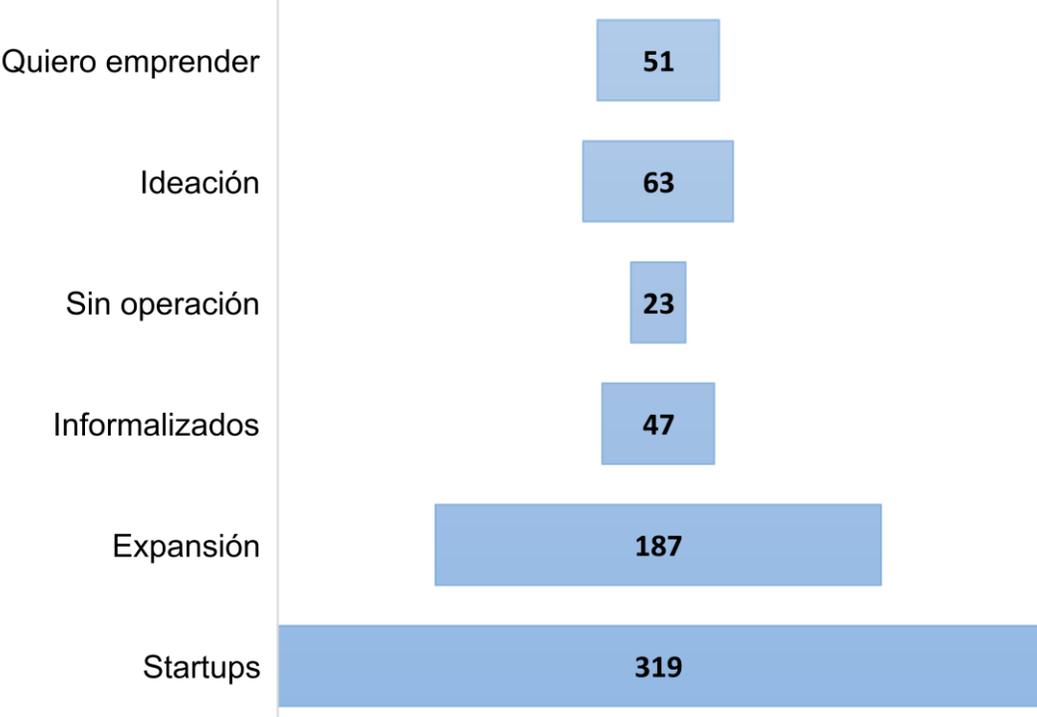


CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

Actores del ecosistema de emprendimiento Uniandinos



ETAPA EMPRENDIMIENTOS



Total emprendedores: 609



Alianzas con el ecosistema

- **Google:** Desarrollamos un programa de formación compuesto por 5 sesiones para formar a más de 70 emprendedores digitales Uniandinos.
- **Cámara de Comercio de Bogotá:** Participamos activamente en la agenda del Festival de Emprendimiento de Bogotá, visibilizando con stands a 13 emprendedores Uniandinos.
- **Cámara de Comercio de Cali:** Llevamos a cabo en nuestra Sede Nacional el PreCapital Summit, un evento de lanzamiento de alto valor en materia de inversión para emprendedores donde también participó Wayra, el fondo de inversión de Telefónica.
- **Cleantech Hub Accelerator:** formamos a 83 emprendimientos con enfoque social en alianza con esta aceleradora europea.
- **INNPULSA, ANDI, Cube Ventures, Fondos de Inversión de Chile, Universidades como los Andes, EAN, Nacional, Sabana y Rosario** organizamos el Foro Nacional de Emprendimiento donde fomentamos el trabajo conjunto para fortalecer el ecosistema de emprendimiento del país.
- **Bancóldex:** Programa de formación con cuatro módulos capacitando 36 Pymes y MiPymes lideradas por Uniandinos en temas de inteligencia y salud financiera empresarial.
- **Portafolio:** Gracias a esta gran alianza fomentamos las conversaciones con líderes empresariales en cuatro formatos de Lecciones Empresariales, donde se involucraron cerca de 400 asistentes entre presenciales y virtuales.
- **Phylo Legal:** creamos una plataforma de autoaprendizaje en temas legales y jurídicos para emprendedores sin costo de acceso para nuestra comunidad Uniandina.

Con una red de **38 Uniandinos** voluntarios alrededor del mundo hemos venido trabajando en el acompañamiento, feedback, conexiones de inversión y de alto valor a **102 startups Uniandinas, visibilizando a 34** de ellas mediante **14 sesiones de Pitch** mensual con el fin de acercarlos a fuentes de financiación e inversión. **Cuatro** de ellas gracias a esta gestión de visibilidad y conexión han recibido inversión de capital por **150 mil dólares**.



ÁREAS MISIONALES

CULTURA





Durante 2023, nuestros principales logros se centran en la realización de actividades y programas que propendieran por el fortalecimiento y la consolidación de la Comunidad Uniandina en torno a una agenda cultural continua y de calidad, trabajando de manera colaborativa. Se llevó a cabo un mapeo de actores dentro de los afiliados y sus intereses. Destacando los principales logros que se mencionan a continuación:



Actividades Culturales: Tuvimos una amplia participación del público en las **99 actividades culturales** realizadas, logrando **18.258 asistentes**, de los cuales **14.850** son de la **Comunidad Uniandina (81 %)**.

Actividades articuladas con Capítulos: Se realizaron **21 actividades** con **9 Capítulos:** Arte, Séneca, Antropología, Arquitectura, Tuna, Fotografía, Civitas, Grupo de apoyo, Literatura y Filosofía vs. 12 actividades que se tenían presupuestadas.

Participación Artistas de la Comunidad Uniandina: Se tiene dentro de las prioridades integrar la participación activa de nuestros artistas empíricos y profesionales, por tal razón, en 2023 participaron **373 miembros de la comunidad** en las siguientes actividades: exposiciones Galería 82, presentaciones de Artes Escénicas 31, Literatura 132, Capítulos 37.

Diagnóstico Ecosistema Cultural Uniandino: Se realizó el diagnóstico entre los afiliados, encontrando que adicional a las personas que participaron activamente en nuestras actividades, existe una base de 48 personas que desean presentarse en nuestra agenda cultural y 88 que se identifican como artistas empíricos y hacedores culturales, a quienes invitamos a que involucren activamente.



Clases de Danza: Se realizaron **70 sesiones de talleres de danza**, durante **8 meses del año**, a los cuales asistieron semanalmente **91 miembros** de la comunidad Uniandina.

Articulación con la Universidad: **18 actividades en alianza** con el Centro Cultural de la Universidad y los departamentos de Música, Arte, Lenguas y Cultura vs. 3 actividades en 2022. Se destaca la alianza realizada con la Universidad para realizar la **exposición Mario Laserna**, como parte de la conmemoración del centenario del natalicio del Fundador de la Universidad.

Alianzas con Plataformas Culturales: Se trabajó con **18 entidades públicas y privadas** de reconocida trayectoria vs. 6 en 2022. Se destaca nuestra participación por primera vez en **ArtBo fin de semana, de la Cámara de Comercio de Bogotá**, con la exposición La diáspora de la colmena en la Galería Espacio Alterno y la inclusión por segundo año consecutivo en el **Festival de Flamenco de Bogotá**.

Memoria Histórica de la Asociación: Se hizo la investigación y recopilación de la gestión artística y cultural desde 1922 a la fecha. Su objetivo es iniciar el piloto para la Preservación de nuestra historia.

Convocatorias Culturales: Se destaca el gran éxito de los concursos De Cuento Ramón de Zubiría y Sonidos Emergentes, el cual se lanzó en 2023. La participación fue de 155 cuentos habilitados y 19 bandas respectivamente.



INDICADORES DE GESTIÓN



1. Asistentes a la programación Cultural:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
18.258	14.000	4.258	130%	4.222	14.036	332%

NOTA: Anteriormente sólo se medía el público asistente al auditorio en los eventos de cultura. Ahora se miden todas las actividades, razón por la cual se ve un alto incremento.

2. Número de actividades culturales:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
99	90	9	110%	88	11	13%

3. Alianzas con entidades de reconocida trayectoria cultural:

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
27	20	7	135%	15	12	80%



INDICADORES DE GESTIÓN

4. Número de actividades realizadas entre los Capítulos y la Dirección de Cultura.

Cumplimiento			
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
21	12	9	75%

5. Número de Capítulos articulados con la Dirección de Cultura haciendo proyectos o actividades.

Cumplimiento			
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
9	6	3	50%

6. Articulación con personas de la Comunidad Uniandina para la realización de la programación.

Cumplimiento			
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
373	100	273	273%

7. Cantidad de eventos realizados de manera articulada con la comunidad Uniandina.

*Programación diferente a la realizada de manera articulada con Capítulos.

Cumplimiento			
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
18	15	3	20%

*El seguimiento de estos indicadores se da a partir de 2023.



ÁREAS MISIONALES

FEDU



Continuamos fortaleciendo nuestra oferta de educación en articulación con la Universidad de los Andes, impactando en generar un ahorro en los programas de interés de nuestros afiliados y su grupo familiar:

Universidad de los Andes | Educación Continua

UNIANDINOS
Empleabilidad | FEDU

POR SER PARTE DE LA ASOCIACIÓN DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES

Conoce estos beneficios que tenemos para ti

30% de descuento en programas seleccionados de Educación Continua.

20% de subsidio que otorga la asociación.

Posibilidad de financiar el **50% restante** del programa seleccionado con FEDU*

Charla

Conoce los servicios que FEDU y Educación Ejecutiva tiene para ti en Medellín

Jueves, 24 de agosto 6:30 p.m.

Evento virtual

UNIANDINOS ANTIOQUIA

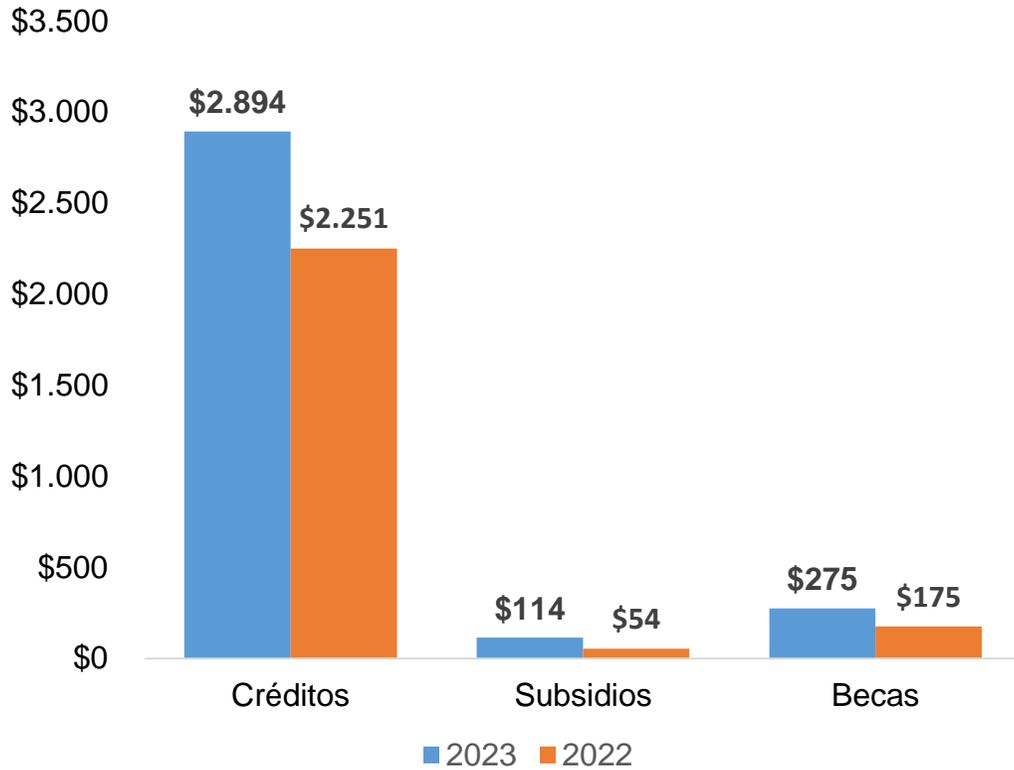
ELEVA
TUS COMPETENCIAS

5% dcto. Para tus estudios de posgrado en la Universidad de los Andes.

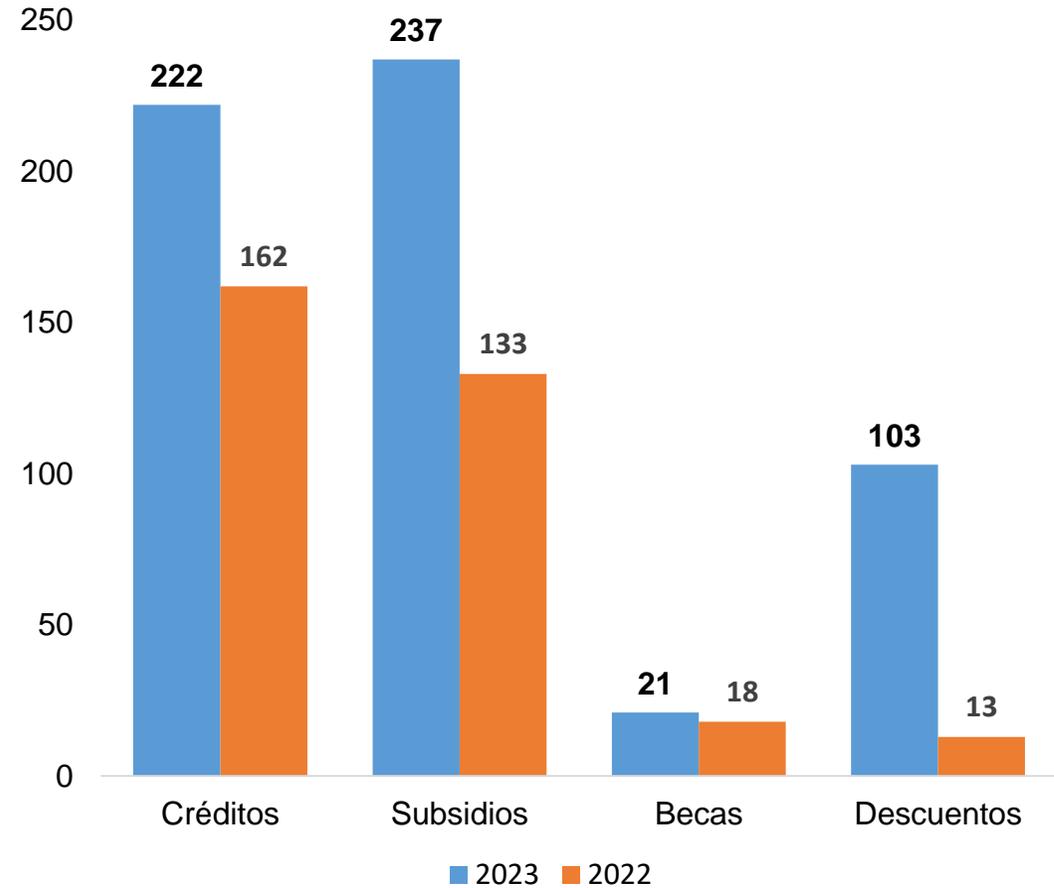
- **Solicitudes aprobadas:** Al cierre del 2023 hemos aprobado 583 solicitudes vs. 313 aprobaciones al cierre 2022. Hemos incrementado el número de solicitudes aprobadas en un 54 % beneficiando al afiliado y su grupo familiar.
- **Convenio Educación Continua Uniandes:** Al cierre del 2023 se otorgaron 176 descuentos en los diferentes programas de Educación Continua, lo cual representa un incremento del 65 % frente al año 2022.
- **Convenio Educación Ejecutiva Medellín:** Hemos trasladado los beneficios de descuentos en programas seleccionados a la ciudad de Medellín, al cierre del año hemos incorporado 3 programas.
- **Descuentos Posgrados Uniandes:** se otorgaron 103 descuentos en los programas de posgrado de Uniandes, descuento que otorga la Universidad a quienes son afiliados a la Asociación.



MONTOS APROBADOS



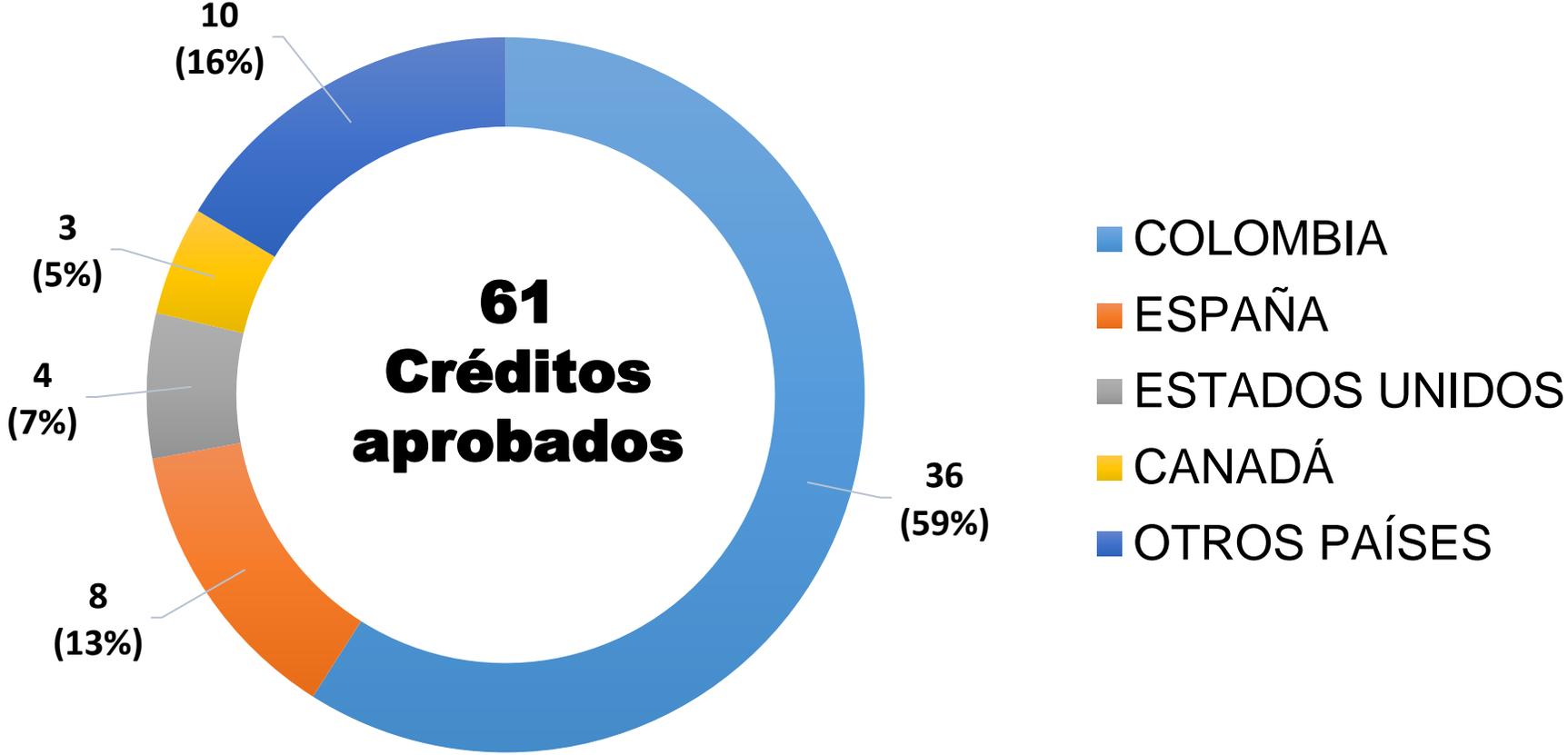
SOLICITUDES APROBADAS



*Cifras expresadas en miles de pesos



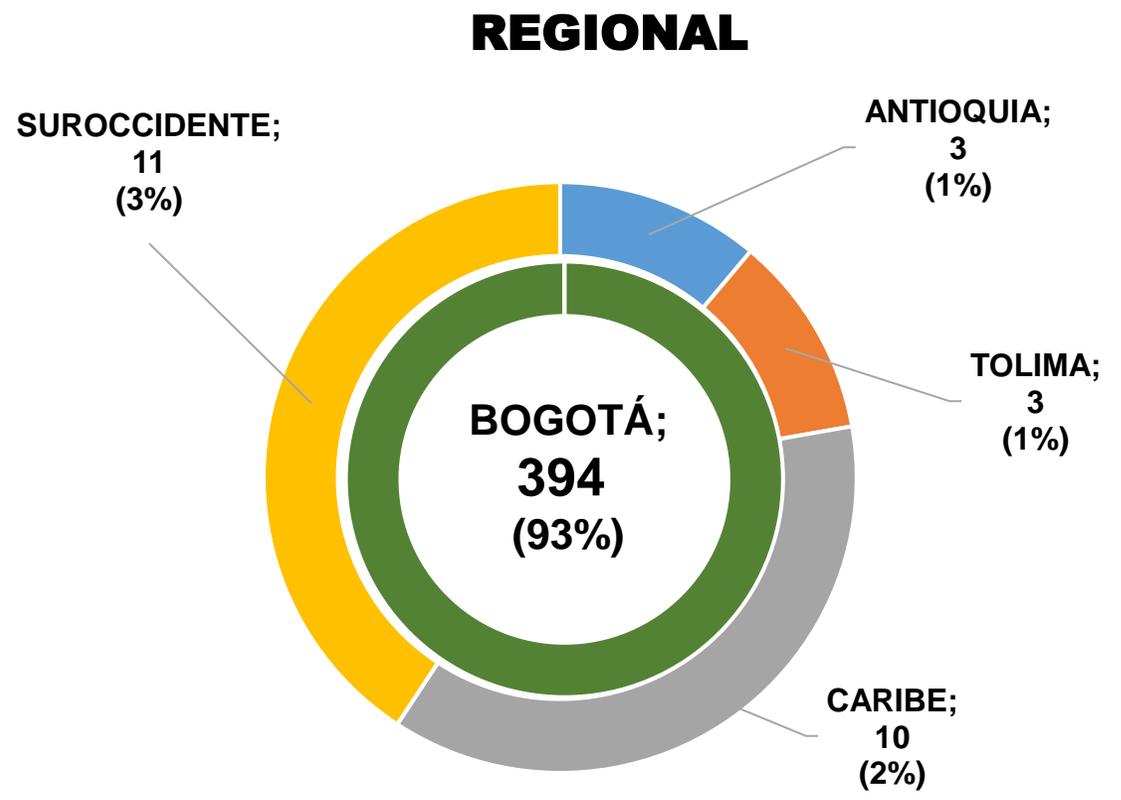
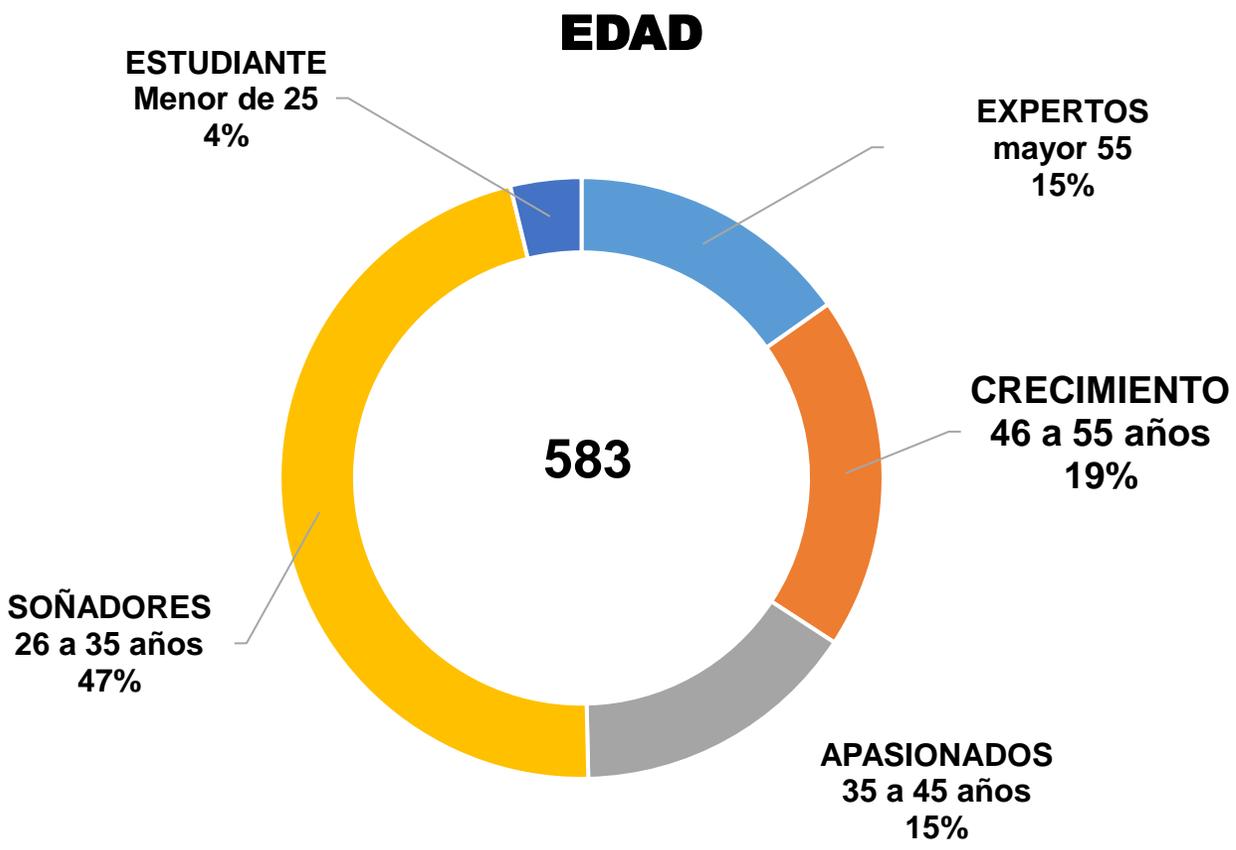
CRÉDITOS DE POSGRADO





SEGMENTACIÓN AFILIADOS:

El 51 % de los afiliados que utilizan los servicios de FEDU corresponden a la población menor de 35 años





INDICADORES DE GESTIÓN

1. Montos aprobados solicitudes de crédito

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
2.894	2.813	81	103%	2.250	644	29%

2. Número de solicitudes aprobadas

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
583	369	214	158%	313	270	86%

3. Calidad de la cartera FEDU

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
1,1%	1%	0,1%	110%	0,9%	0,2%	22%

Comunidad:

Nacional
Regional Caribe
Regional Suroccidente
Regional Antioquia
Regional Tolima Grande
Red Global

Capítulos

Áreas Misionales

Empleabilidad
Impacto Social
Emprendimiento
Cultura
FEDU

Gerencia de Servicio:

Puntos de atención
Sede Nacional

Convenios y Alianzas

Gestión institucional:

XXXI Congreso Uniandino
Mercadeo y Comunicaciones
Proyectos Área de Operaciones

Formulación Estratégica

Gestión Administrativa y Financiera



GERENCIA DE SERVICIO





GERENCIA DE SERVICIO

PUNTOS DE ATENCIÓN



Identificamos un cambio de tendencia en los hábitos de contacto de los afiliados en nuestros puntos de atención del Centro de Servicio al Afiliado y Contact Center.



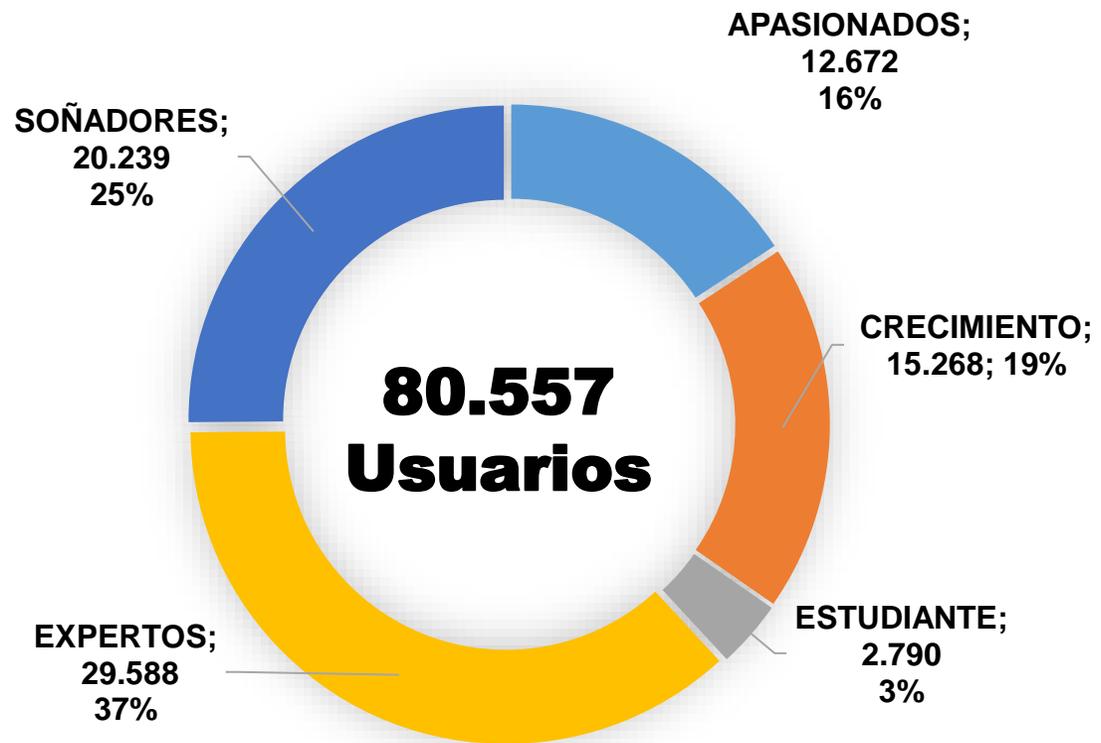
Destacamos:

- **Tiempos de respuesta:** Con la implementación de la plataforma Sistema de Gestión Integral (SGI) desde junio de 2023, se optimizó el direccionamiento de las PQRS, automatizando todos los procesos y **mejorando los tiempos de respuesta en un 90%**, pasando a **1 día en 2023 de 10 días en 2022.**
- La preferencia de los afiliados para comunicarse con la Asociación es a través de herramientas digitales por su rapidez y eficiencia. En 2023 tuvimos **12.184 interacciones** vs. **8.032 interacciones** en 2022, **creciendo un 66%**. Esto ha generado mayor flexibilidad para autogestionar sus procesos (pago en línea, inscripción a eventos, consultas a través de la asistente virtual (SUA), entre otros.
- **Se mantuvo el índice de satisfacción** en la atención de estos dos canales con una calificación de **4 en promedio (en una escala de 1 a 5).**

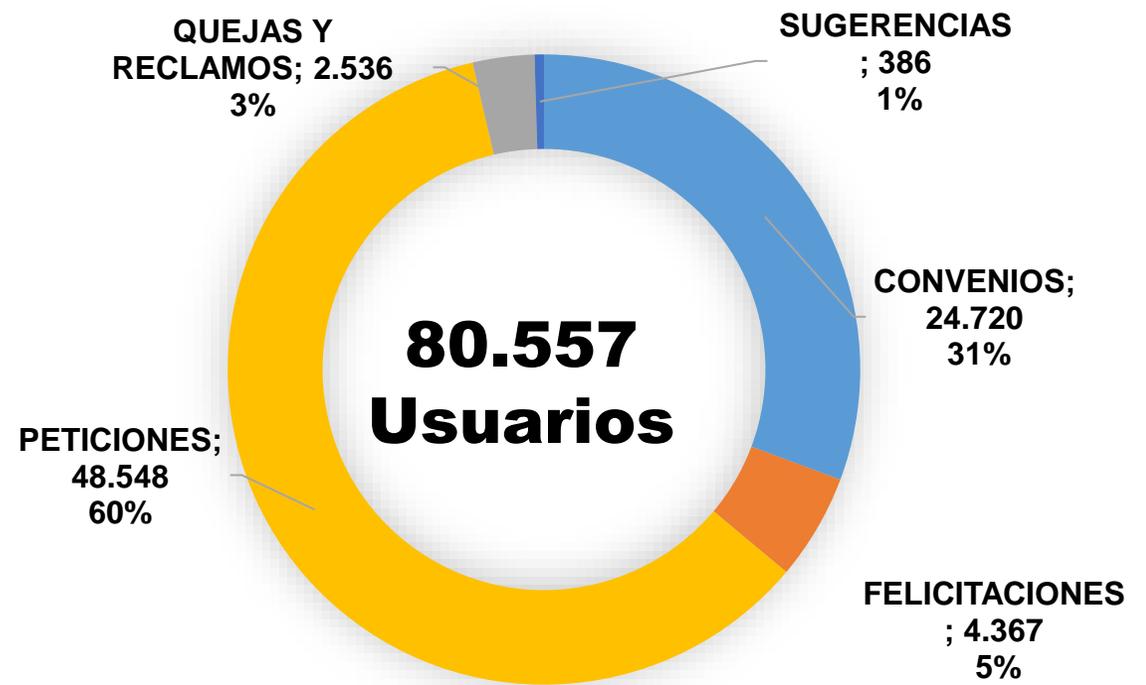


INTERACCIONES EN LOS PUNTOS DE ATENCIÓN

SEGMENTO DE AFILIADOS



TIPOS DE INTERACCIÓN





*NPS PUNTOS DE SERVICIO

En una escala del 1 al 10 ¿qué tanto recomendaría a Uniandinos a un afiliado o familiar?

2.794 Calificaciones

	79	65
	NPS 2023	NPS 2022
Promotores	2.434	87 %
Neutros	132	5 %
Detractores	228	8 %

*NPS: Net Promoter Score. Un valor por encima de 20 se considera como una puntuación positiva



INDICADORES DE GESTIÓN

1. Retiros voluntarios

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
1.079	900	179	120%	1.068	11	1%

2. Índice de satisfacción canales de atención

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
4	4,5	-0,5	89%	4	0	0%

3. Porcentaje de resolución quejas y reclamos

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
89%	92%	-3%	97%	92%	-3%	-3%

4. Porcentaje contactabilidad campañas salientes

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
67%	65%	2%	103%	63%	4%	6%



GERENCIA DE SERVICIO

SEDE NACIONAL



Estamos trabajando para crear un espacio idóneo para las necesidades del Uniandino y su grupo familiar. Ofrecemos espacios de relacionamiento personal, familiar y profesional en una zona de fácil acceso de la ciudad de Bogotá. En el 2023 destacamos:

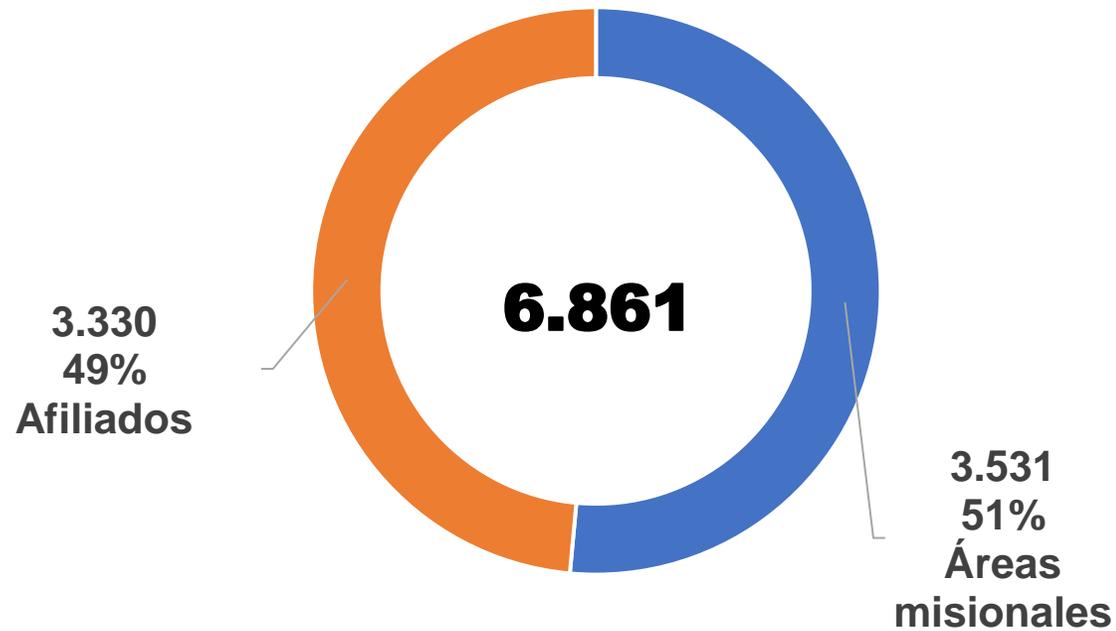


- **Utilización de espacios Sede Nacional:** Apoyamos el desarrollo logístico de **6.861** eventos, de los cuales **3.531** fueron organizados por áreas misionales (**51 %**). vs. Un total de 5.480 eventos en 2022, lo cual representó un **incremento del 25 %**.
- **Eventos de nuestros afiliados:** Durante el 2023 se atendieron **3.330** eventos, los cuales generaron ingresos por un valor de **\$529 millones** por concepto de alquiler de espacios vs. 2.727 eventos en 2022 con ingresos de \$401 millones.
- **Eventos Institucionales:** Se realizaron **8 eventos institucionales** a los que asistieron **759 asistentes**, en los que se celebraron fechas especiales como Día de la Madre, Día del Padre y otras ocasiones vs. **6 eventos institucionales**, con participación de **526 asistentes** en 2022 (**incremento del 44 %**).

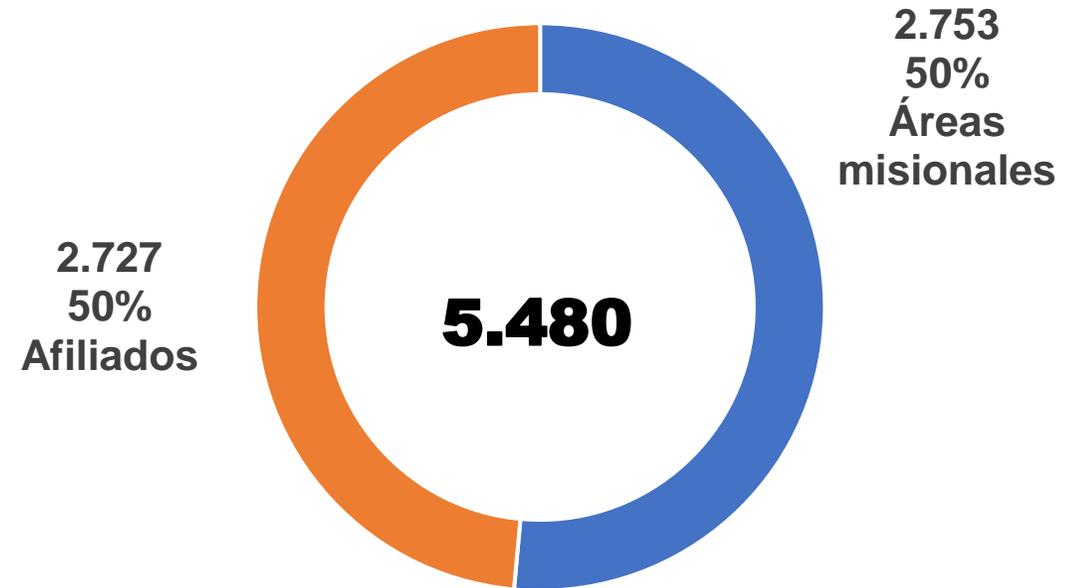


COMPARATIVO UTILIZACIÓN ESPACIOS

EVENTOS PRESENCIALES 2023



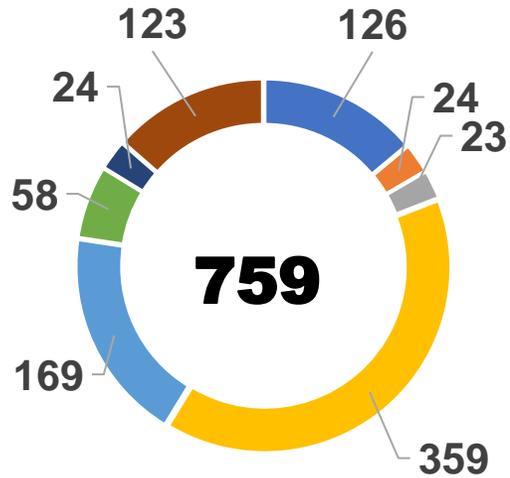
EVENTOS PRESENCIALES 2022



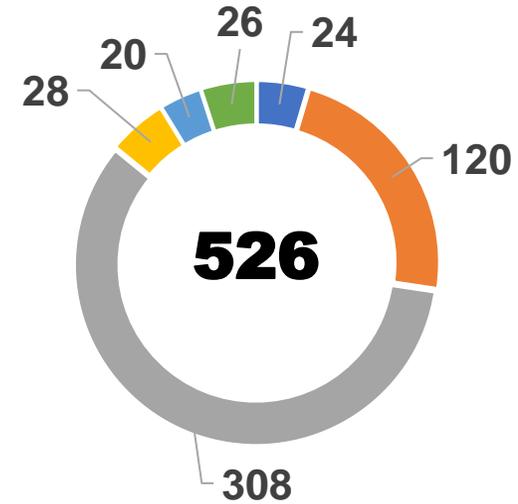


COMPARATIVO EVENTOS INSTITUCIONALES

ASISTENTES 2023



ASISTENTES 2022



- Fiesta Carnaval
- Cena de Maridaje Francia
- Cena de Maridaje Española
- Dia de las Madres
- Festival de cuenteros y comediantes
- Final de Champions
- Cena de Maridaje Chilena
- Dia del Padre

- Cena de Maridaje Italia
- Festival de cuenteros y comediantes
- Dia de las Madres
- Cena de Maridaje Española
- Cena de Maridaje Argentino
- Cena de Maridaje Frances



INDICADORES DE GESTIÓN

1. Ingresos por alquiler de salón

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
529	440	89	120%	401	128	32%

2. Índice de satisfacción Sede Nacional

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
4,0	4,5	-0,5	1	4,5	-0,5	0

Comunidad:

Nacional
Regional Caribe
Regional Suroccidente
Regional Antioquia
Regional Tolima Grande
Red Global

Capítulos

Áreas Misionales

Empleabilidad
Impacto Social
Emprendimiento
Cultura
FEDU

Gerencia de Servicio:

Puntos de atención
Sede Nacional

Convenios y Alianzas

Gestión institucional:

XXXI Congreso Uniandino
Mercadeo y Comunicaciones
Proyectos Área de Operaciones

Formulación Estratégica

Gestión Administrativa y Financiera



CONVENIOS Y ALIANZAS



CONVENIOS COLECTIVOS

Un servicio que aporta valor a la comunidad con tarifas hasta con un 30 % por debajo de planes familiares, fortalece los lazos de pertenencia y genera retornos para la Asociación.

Crecimiento:

Durante el 2023 se mantuvo la estrategia de profundización para lograr que la comunidad extendida de afiliados (grupo familiar) haga uso de los convenios vigentes.

Además, se ha trabajado de manera constante en planes que garanticen brindar una buena experiencia a los usuarios.

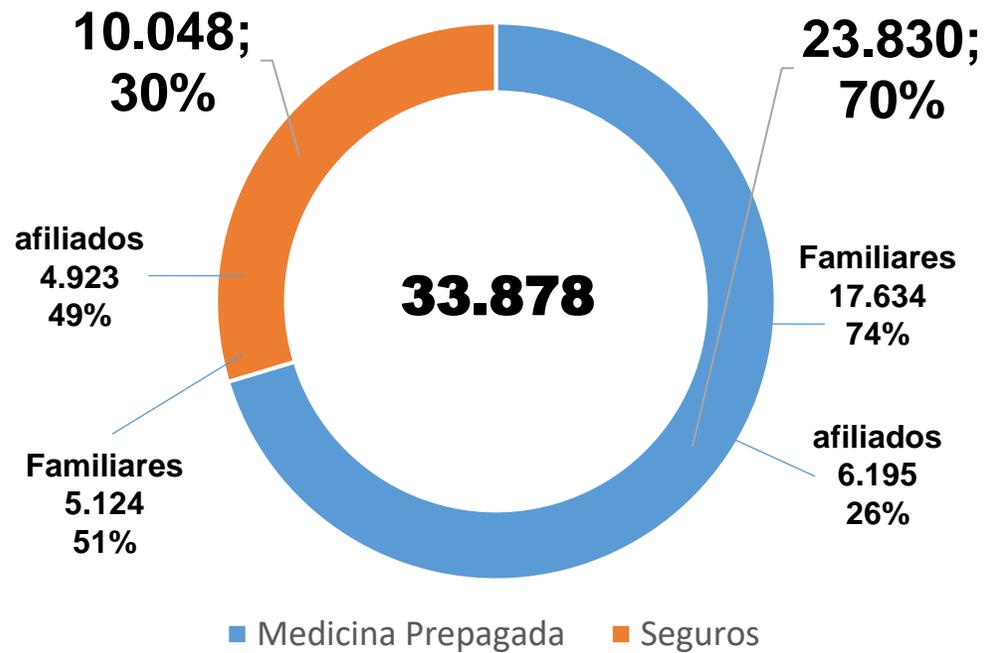
- Al cierre de diciembre del 2023 se logró **una cifra de 33.878 usuarios** en todos los colectivos vs. **31.818 usuarios** en el año 2022, con un **crecimiento del 6,5 %**.
- La composición de los usuarios de convenios se concentra el 70 % en Medicinas Prepagadas y el 30 % en Seguros
- En medicinas prepagadas, el mayor peso lo representa **Colsanitas** con **14.836** (46 %) usuarios, **Colmédica** **6.714** (20 %) usuarios, y en **seguros la póliza de vehículos** con **5.194** (16 %) usuarios y en los **otros ramos** de seguros **6.314** (19 %) manteniendo la tendencia de crecimiento con respecto al año 2022.



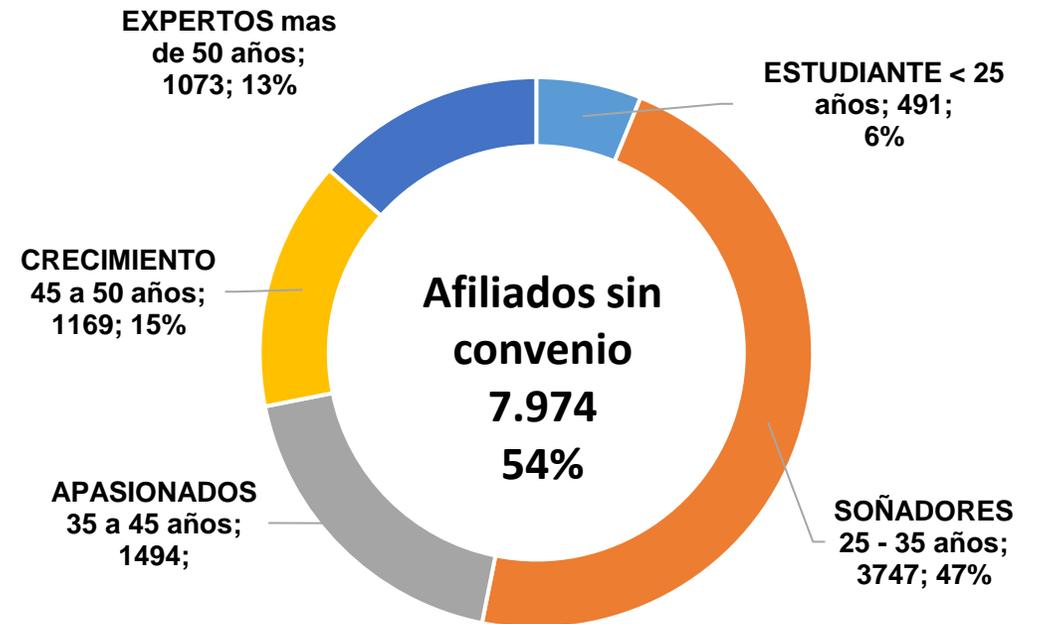


USUARIOS CONVENIOS

COMPOSICIÓN USUARIOS



MERCADO POTENCIAL



Al cierre del 2023 se mantuvo el 54 % de afiliados que no tienen convenio. Se focalizaron las estrategias en profundizar en los padres del segmento más jóvenes y en el desarrollo de campañas de referidos para su familia extendida.



INDICADORES DE GESTIÓN

1. Extender la oferta de convenios a la comunidad de afiliados y sus familias

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
33.878	35.155	-1.277	96%	31.818	2.060	6%

2. Lograr mayores ingresos a diciembre del 2023 por concepto de convenios

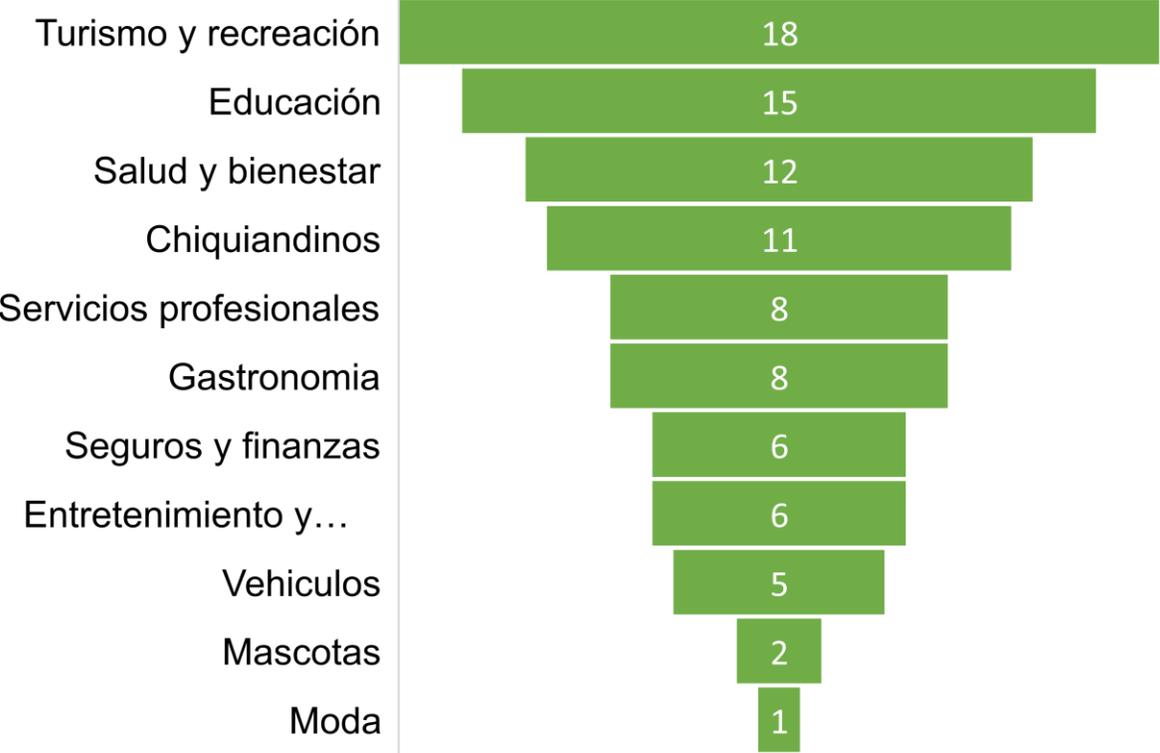
Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
\$ 10.716	\$ 10.655	\$ 61	101%	\$ 6.042	\$ 4.674	77%

*Cifras en millones

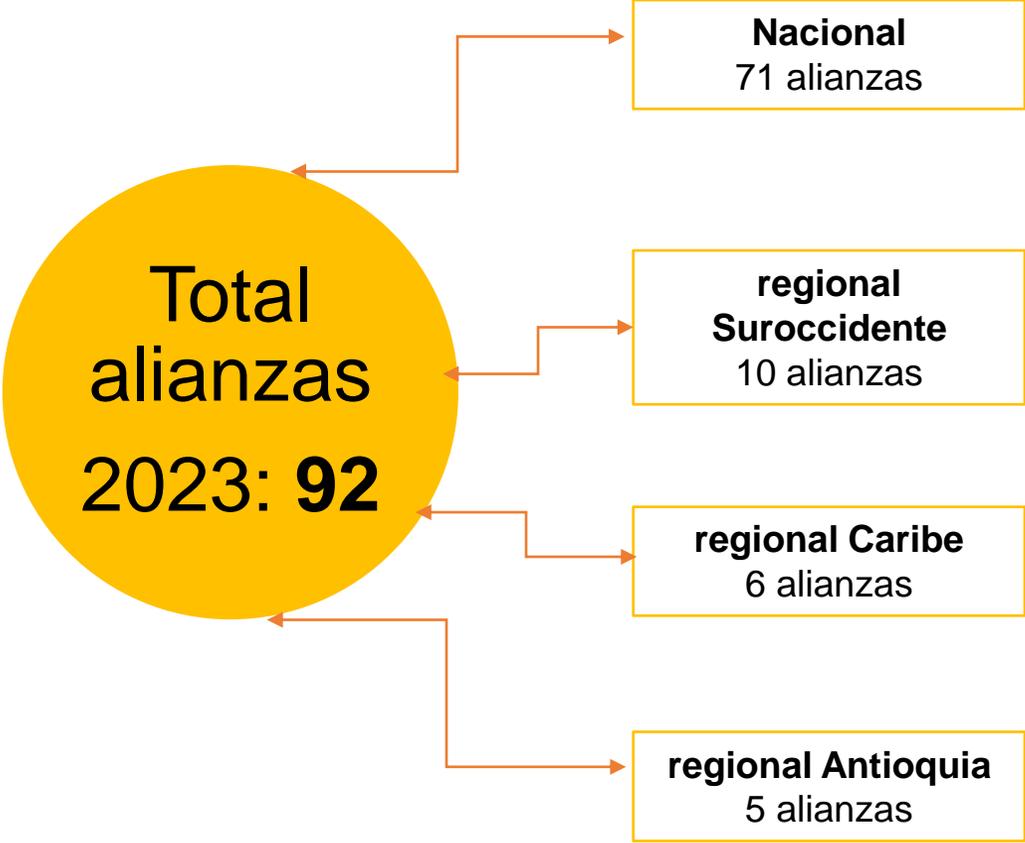


Entendiendo las necesidades particulares de cada una de las regionales, Uniandinos ha analizado las tendencias de consumo para satisfacer las necesidades la comunidad en temas de alianzas.

CATEGORÍAS ALIANZAS



ALIANZAS





OBJETIVO

Mejorar la experiencia de la comunidad a través de la transformación en su modelo de relacionamiento y desarrollo de estrategias y actividades.

RETOS

- Evaluar la calidad y mejorar la experiencia del servicio.
- Mejorar los procesos claves de relacionamiento.
- Descubrir oportunidades de mejora en los canales de relacionamiento.





Desde el equipo gerencial, se realizó la medición de la experiencia de los colectivos de Medicina Prepagadas y Seguros (vehículo). A partir de este estudio se están desarrollando, en conjunto con el corredor de seguros AON y la aseguradora Mapfre, planes de mejoras en diferentes procesos desde la solicitud de la cotización del convenio hasta la renovación.



Diagnóstico

A través de espacios de co-creación (talleres quincenales) con los equipos, se lograron identificar los momentos de dolor en los procesos de cotización, adquisición de la póliza de automóviles, atención de siniestros, canales de atención y proceso de renovación.



Estrategias

- Notificación, con antelación, a los asegurados sobre el proceso de renovación, fechas, valores asegurados, atributos y planes
- Cronograma de envío de carátulas de la póliza
- Redirección del PBX de Uniandinos a la línea de atención de siniestros a Mapfre, para lograr una atención 7/24 en cada acompañamiento.
- Campañas de comunicación de las líneas de atención de siniestros de cada compañía.



Principales logros

01

Disminución en un 87 % las PQR en la etapa de renovación de la póliza de autos, pasando de 1.500 solicitudes a 195.

02

Crecimiento en un 12.5 % en ventas del colectivo, para el 2023, pasando de 688 a 774.

03

Crecimiento 27 % en el número de **cotizaciones** solicitadas por los usuarios, 2.509 a 3.185 y con una **conversión del 20 %**



Desde el segundo semestre se desarrollaron talleres internos de servicio con el objetivo de identificar oportunidades de mejora en diferentes puntos de atención, servicio y experiencia en la página web, específicamente en el módulo de inscripción a eventos.

Estrategias

01

Proceso de inscripción a los eventos.

02

Protocolo de servicio en la Sede Nacional.

Principales retos

- Investigación con otras empresas para conocer e indagar buenas prácticas en el proceso de inscripción a eventos.
- Plan de comunicación y divulgación de opciones de medios de pago como Nequi y Daviplata.
- Ajustes y desarrollo en el módulo de inscripción a los eventos para los afiliados y familiares.
- Ajustes en los mecanismos internos y coordinación entre las áreas en flujos de información y programación de eventos.
- Se construyó el mapa del proceso del ingreso de un afiliado o visitante a la Sede, identificando cada punto de contacto y desarrollando protocolos correspondientes para mejorar la experiencia.
- Campañas de comunicación para visibilizar los canales de atención con la Asociación.

Comunidad:

Nacional
Regional Caribe
Regional Suroccidente
Regional Antioquia
Regional Tolima Grande
Red Global

Capítulos

Áreas Misionales

Empleabilidad
Impacto Social
Emprendimiento
Cultura
FEDU

Gerencia de Servicio:

Puntos de atención
Sede Nacional

Convenios y Alianzas

Gestión institucional:

XXXI Congreso Uniandino
Mercadeo y Comunicaciones
Proyectos Área de Operaciones

Formulación Estratégica

Gestión Administrativa y Financiera



GESTIÓN INSTITUCIONAL





UNIANDINO



XXXI

CONGRESO UNIANDINO

*Inteligencia artificial:
Reflexiones y retos*

GESTIÓN INSTITUCIONAL

XXXI CONGRESO UNIANDINO

2023



XXXI CONGRESO UNIANDINO: INTELIGENCIA ARTIFICIAL – REFLEXIONES Y RETOS



Del 3 al 6 de noviembre, Barranquilla se convirtió en el epicentro de un evento académico de gran relevancia, el Trigésimo Primer Congreso Uniandino. En esta edición, nos centramos en uno de los campos más emocionantes y éticamente desafiantes de la tecnología moderna: la inteligencia artificial.

Contamos con una asistencia de **290** participantes, una conexión en la transmisión en vivo de la agenda académica de más de **170** usuarios y una visualización por nuestro canal de YouTube superior a las **3.400** visitas.

En esta ocasión nos acompañaron 11 ponentes con una alta trayectoria profesional expertos en inteligencia artificial en los 4 ejes tratados:

- Sociedad.
- Empleabilidad y Emprendimiento.
- Ética.
- Educación.



GESTIÓN INSTITUCIONAL

MERCADEO Y COMUNICACIONES



Bajo la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones se trabajó conjuntamente la estrategia a nivel de toda la Asociación, enfocados en atracción, fidelización y optimización de las comunicaciones, obteniendo los siguientes resultados:

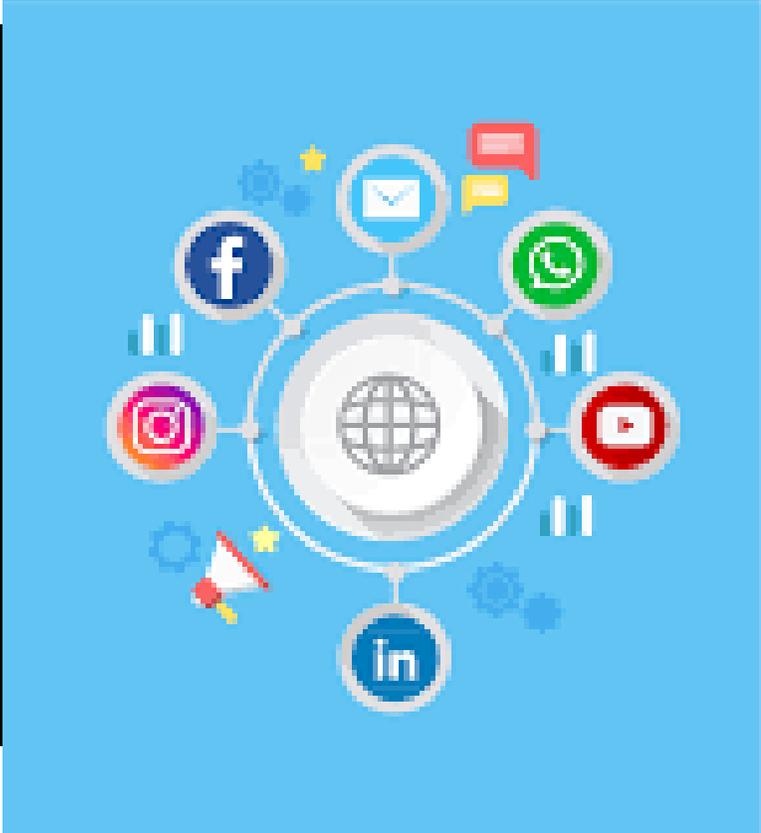


Gestión de Oportunidades*: A través del Sistema de Gestión Integral, en 2023 se inició el seguimiento y cierre de oportunidades, conectando a los afiliados con los diversos servicios de Uniandinos. Se gestionaron **3.274** oportunidades con una conversión del **58 %**.

Satisfacción áreas misionales y Capítulos: En las encuestas realizadas a las Juntas de Capítulos y líderes de área, en 2023 nos calificaron **90/100** vs. **70/100** en 2022, mostrando una mejoría considerable en el acompañamiento y soporte al cliente interno.

Soporte estratégico a toda la Asociación: El trabajo realizado en 2023 se caracterizó por lograr gestionar el apoyo estratégico a toda la Asociación, con mayor estructura y enfocado a los objetivos de cada público objetivo, bajo el marco de efectividad de atracción, fidelización y optimización. En lo corrido del año se hicieron **920** campañas de divulgación, **1.502** piezas gráficas para los eventos y ejecutamos acompañamiento estratégico de mercadeo a **25** proyectos de Capítulos y áreas misionales.

*Oportunidad: Interés de un asociado en algún servicio de la Asociación.



Generación de leads (clientes potenciales): En 2023 se inició el monitoreo de efectividad de Leads, logrando **764** afiliaciones (30 %) del total de las **2.545** realizadas.

Redes Sociales: A través de una estrategia de contenido destacando la oferta de valor y los principales eventos y actividades logramos un crecimiento de seguidores en las 4 redes oficiales: **Instagram 23 %; YouTube 22 % LinkedIn 9 %; Facebook 0,3 %.**

Adicionalmente, administramos y acompañamos la generación de contenido de **178** activos digitales, **principalmente de Capítulos** y realizamos el lanzamiento de WhatsApp como canal oficial en dicha plataforma.



INDICADORES DE GESTIÓN

1. Crecimiento total de seguidores en redes sociales

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
50.514	54.000	3.486	94%	47.008	3.506	7%

2. Tasa de apertura email marketing*

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
45%	47%	-2%	95,7%	44%	1%	2%

* Se considera una buena tasa de apertura a partir de 19,8 % (fuente HubSpot).



INDICADORES DE GESTIÓN

3. Tasa de clic en email marketing*

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
7%	7%	0%	100%	7%	0%	0%

4. Encuesta de satisfacción equipo comunicaciones**

Cumplimiento				Crecimiento		
Ejecutado	Ppto	Diferencia	%	2022	Diferencia	%
90%	85%	5%	106%	70%	20%	29%

*Se considera una buena tasa de clic por encima 4 % (fuente HubSpot).

**La evaluación es realizada por las Áreas Misionales y las Juntas Directivas de los Capítulos y sus profesionales.



INDICADORES DE GESTIÓN

5. Campañas de divulgación

RESULTADOS A DICIEMBRE 31 2023						
Ejecutado	Ppto	Variación	%	2022	Variación	%
920	984	- 64	93%	600	320	53%

6. Solicitudes gráficas*

RESULTADOS A DICIEMBRE 31 2023						
Ejecutado	Ppto	Variación	%	2022	Variación	%
1.502	1.683	- 181	89%	2.456	- 954	-39%

* En 2023 mejoramos los procesos creativos y de esta manera hubo una reducción de ajustes lo que se traduce en mayor eficiencia y calidad de los diseños y entregables.



INDICADORES DE GESTIÓN

7. Oportunidades generadas sobre nuevos afiliados	Cumplimiento			
	Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
	1.082	1.286	-204	84%

8. Oportunidades generadas* sobre afiliados en riesgo de retiro para generar fidelización	Cumplimiento			
	Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
	610	626	-16	97%

9. Afiliaciones de prospectos referidos	Cumplimiento			
	Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
	415	360	55	115%

10. Atracción Prospectos Afiliación web (Leads)	Cumplimiento			
	Ejecutado	Ppto	Diferencia	%
	349	240	109	145%

*Oportunidad: Interés de un asociado en algún servicio de la Asociación.
 Nota: a 2022 no se llevaban estadísticas de estos indicadores.



GESTIÓN INSTITUCIONAL

PROYECTOS ÁREA DE OPERACIONES



Trabajamos para mejorar la experiencia de la Comunidad Uniandina en todas sus interacciones con la Asociación (página web, eventos, datos de control, solicitudes, entre otras). Así mismo destacamos:

Seguridad de la información: Se hizo un **diagnóstico** de la interacción de los procesos con la infraestructura de TI actual, generando planes permanentes de acción enfocados a la prevención y mejora. Se hicieron a cabo **2 análisis de vulnerabilidades**, identificando **un riesgo bajo**. Actualización de la tecnología de programación de la página a una versión más segura.

Habeas Data: En cuanto al tratamiento de datos, **se cumplen al 100 % de los requerimientos de la SIC** implementados para Habeas Data. Se actualizaron los procedimientos y políticas de la Asociación para cumplir con la reglamentación actual.

Automatización de Procesos: En 2023 **se lanzó la plataforma de Sistema de Gestión Integral**, la cual permite controlar las interacciones de los afiliados con la oferta de valor sobre la cual manifiestan interés de la Asociación, adicionalmente se implementó la integración de plataformas para el proceso de afiliación, logrando ser más efectivos en tiempos.

Documentación procesos: **Se inició el proceso de implementación y capacitación del Programa de Transparencia y Ética Empresarial (PTEE)**, para cumplir con la normatividad que entra en vigencia en mayo de 2024.

Encuestas: Se adelantaron 20 encuestas a toda la comunidad, en temas de satisfacción y uso de convenios, mapeo de afiliados relacionados con cultura y emprendimiento, así como preferencias del servicio de Alimentos y Bebidas.





TEMA	No PROYECTOS	AVANCE	OBSERVACIONES
Seguridad Informática	9	90%	Capacitaciones internas, capacitaciones de sensibilización, cumplimiento con la normatividad de la SIC, atención al 100% de los requerimientos de la auditoría y la Revisoría fiscal
Automatización de procesos	6	85%	Modelo predictivo de retiro, modelo de segmentación de asociados, integración con nueva plataforma de email marketing, Automatización de conciliaciones del área financiera
Integración de plataformas	3	100%	Se integran las plataformas de SGI, página web y chatbot de autogestión; eliminando los procesos manuales de actualización de entrega y cargue de información de contacto de afiliados. Se implementa la plataforma de autogestión de para la cotización de pólizas
Lanzamiento del Sistema de Gestión Integral	1	100%	Lanzamiento y estabilización del Sistema de Gestión de Información; la cual mejora los tiempos de respuesta de las interacciones con la comunidad
Automatización de actualización de Bases de Datos	3	100%	Actualización de datos demográficos, formación académica, encuestas de satisfacción de servicio y diferentes ecosistemas
Monitoreo y control de procesos	10	100%	Tableros de control de gestión de las áreas de la asociación, auditoría al 100% de los procesos, auditoría al 100% de los controles

Comunidad:

Nacional
Regional Caribe
Regional Suroccidente
Regional Antioquia
Regional Tolima Grande
Red Global

Capítulos

Áreas Misionales

Empleabilidad
Impacto Social
Emprendimiento
Cultura
FEDU

Gerencia de Servicio:

Puntos de atención
Sede Nacional

Convenios y Alianzas

Gestión institucional:

XXXI Congreso Uniandino
Mercadeo y Comunicaciones
Proyectos Área de Operaciones

Formulación Estratégica

Gestión Administrativa y Financiera



FORMULACIÓN ESTRATÉGICA



PROYECTOS DE LA FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Proyectos equipo de gerencia

Se desarrollaron durante el 2023 una serie de proyectos para fortalecer la oferta de valor de la Asociación de acuerdo con la formulación estratégica.

1. SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN	Contar con un sistema de información que permita realizar una gestión eficiente con nuestra comunidad en términos de vinculación, conocimiento, profundización y prestación de servicios de calidad a través de la automatización de procesos.	3.274 oportunidades desde su salida a producción jun - dic.
2. PLATAFORMA MARKETPLACE SEGUROS	Consolidar a través de una sola plataforma un Marketplace para la cotización, comparación y compra de todos los seguros de la Asociación, donde cada asegurado pueda autogestionar sus productos y solicitudes.	Oferta de seguros en una sola plataforma
3. SISTEMA DE SOPORTE Comunidades Internacionales	Contar con una herramienta que permita mapear e identificar a la Comunidad Uniandina en cada una de las regiones del país y del mundo para su integración, generación de comunidad e interrelación como soporte a la estrategia de internacionalización y regionales.	51 Comunidades Internacionales. 5.183 egresados conectados



PROYECTOS DE LA FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Proyectos equipo de gerencia

4. FORTALECIMIENTO DE LA OFERTA Y DEL SERVICIO EN LA UBICACIÓN LABORAL

Contar con una herramienta que permita mapear e identificar a la comunidad Uniandina en cada una de las regiones del país y del mundo para su integración, generación de comunidad e interrelación como soporte a la estrategia de internacionalización y regionales.

97 afiliados vinculados laboralmente

5. SISTEMA CENTRALIZADO DE PROCESOS, POLÍTICAS Y DOCUMENTOS

Documentar y estandarizar los procesos de la Asociación, identificando opciones de mejora y generando controles para la mitigación de riesgos de los mismos.

Se documentaron y estandarizaron el 100 % de los procesos asignados

6. FORTALECIMIENTO OFERTA DE SERVICIOS PARA EMPRENDEDORES

Atraer nuevas empresas de impacto para nuestra comunidad (que generen oportunidades laborales para egresados de la Universidad de los Andes) y fidelizar a las que tienen ya vínculo relacional con Uniandinos, de manera que estas empresas vean a Uniandinos Empleabilidad como su primera fuente de búsqueda de profesionales.

Se logró impactar a 1.990 afiliados



PROYECTOS DE LA FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Proyectos equipo de gerencia

7. FORTALECIMIENTO DIGITAL PARA LA COMUNIDAD UNIANDINA	Ajustar la estructura de contenido por canal y establecer un modelo de creación de contenido optimizado al alcance de la oferta de valor, llegando a construir una comunidad Uniandina fortalecida y con conocimiento para lograr atracción, fidelización y retención.	Se incrementó en 3.506 seguidores la comunidad digital
8. ARTICULACIÓN ÁREAS MISIONALES Y Capítulos PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	Contar con una Comunidad Uniandina fortalecida a través del relacionamiento efectivo entre Capítulos y áreas misionales.	21 actividades de impacto de forma conjunta con 9 Capítulos
9. GANA - GANA CON LA Universidad DE LOS ANDES	Consolidar una alianza gana-gana con la Universidad de los Andes que genere valor para los miembros de la Comunidad Uniandina que potencie nuestro impacto y crecimiento.	Más de 3.600 personas de la comunidad impactadas en las diferentes actividades

Comunidad:

Nacional
Regional Caribe
Regional Suroccidente
Regional Antioquia
Regional Tolima Grande
Red Global

Capítulos

Áreas Misionales

Empleabilidad
Impacto Social
Emprendimiento
Cultura
FEDU

Gerencia de Servicio:

Puntos de atención
Sede Nacional

Convenios y Alianzas

Gestión institucional:

XXXI Congreso Uniandino
Mercadeo y Comunicaciones
Proyectos Área de Operaciones

Formulación Estratégica

Gestión Administrativa y Financiera



GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA



En el 2023, se dio inicio al proceso de optimización de la gestión a nivel de toda la organización, buscando generar punto de equilibrio en los resultados operacionales y un sistema de seguimiento y control efectivo acorde a las necesidades de la Asociación.

Los aspectos destacar son:



- **Ingresos operacionales:** Cumplimiento presupuestal del 107 % y crecimiento del 20 % frente al 2022.

ESTADO DE RESULTADOS	INGRESOS OPERACIONALES						
	2023	PPTO 2023	CUMPLIMIENTO		2022	CRECIMIENTO	
			\$	%		\$	%
Cuotas de afiliación	4.962	4.784	178	104%	4.385	577	13%
Convenios	10.717	10.151	566	106%	8.957	1.759	20%
Otras actividades	1.275	855	420	149%	784	491	63%
TOTAL	16.953	15.790	1.164	107%	14.126	2.828	20%

Nota: Cifras en millones.

- **EBITDA*:** \$1.467 millones vs. presupuesto de \$913 millones con un cumplimiento del 161 % y un crecimiento del 99 % con respecto a 2022.
- **Rendimientos financieros:** \$4.093 millones en 2023, donde \$2.018 millones corresponden a los Fondos Patrimoniales y el restante \$2.055 a las demás actividades vs. \$1.890 millones de excedentes totales en 2022, \$939 millones corresponden a Fondos Patrimoniales y \$951 millones a otros conceptos, con un crecimiento respecto al total de 116 %.

Optimización procesos contables y financieros: A través del diagnóstico realizado en 2023, se inició el plan de mejora de los procesos, depuración de la información contable, implementación de conciliaciones automáticas, entre otros.

Personal: Optimización de la plantilla sin afectar el servicio, pasando de 127 a 119 empleados.

* EBITDA: *Earnings Before Interest Taxes Depreciation and Amortization*



ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA

BALANCE	A DICIEMBRE					
	2023		2022		CRECIMIENTO	
	\$	%/Activos	\$	%/Activos	\$	%
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	36.427	44,2%	28.935	40,6%	7.493	25,9%
DEUDORES COMERCIALES POR COBRAR	15.167	18,4%	11.691	16,4%	3.476	29,7%
CRÉDITOS PARA ESTUDIOS	6.697	8,1%	6.408	9,0%	289	4,5%
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	139	0,2%	123	0,2%	16	12,8%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	58.430	71,0%	47.157	66,2%	11.273	23,9%
ACTIVO NO CORRIENTE						
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	21.606	26,2%	21.765	30,5%	-160	-0,7%
PROPIEDADES DE INVERSIÓN	791	1,0%	791	1,1%	0	0,0%
ACTIVOS INTANGIBLES	155	0,2%	257	0,4%	-102	-39,6%
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	1.344	1,6%	1.308	1,8%	36	2,7%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	23.895	29,0%	24.121	33,8%	-226	-0,9%
TOTAL ACTIVO	82.325	100,0%	71.278	100,0%	11.048	15,5%

Nota: Cifras en millones.



ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA

BALANCE	A DICIEMBRE					
	2023		2022		CRECIMIENTO	
	\$	%/Activos	\$	%/Activos	\$	%
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
ACREEDORES COMERCIALES	820	1,0%	904	1,3%	-84	-9,3%
PASIVOS POR IMPUESTOS	345	0,4%	133	0,2%	212	160,0%
PASIVOS LABORALES	586	0,7%	526	0,7%	60	11,4%
PROVISIONES	1.707	2,1%	1.742	2,4%	-35	-2,0%
OTROS PASIVOS	2.327	2,8%	1.890	2,7%	437	23,1%
INGRESOS RECIBIDOS PARA TERCEROS	24.170	29,4%	20.344	28,5%	3.825	18,8%
TOTAL PASIVOS	29.954	36,4%	25.538	35,8%	4.416	17,3%
PATRIMONIO						
TOTAL PATRIMONIO	52.372	63,6%	45.740	64,2%	6.632	14,5%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	82.325	100,0%	71.278	100,0%	11.048	15,5%

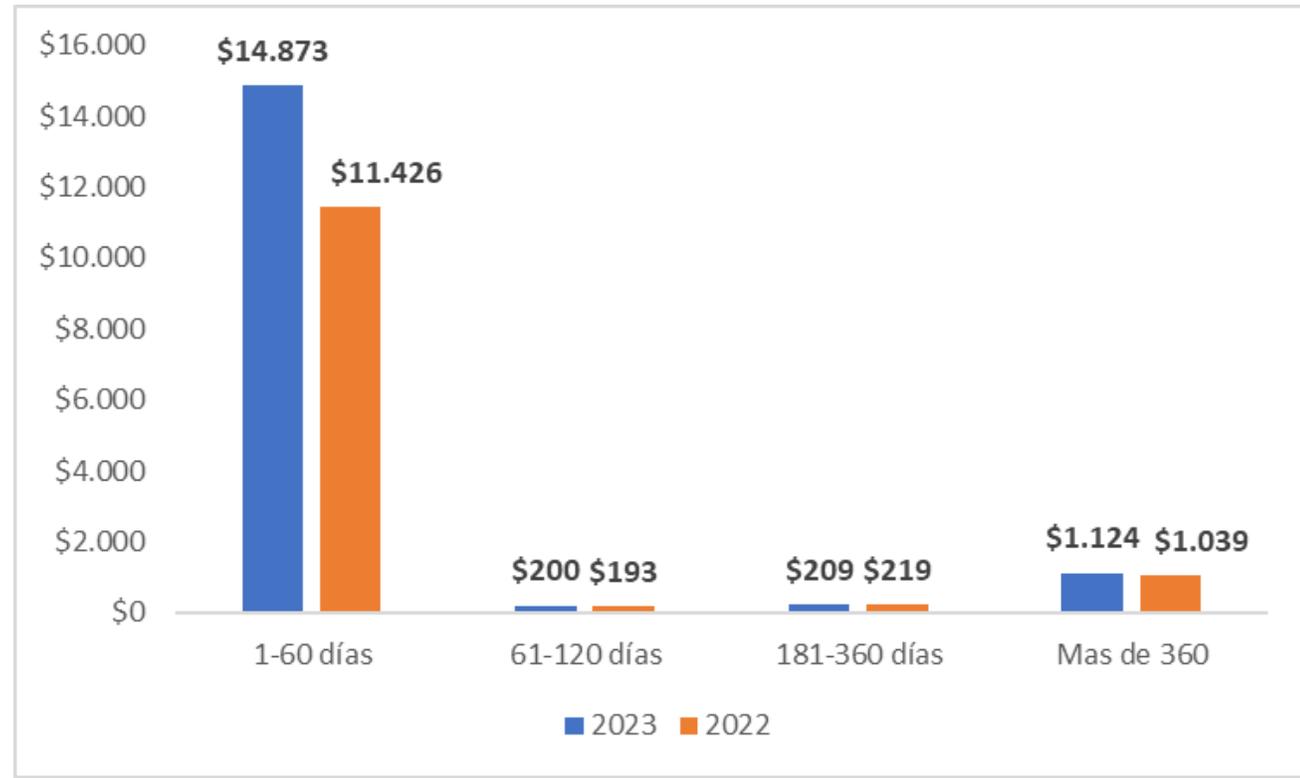
Nota: Cifras en millones.

- El crecimiento en el pasivo se explica por el incremento de los ingresos recibos para terceros por mayor facturación de convenios.
- El 60 % del patrimonio está compuesto por los Fondos Patrimoniales.



CARTERA

CARTERA COMERCIAL



Las cuentas por cobrar con antigüedad de **1-60** días con corte a 31 de diciembre de 2023, presentaron un crecimiento del 30 % con relación al saldo del año 2022 debido a la mayor facturación.

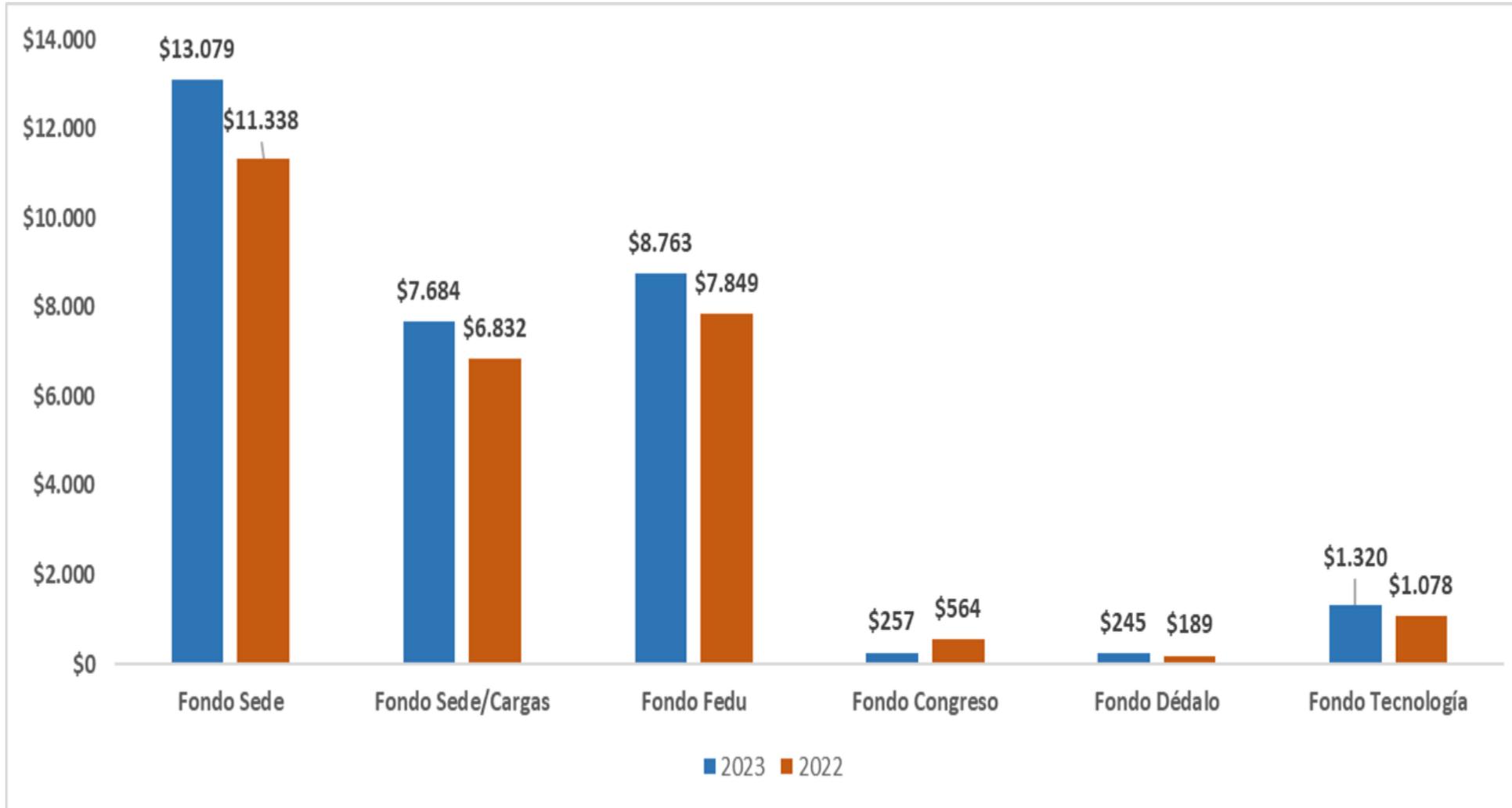
Nota: Cifras en millones.

CARTERA FEDU

La cartera del Fondo Educativo Uniandino - FEDU es muy sana, de los **\$6.266 millones** colocados, solo están provisionados **\$8 millones** que equivalen al **0,12 %**.



FONDOS PATRIMONIALES



En 2023, se hicieron aportes adicionales por **\$6.191 millones** a los Fondos Patrimoniales, correspondientes al 52 % de las cuotas de afiliados.

Saldo

Año 2023 \$31.350
Año 2022 \$27.849

Incremento 12,6 % sin incluir rendimientos financieros.

Nota: Cifras en millones.



ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

ESTADO DE RESULTADOS	2023	PPTO	CUMPLIMIENTO		2022	CRECIMIENTO	
			\$	%		\$	%
TOTAL INGRESOS DE ACTIVIDADES ORD.	16.953	15.790	1.164	107%	14.126	2.828	20%
TOTAL GASTOS DE ADMIN. Y VENTAS	16.241	15.604	637	104%	14.091	2.150	15%
%/IAO	95,80%	98,83%			99,75%		
RESULTADO OPERACIONAL	712	185	527	385%	35	677	1956%
%/IAO	4,20%	1,17%			0,25%		
EBITDA	1.467	913	554	161%	736	731	99%
%/IAO	9%	6%			5%		
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	4.451*	3.461	990	129%	2.066	2.385	115%
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	1.090	920	169	118%	1.248	-159	-13%
RESULTADO NETO	4.073**	2.725	1.348	149%	852	3.221	378%

Nota: Cifras en millones.

*Incluye **\$2.019 millones** correspondiente a **rendimientos** financieros de **Fondos Patrimoniales**.

** Por decisión de la Asamblea en el año 2023, se deben **completar \$2.000 millones** como reserva para **Fidupetrol** por lo que se toman **\$457 millones** del resultado operacional para un neto de **excedentes disponibles de \$1.597 millones**.



RESUMEN FUENTES DE INGRESOS 2023

FUENTES DE INGRESO	%	2023	2022	CRECIMIENTO	%
Ingresos Afiliación	100%	\$ 9.911	\$ 9.135	\$ 776	8%
Operación	48%	\$ 4.962	\$ 4.385	\$ 577	13%
Fondos	52%	\$ 4.949	\$ 4.750	\$ 199	4%
Fondo Dédalo		\$ 1.999	\$ 1.900	\$ 99	5%
Fondo Sede		\$ 1.713	\$ 1.663	\$ 51	3%
Fondo Fedu		\$ 857	\$ 808	\$ 49	6%
Fondo Tecnología		\$ 238	\$ 238	\$ 0	0%
Fondo Procongreso		\$ 143	\$ 143	\$ 0	0%
Convenios		\$ 10.717	\$ 8.957	\$ 1.759	20%
Otros Ingresos Operacionales		\$ 1.275	\$ 784	\$ 491	63%
Rendimientos Financieros		\$ 4.093	\$ 1.890	\$ 2.203	117%
Operación		\$ 2.074	\$ 951	\$ 1.123	118%
Fondos		\$ 2.019	\$ 939	\$ 1.079	115%
Otros Ingresos No Operacionales		\$ 358	\$ 176	\$ 183	104%
Total		\$ 26.353	\$ 20.942	\$ 5.412	26%

Nota: Cifras en millones.

Estos valores corresponden a lo acumulado en el 2023 sin descontar ningún tipo de ejecución.



ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES

Al cierre del ejercicio, no se presentaron eventos posteriores de importancia que afecten los saldos de los estados financieros. Uniandinos ha pagado oportunamente los aportes al sistema de seguridad social, fondos de pensiones, y sistemas de riesgos profesionales de acuerdo con lo establecido por la Ley.

EVOLUCIÓN PREVISIBLE DE LA ASOCIACIÓN

La Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes - Uniandinos, continuará trabajando en el crecimiento y fortalecimiento de la comunidad Uniandina, en un ejercicio conjunto con nuestra Alma Mater, enmarcado en el apoyo al bienestar y progreso de los afiliados y su grupo familiar, brindando un portafolio de servicios integral para la atención de sus necesidades. Las finanzas de la organización son fuertes y estables, los gastos se encuentran dentro de lo presupuestado y la cartera es sana y dentro de los niveles históricos. Este comportamiento se debe mantener en el corto y mediano plazo y no se prevé ninguna situación adversa que ponga en riesgo los resultados futuros de la Asociación.



DERECHOS DE AUTOR

La Asociación cumple en su totalidad con las disposiciones referentes a las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor, de acuerdo con lo establecido en el numeral 4° del artículo 47 de la Ley 222 de 1995, adicionado por la Ley 603 de 2000, en lo que respecta a licencias de Software Office y Windows de Microsoft.

OPERACIONES CON SOCIOS Y ADMINISTRADORES

Este punto no es aplicable a la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes – UNIANDINOS, ya que, al ser una Asociación de exalumnos, carece de socios o accionistas dentro de su estructura jurídica. La Asociación tampoco realiza operaciones comerciales con los administradores.



GRACIAS

