

INFORME DE LA ENCUESTA ANUAL DE SATISFACCIÓN AL USUARIO 2020

COORDINACIÓN NACIONAL PROGRAMA DE EGRESADOS



Contenido

Introducción.....	1
Antecedentes	2
Información Académica y Desagregación por Género	4
Niveles de Satisfacción, Coordinación Nacional	6
• Página web:.....	6
• Portal de Egresados (SIE):.....	7
• Correo electrónico:	8
• Redes Sociales:.....	9
• Revista Virtual:	10
• Boletín electrónico:	11
• Atención Presencial, Virtual y Telefónica:	12
Atributos de calidad de los servicios evaluados	13
• Página web:.....	13
• Portal de Egresados (SIE):.....	14
• Correo electrónico:	14
• Redes Sociales:.....	15
• Revista Virtual:	15
• Boletín electrónico:	16
• Atención Presencial, Virtual y Telefónica:	16
Niveles de Satisfacción, Sede Amazonía	17
Niveles de Satisfacción, Sede Bogotá.....	17
• Correo Electrónico:.....	19
• Página Web:	20
• Revista Digital:.....	21
• Boletín del Programa de Egresados de la Sede:.....	22
• Redes Sociales del Programa de Egresados de la Sede:	23
• Encuentros de Egresados de la Sede:	24
• Gestión y Entrega del Carné de Egresado:	25
• Cátedra de Egresados UN para la UN:	26
• Mentorías Académicas:	27

• Torneos Deportivos:	28
• Portafolio Empresarial de Egresados UN:	29
• Diálogos con Egresados UN:.....	30
• Atención Virtual y Telefónica:	31
• Atención Presencial:.....	32
• Ofertas Laborales:	33
Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Bogotá.....	34
• Correo electrónico:	35
• Página web:.....	35
• Revista Digital:.....	36
• Boletín del Programa de Egresados de la Sede:.....	36
• Redes Sociales del Programa de Egresados de la Sede:	37
• Encuentros de Egresados de la Sede:	37
• Gestión y Entrega del Carné de Egresado:	38
• Cátedra de Egresados UN para la UN:	38
• Mentorías Académicas:	39
• Torneos Deportivos:	39
• Portafolio Empresarial de Egresados UN:	40
• Diálogos con Egresados UN:.....	40
• Atención Virtual y Telefónica:	41
• Atención Presencial:.....	41
• Ofertas Laborales:	42
Niveles de Satisfacción, Sede Medellín	42
• Correo Electrónico:.....	44
• Página Web:.....	45
• Revista:	46
• Boletín del Programa de Egresados:.....	47
• Redes Sociales de la Sede:.....	48
• Gestión y Entrega del Carné de Egresado:	49
• Atención virtual y telefónica:	50
• Atención Presencial:.....	51

• Ofertas Laborales:	52
• Sala de reuniones en la Casa del Egresado:	53
• Espacios deportivos:	54
• Bibliotecas y Bases de Datos:	55
• Actividades de promoción de la salud:	56
• Charlas, conferencias, encuentros, recorridos:	57
• Actividades culturales:.....	58
• Descuentos en educación continua e idiomas:.....	59
Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Medellín	60
• Correo electrónico:	61
• Página Web:.....	61
• Revista:	62
• Boletín del Programa de Egresados:.....	62
• Redes Sociales de la Sede:.....	63
• Gestión y Entrega del Carné de Egresado:	63
• Atención virtual y telefónica:	64
• Atención Presencial:.....	64
• Ofertas Laborales:	65
• Sala de reuniones en la Casa del Egresado:	65
• Espacios deportivos:	66
• Bibliotecas y Bases de Datos:	66
• Actividades de promoción de la salud:	67
• Charlas, conferencias, encuentros, recorridos:	67
• Actividades culturales:.....	68
• Descuentos en educación continua e idiomas:.....	68
Niveles de Satisfacción, Sede Orinoquía	69
• Correo Electrónico:.....	69
• Redes sociales de la Sede:	70
• Encuentro de egresados:	71
• Gestión y entrega del carné:.....	72
• Atención virtual y telefónica:	73

• Atención Presencial:.....	74
• Ofertas Laborales:.....	75
Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Orinoquía:	76
Niveles de Satisfacción, Sede Palmira.....	77
• Correo Electrónico:.....	78
• Comunicación semanal de actividades de la Sede:	80
• Encuentro de egresados:	81
• Gestión y entrega del carné:.....	82
• Atención virtual y telefónica:.....	83
• Atención Presencial:.....	84
• Ofertas Laborales:.....	85
Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Palmira:.....	86
• Correo electrónico:	87
• Comunicación semanal de actividades de la Sede:	87
• Encuentro de egresados:	88
• Gestión y entrega del carné:.....	88
• Atención virtual y telefónica:.....	89
• Atención Presencial:.....	90
• Ofertas Laborales:.....	90
Niveles de Satisfacción, Sede Manizales.....	91
• Correo Electrónico:.....	92
• Revista:	93
• Comunicación semanal de actividades de la Sede:	94
• Página Web:.....	95
• Redes Sociales de la Sede:.....	96
• Encuentros de Egresados de la Sede:	97
• Gestión y Entrega del Carné de Egresado:	98
• Atención virtual y telefónica:.....	99
• Atención Presencial:.....	100
• Ofertas Laborales:.....	101
Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Manizales.....	102

• Correo electrónico:	103
• Revista:	103
• Comunicación semanal de actividades de la Sede:	104
• Página Web:	104
• Redes Sociales de la Sede:.....	105
• Encuentros de Egresados de la Sede:	105
• Gestión y Entrega del Carné de Egresado:	106
• Atención virtual y telefónica:	106
• Atención Presencial:.....	107
• Ofertas Laborales:	107
Descripción de Opiniones de Egresados	108
Red de Egresados UNAL	110
• Actividades que deberían promoverse en la Red de Egresados:	110
• Proyectos o iniciativas deberían promoverse en la Red de Egresados:	112
• Grupos de Egresados.....	114
• Alianzas y Convenios de Interés	115
• Universidad de interés para hacer posgrado	116
• Habilidades que quisiera fortalecer	117
• Capacitaciones de emprendimiento	118
• Voluntariado	119
• Mejoras en el servicio del Carné	120
• Normatividad	121
• Propuestas para el lanzamiento de la Red en 2021	122
• Información en redes sociales y páginas web	123
• Gentilicio.....	125

Introducción

La Encuesta Anual de Satisfacción al Usuario es una investigación de carácter estadístico, por medio de la cual el Programa de Egresados (PE) obtienen información de las principales variables de satisfacción de los servicios que dicho programa ofrece a Egresados de la Universidad Nacional de Colombia. Esta encuesta se envía por correo electrónico a egresados de todas las sedes y facultades de la Universidad a inicios del segundo semestre del año a evaluar y se realiza seguimiento y reenvío periódico para obtener la mayor participación de egresados posible.

En el segundo semestre del 2020 se modificó la encuesta con el fin de incluir la medición de los atributos del servicio definidos por el Sistema Integrado de Gestión Académica Administrativa y Ambiental SIGA, respecto a los servicios ofrecidos por las dependencias del Programa de Egresados de Nivel Nacional y Sedes. De igual manera se incluyó dentro de la encuesta, una sección dedicada a la Red de Egresados y Gentilicio UNAL

Posterior a la aplicación de la encuesta y consolidación de la información, se procede a realizar una validación de la misma a partir del registro administrativo que se encuentra en el Sistema de Información de Egresados (SIE), esto con el fin de reducir el sesgo en los resultados obtenidos para cada sede y verificar que los egresados evalúen efectivamente las sedes a las cuales pertenecen.

Con esta investigación se espera que, a partir de la información suministrada por los egresados de los servicios relacionados con: la divulgación de información de interés a través de las páginas Web, correos electrónicos, revistas, boletines, carnetización y encuentros de egresados entre otros, el Programa de Egresados genere indicadores en pro de diseñar actividades y estrategias que impulsen el mejoramiento de los servicios prestados.

Este documento pretende dar a conocer algunos de los resultados que se pueden obtener de los egresados que respondieron la encuesta, que para el año 2020 conto con la participación efectiva de 1.051 egresados cuya información suministrada fue previamente validada.

Antecedentes

A partir del acuerdo 014 del 2010, el cual reestructura y consolida el Programa de Egresados de la Universidad Nacional de Colombia, y según el artículo 1 de este mismo documento, se considera Egresado a quien haya cumplido con lo estipulado en el artículo 52 del Acuerdo 008 del 2008 “*Son requisitos para obtener un título de la Universidad Nacional de Colombia los siguientes:*

- a) Haber completado el mínimo de créditos contemplados por el programa curricular de acuerdo con el plan de estudios.*
- b) Haber cumplido con todos los requisitos académicos adicionales y administrativos de la Universidad, de acuerdo con reglamentación emanada por el Consejo Académico para tal fin”.*

Contemplando lo anterior y teniendo en cuenta que la Universidad Nacional de Colombia, a través del Programa de Egresados deberá Propender por el establecimiento de mecanismos que permitan estrechar, fortalecer y ampliar las relaciones entre la Universidad y sus Egresados, se crea la resolución 026 del 25 de abril de 2012, en la cual se reglamenta el portafolio de servicios para los Egresados de la Universidad Nacional de Colombia.

Por estas razones, el Programa de Egresados, desde su creación, ha diseñado diferentes estrategias, tanto a nivel de coordinación nacional como a nivel de coordinaciones de sedes y facultades, que permitan cumplir con los objetivos establecidos en los documentos citados, reuniéndolos en líneas de acción, las cuales son:

- **Creación de la Páginas Web:** La cual busca dar cumplimiento a divulgación y difusión de información de interés para los egresados de la Universidad Nacional.
- **Creación del Sistema de Información de Egresados SIE:** Este portal es una herramienta que permite a la institución mantener comunicación vía electrónica con los Egresados de la Universidad Nacional de Colombia, así como divulgar opciones laborales de interés.
- **Carnetización de Egresados:** El carné de Egresado es el documento que permite reconocer de manera rápida y practica a un Egresado de la Institución, y con el cual se pueden acceder a los servicios de descuentos e información relevantes a la vida académica y laboral establecidos en la resolución 026 del 25 de abril de 2012.
- **Organización de Encuentros de Egresados:** Estos eventos, organizados por las sedes y facultades de la Universidad Nacional, tienen como principal objetivo estrechar las relaciones entre egresados y la institución universitaria.
- **Creación de medios electrónicos de información:** La principal función de estos medios electrónicos como son: correos electrónicos institucionales y redes

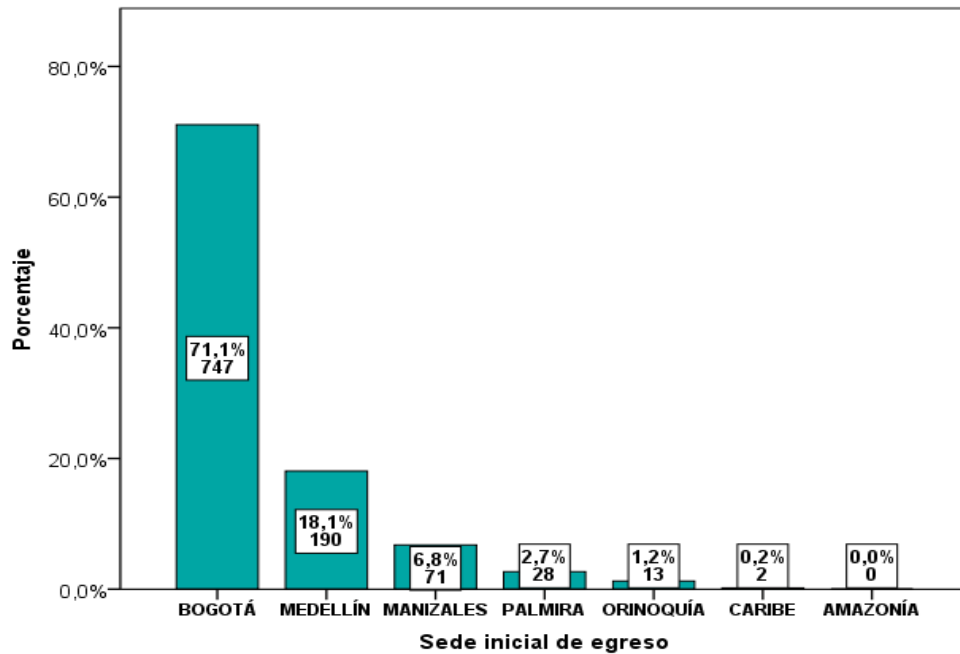
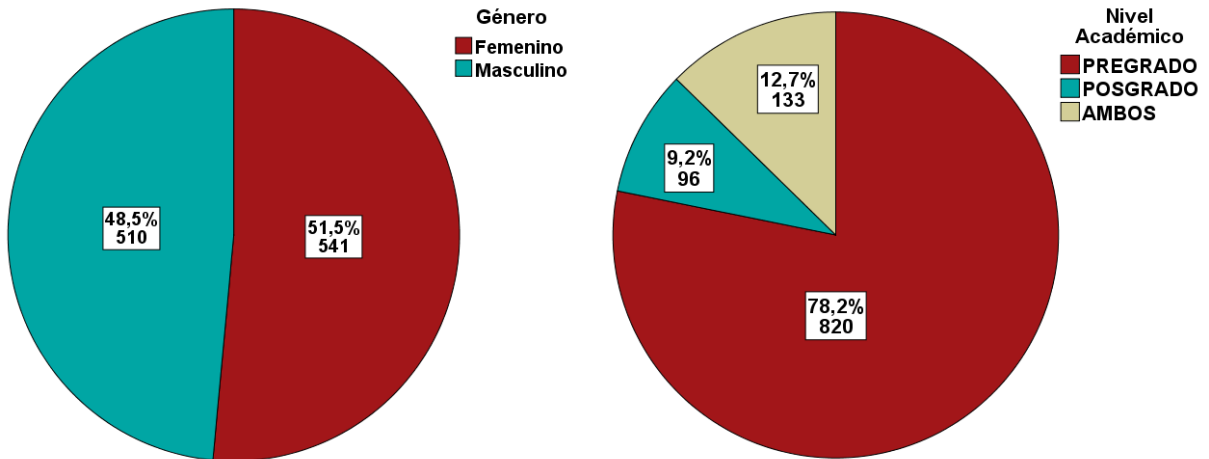
sociales, es informar a los egresados de actividades y eventos relevantes para su vida académica, laboral, cultural y social, que la Universidad Nacional desarrolla para el beneficio de los egresados de la misma.

Teniendo en cuenta lo anterior, y después de generar las líneas de acción que enfocan su existencia al prestar los servicios mencionados, se hace necesario establecer mecanismos que permitan medir el tanto los atributos de calidad de los servicios como el nivel de satisfacción de los egresados, en torno a estos, dando origen así a La Encuesta Anual de Satisfacción al Usuario (ESAU) cuyos resultados para el año 2020 son expuestos a continuación.

Información Académica y Desagregación por Género

Para el segundo semestre del 2020 se llevó a cabo la aplicación de la Encuesta Anual de Satisfacción al Usuario, la cual contó con alrededor de 2 meses de aplicación, y durante este periodo, se enviaron mensajes a aquellos egresados que, después del primer envío, no habían contestado la encuesta con periodicidad de 1 mensajes por semana, obteniendo así, un total de 1.051 formularios diligenciados los cuales fueron consolidados y analizados, dando origen a este informe, con la ayuda de las herramientas de Excel y el paquete estadístico spss.

A continuación, se ilustra la distribución porcentual por Género, nivel académico y sede a la cual pertenecen.



De los egresados que respondieron, se encontró que aquellos que tenían título de pregrado y posgrado, o doble titulación, los obtuvieron en la misma sede, solo 11 egresados tienen pregrado en una sede y posgrado en otra distinta, de la siguiente manera:

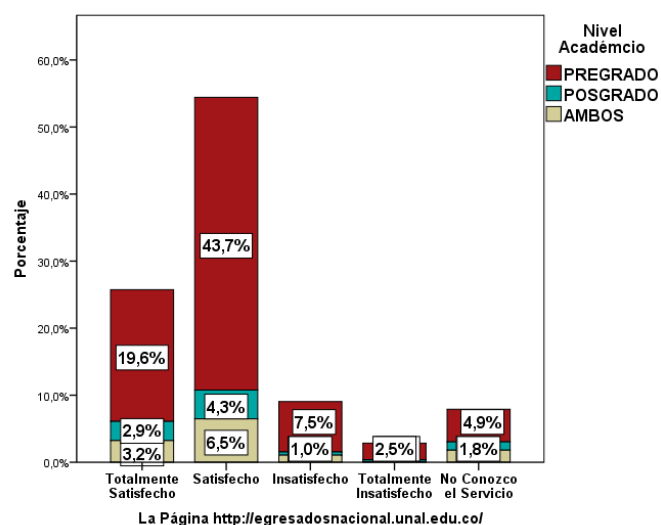
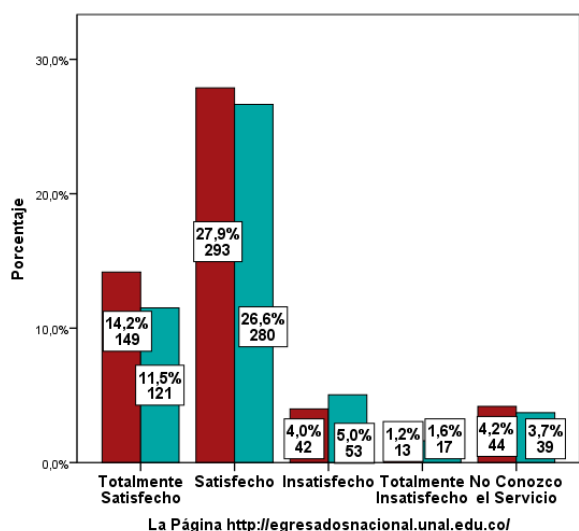
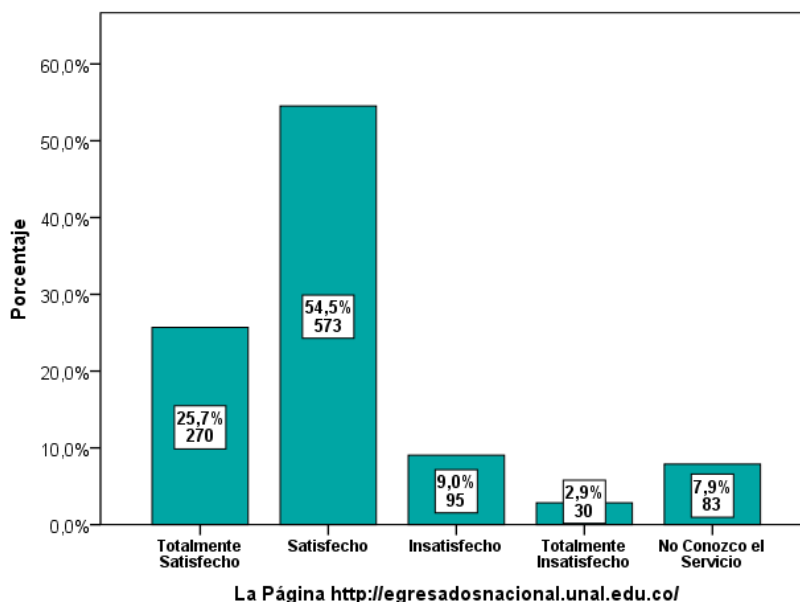
SEDE PREGRADO	SEDE POSGRADO				
	AMAZONÍA	BOGOTÁ	MANIZALES	ORINOQUÍA	TOTAL
BOGOTÁ	1		1		2
MANIZALES		2		2	4
MEDELLÍN	2				2
ORINOQUÍA			1		1
PALMIRA		1	1		2
TOTAL	3	3	3	2	11

En general, contesto una mayor proporción de hombres que de mujeres. En los análisis por sede se tienen en cuenta tanto la sede inicial de egreso como la sede de posgrado que un egresado pueda llegar a tener.

Niveles de Satisfacción, Coordinación Nacional

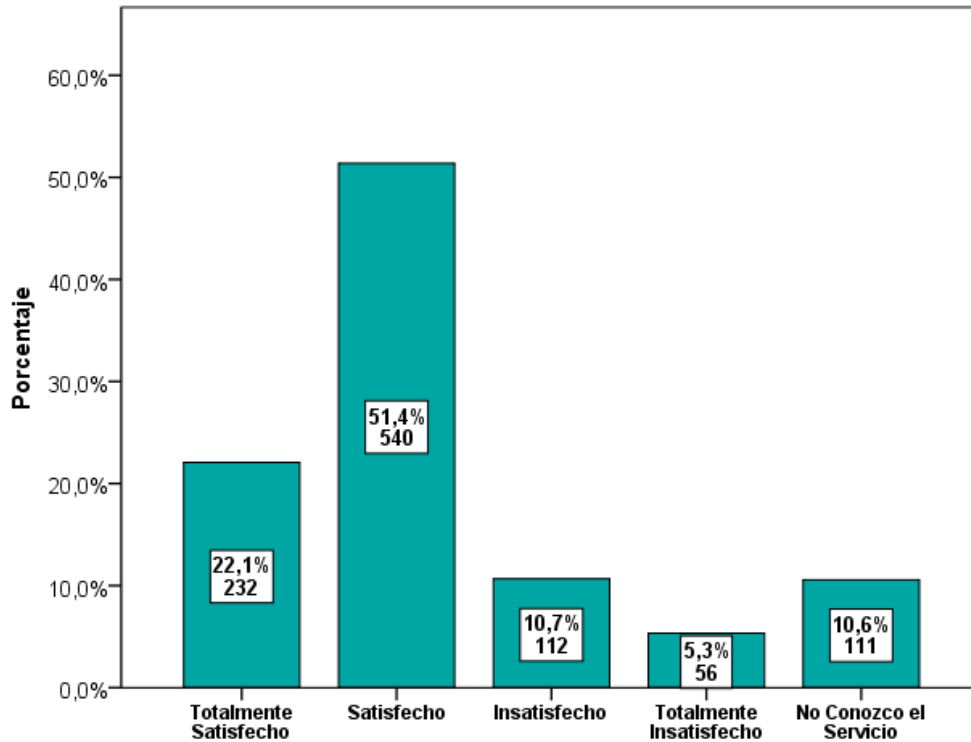
Los servicios que se evaluaron en la encuesta, con respecto a lo que ofrece la coordinación nacional del programa de egresados corresponden a la página web, el portal de egresados, el correo electrónico, las redes sociales, la revista y boletín virtual, y la atención presencial y telefónica. Los resultados fueron los siguientes.

- Página web:

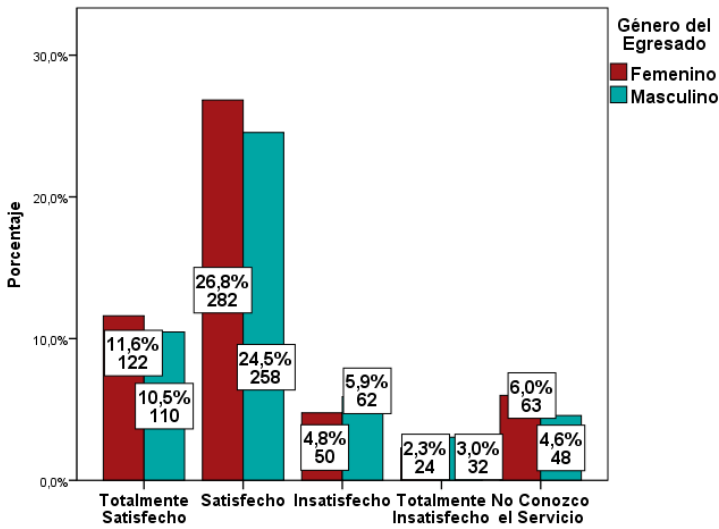


El 80,2% (843 registros) de los egresados que respondieron la encuesta dicen sentirse satisfechos o totalmente satisfechos con respecto a la divulgación de información vía página web. Al desagregar por género, se observa que en general las mujeres son las que se sienten más satisfechas.

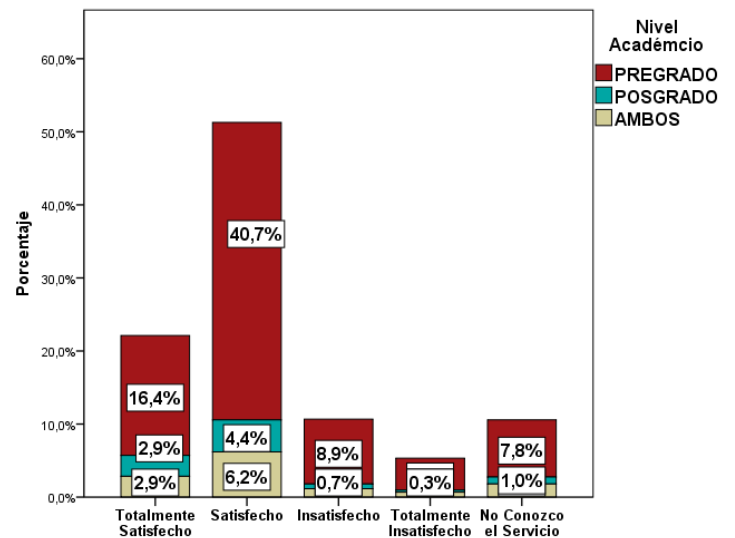
- Portal de Egresados (SIE):



El portal <https://sie.unal.edu.co/link/index.do>



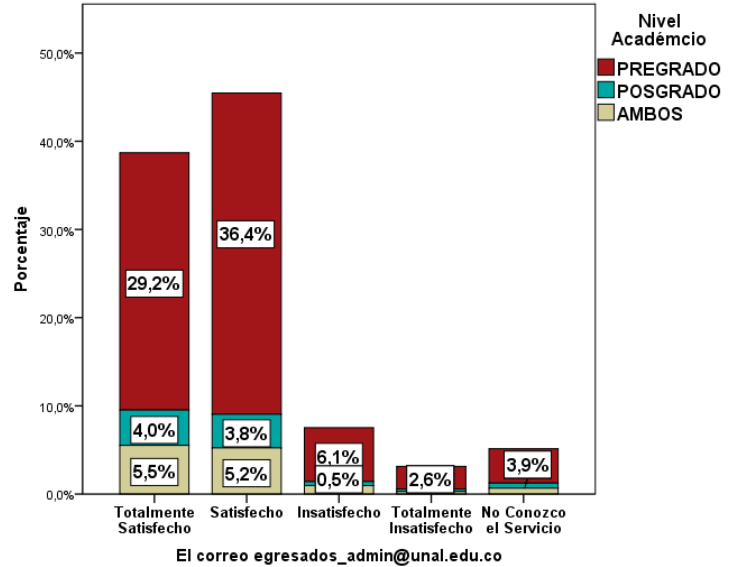
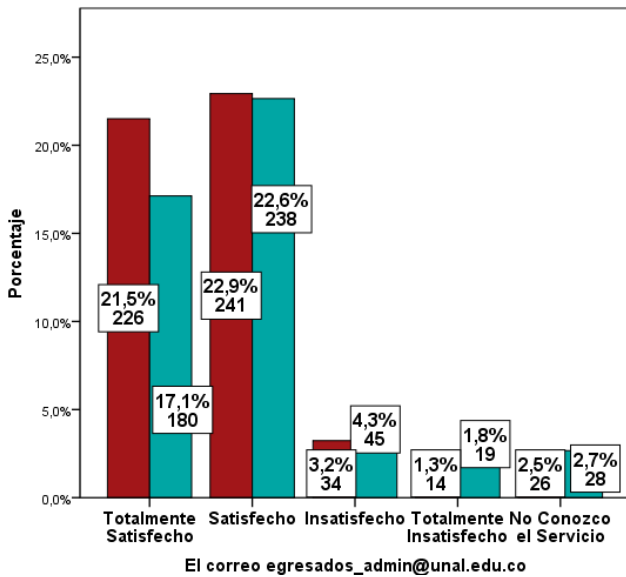
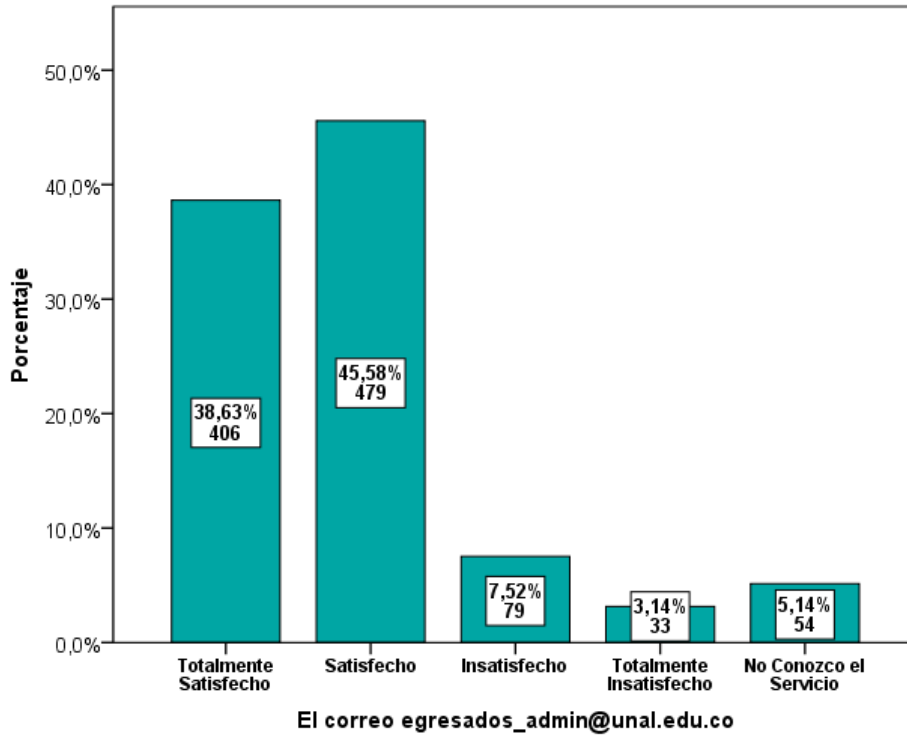
El portal <https://sie.unal.edu.co/link/index.do>



El portal <https://sie.unal.edu.co/link/index.do>

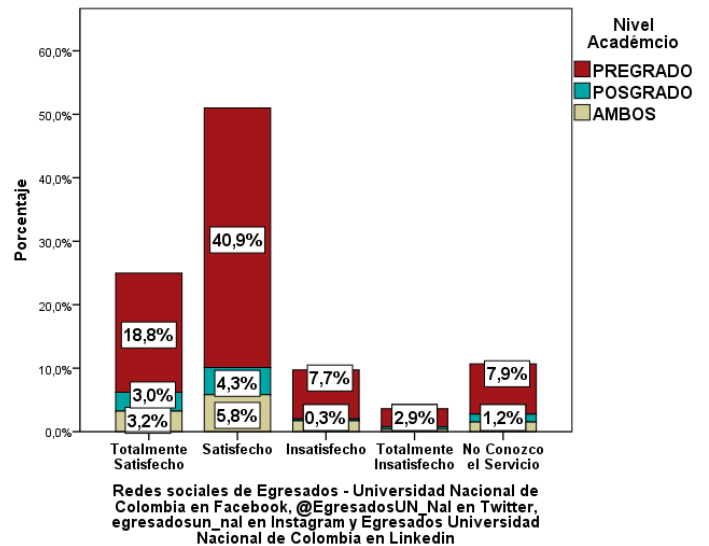
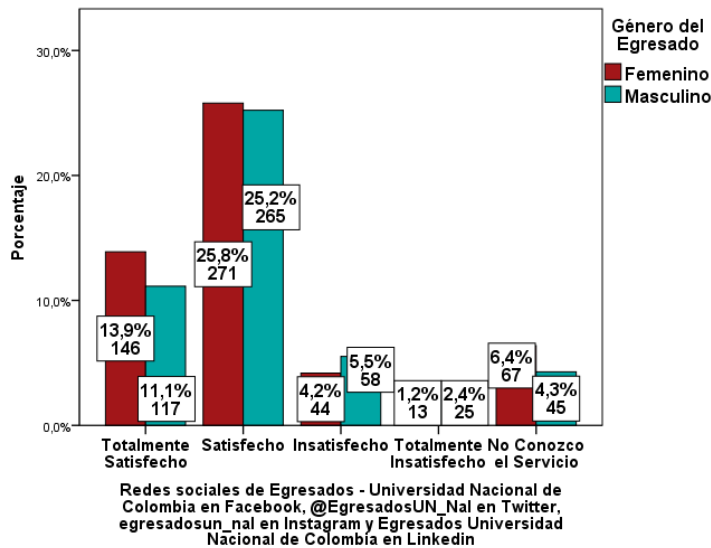
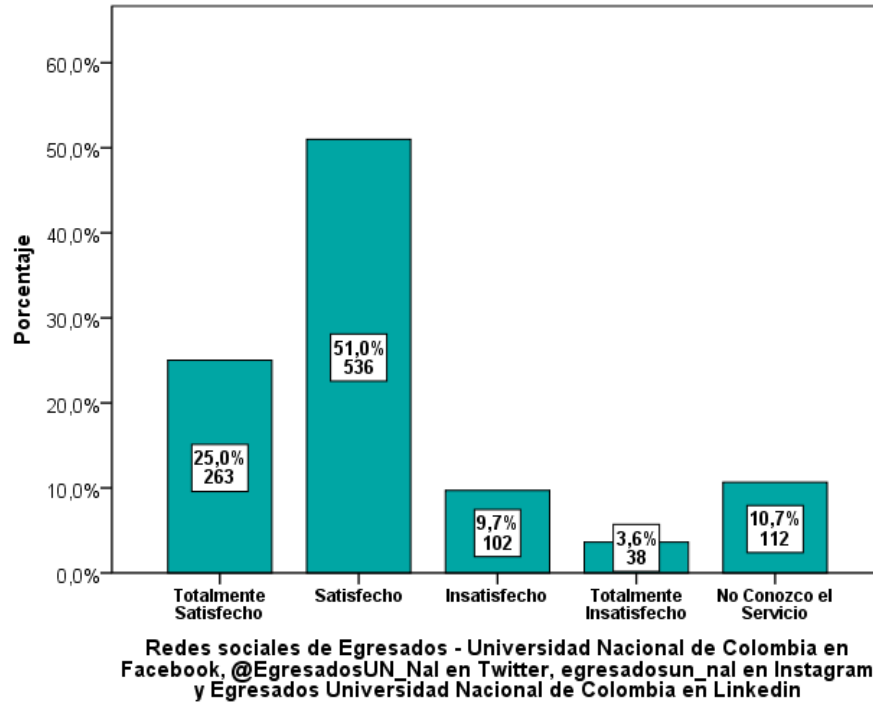
El 73,5% (772 registros) de los egresados que respondieron la encuesta dicen sentirse satisfechos o totalmente satisfechos con respecto a la información recibida vía portal de egresados. Al desagregar por género, se observa que en general las mujeres son las que se sienten más satisfechas.

- Correo electrónico:



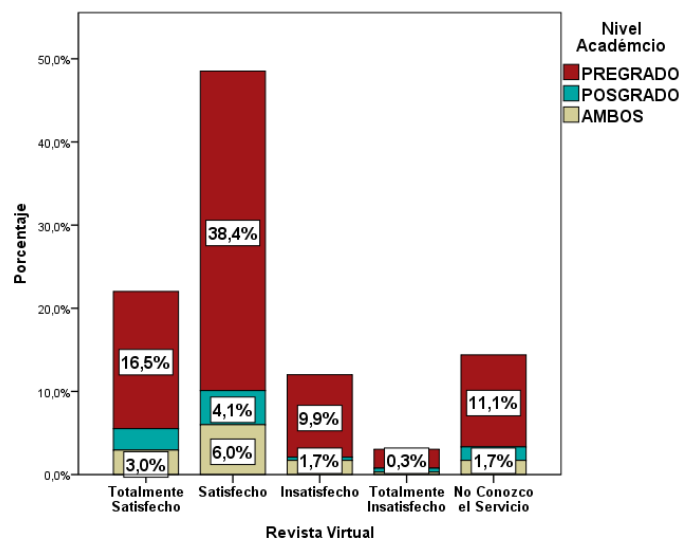
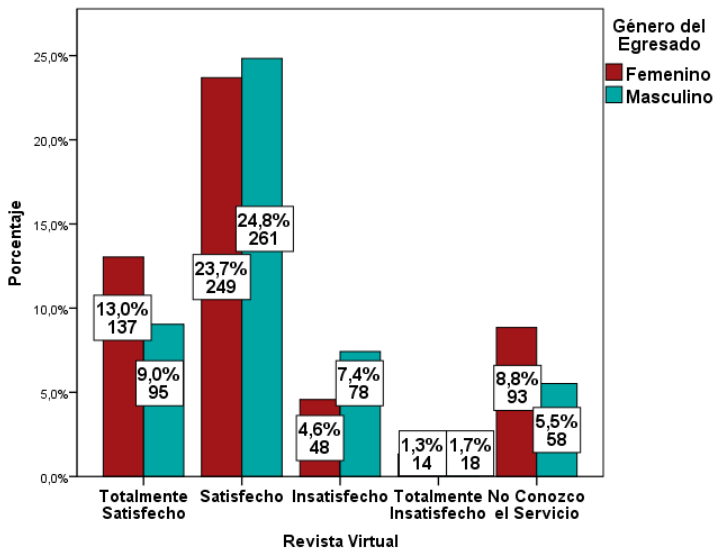
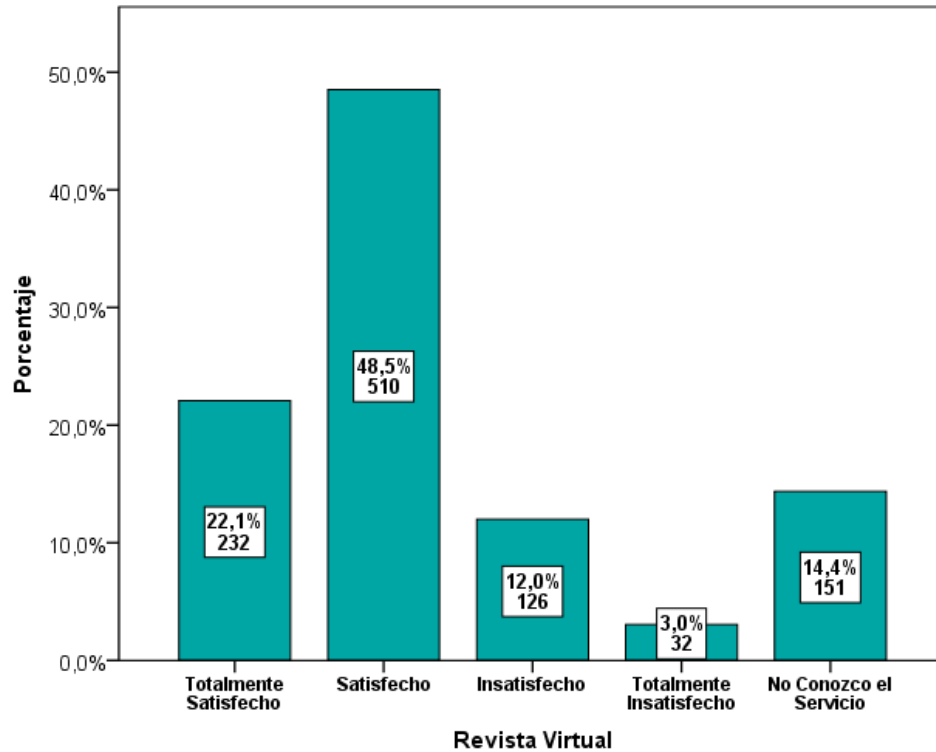
Se observa que el 84,21% (885) de los egresados que contestaron se sienten satisfechos o totalmente satisfechos con respecto a la divulgación de información vía correo electrónico. Al desagregar por género, se observa que en general las mujeres son las que se sienten más satisfechas

- Redes Sociales:



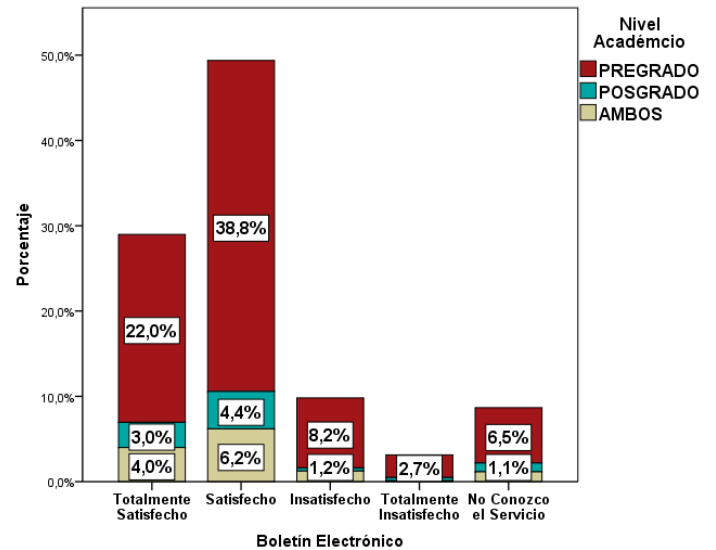
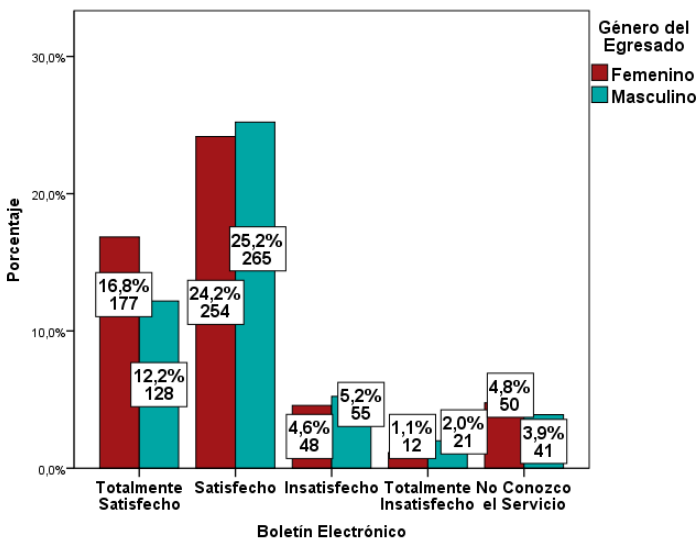
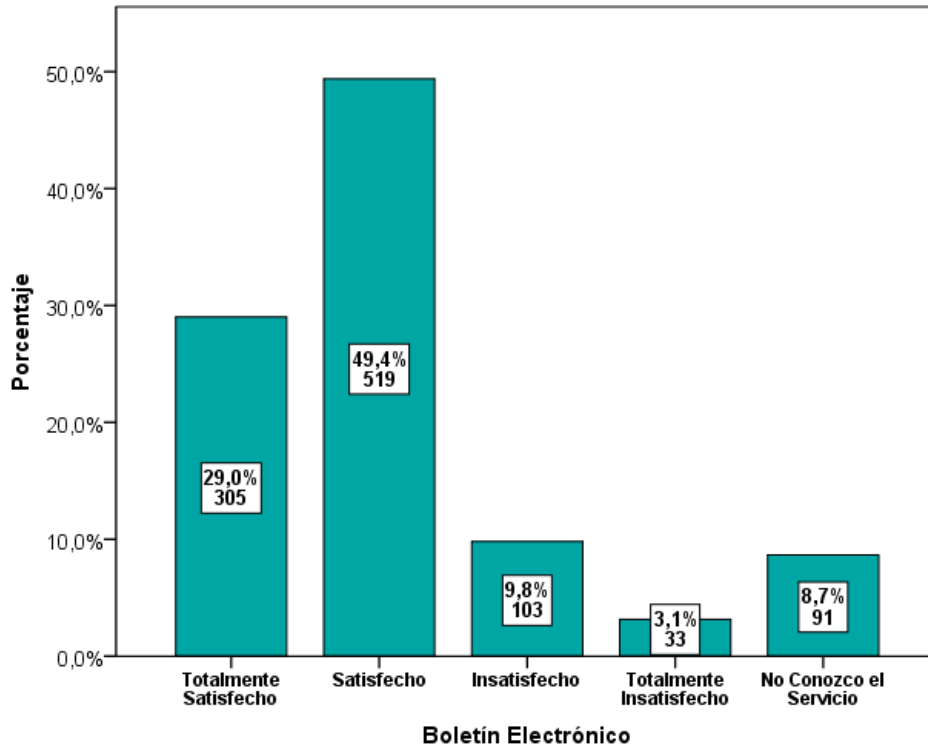
En cuanto a la divulgación de información a través de las redes sociales de la coordinación nacional, el 76% (799) de los egresados que contestaron la encuesta mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos, y el 10,7 (112) indican desconocer el servicio.

- Revista Virtual:



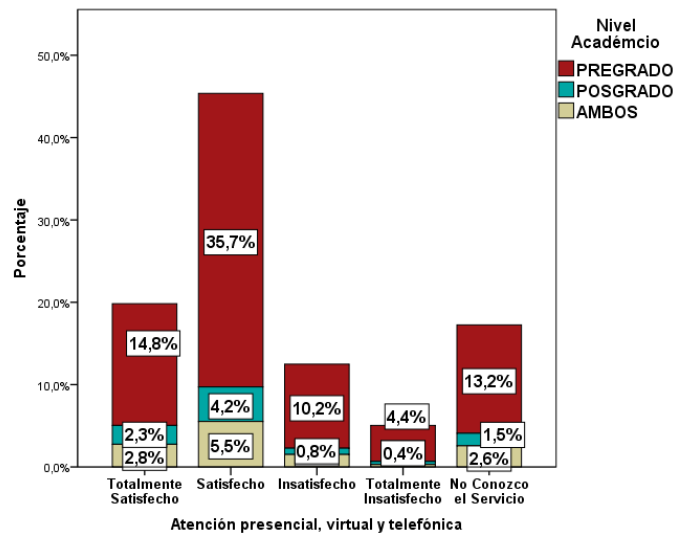
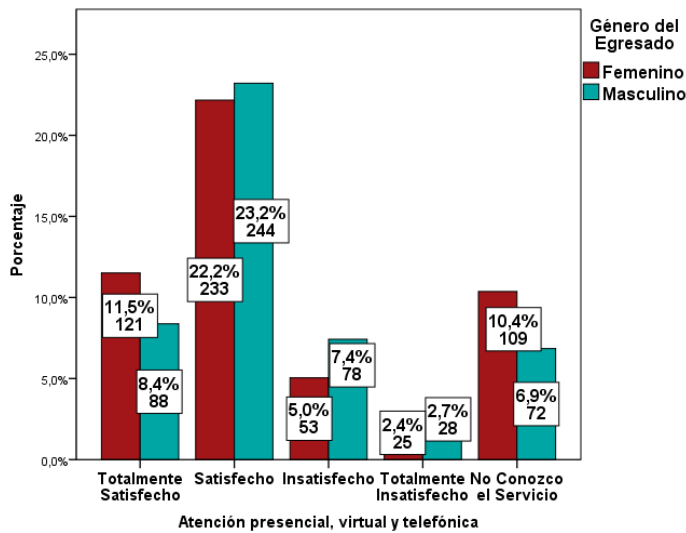
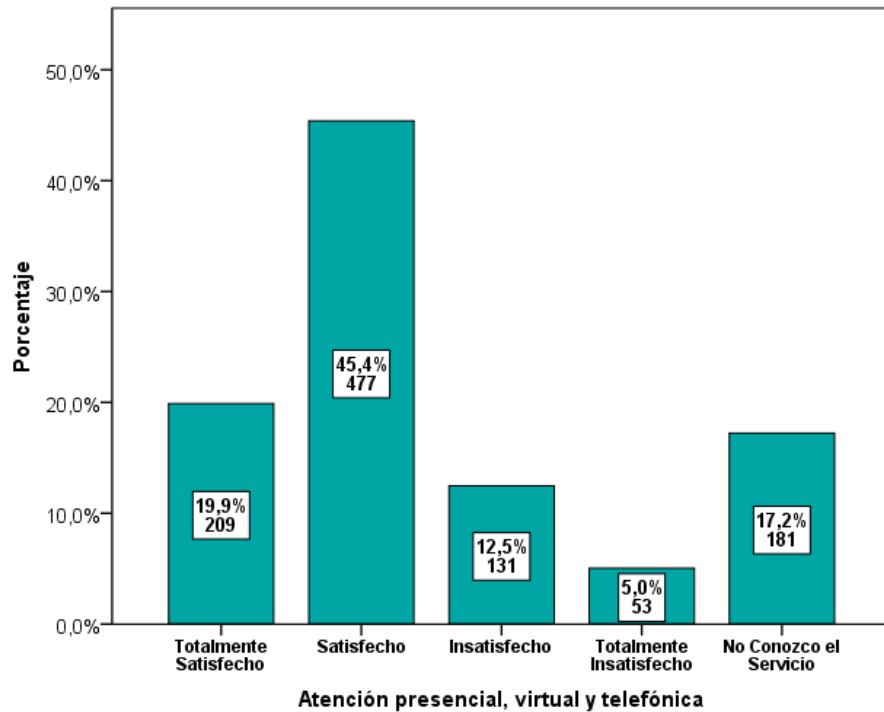
El 70,6% de los egresados (742 registros) que contestaron la encuesta indicaron encontrarse satisfechos o totalmente satisfechos con la revista virtual, mientras que el 14,4% (151 registros) dicen no conocer el servicio.

- Boletín electrónico:



En cuanto al Boletín electrónico el 78,4% (824) de los egresados indicaron sentirse satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio.

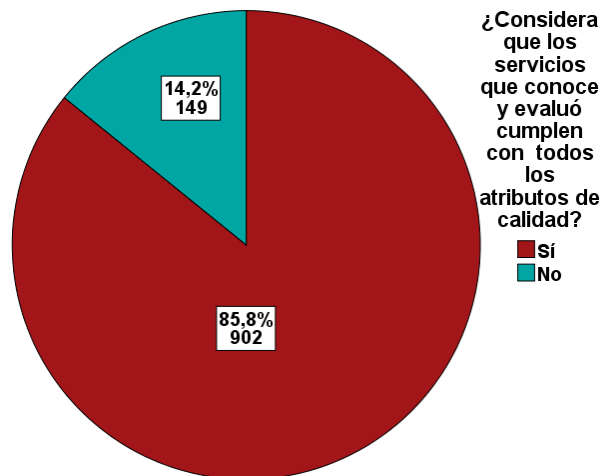
- Atención Presencial, Virtual y Telefónica:



Respecto a la atención presencial, virtual y telefónica, el 65,3% (686) de los egresados que contestaron indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio, mientras que el 17,2% (181) indican no conocer el servicio.

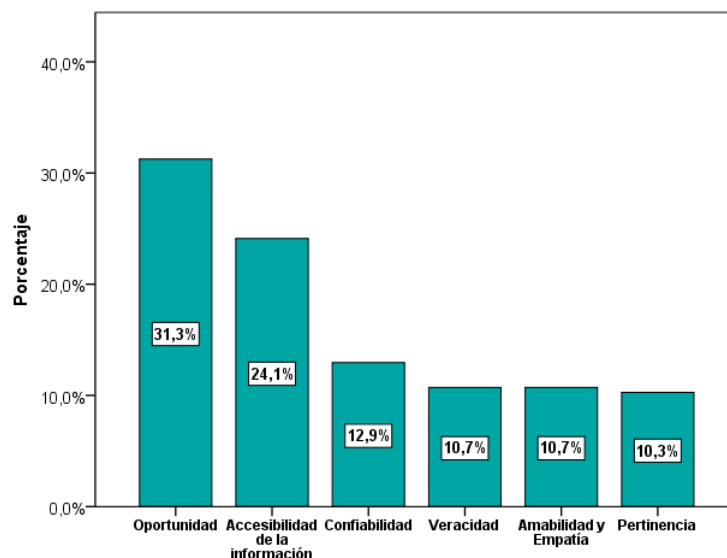
Atributos de calidad de los servicios evaluados

Los atributos de calidad de los servicios evaluados corresponden a: oportunidad, accesibilidad de la información, confiabilidad, veracidad, amabilidad y empatía y pertinencia. Los resultados fueron los siguientes:



El 85,8 % de los egresados considera que los servicios que conoce y evaluó cumplen con todos los atributos de calidad, para aquellos que no (14,2%) se les pidió indicar cuales atributos deberían mejorar para cada servicio. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

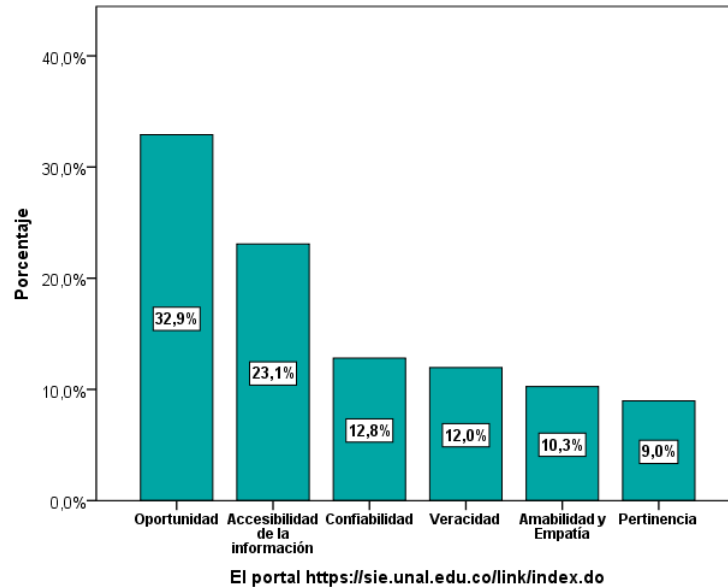
- Página web:



La página <http://egresadosnacional.unal.edu.co/>

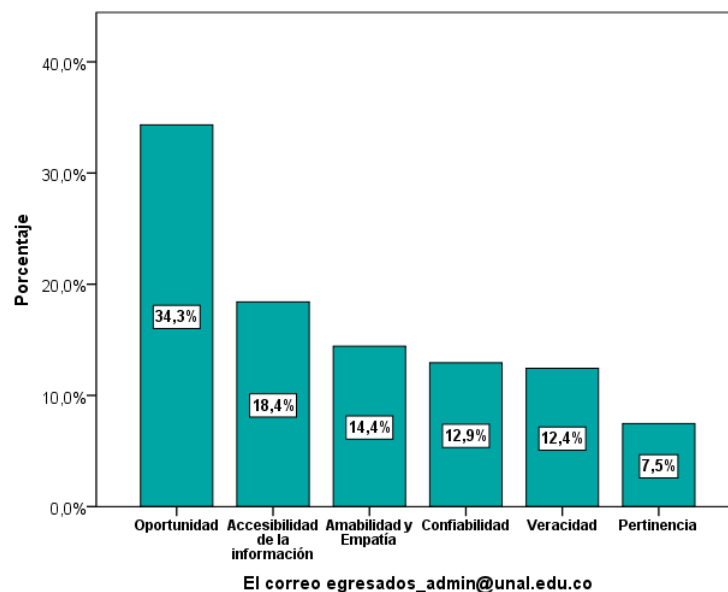
Se observa que, para la página web, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y confiabilidad.

- Portal de Egresados (SIE):



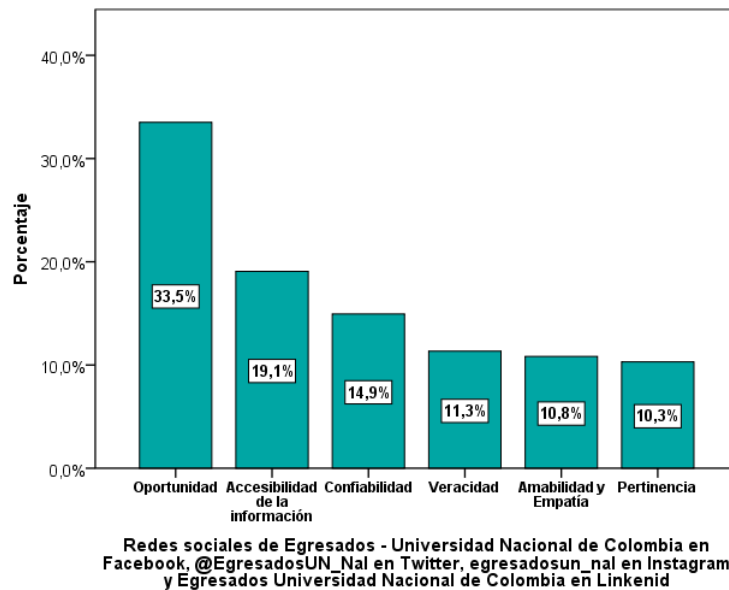
Se observa que, para el portal de egresados, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y confiabilidad.

- Correo electrónico:



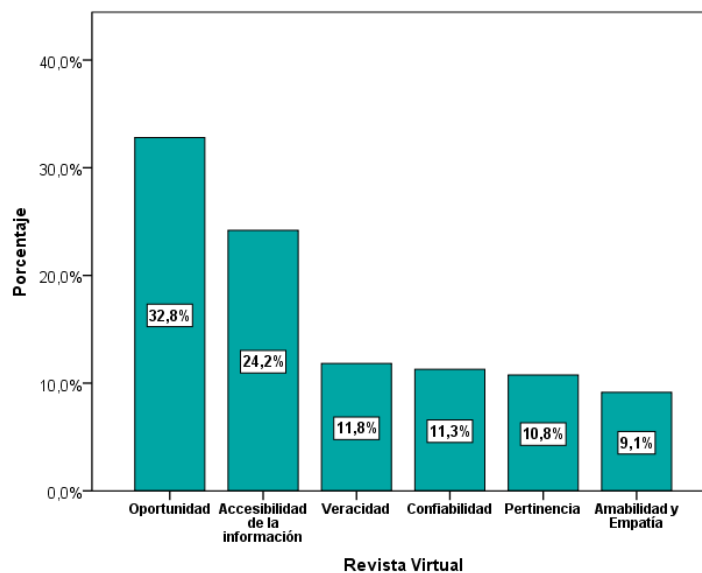
Se observa que, para el correo electrónico, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y amabilidad y empatía.

- Redes Sociales:



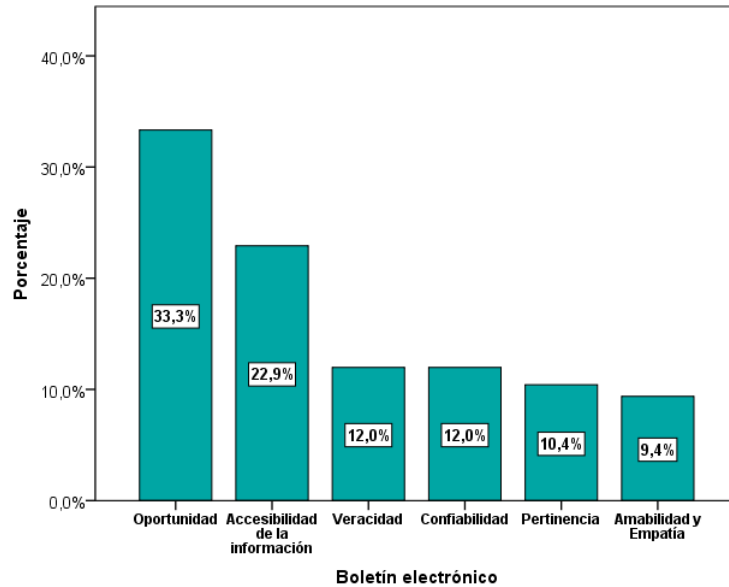
Se observa que, para el servicio de redes sociales, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y confiabilidad.

- Revista Virtual:



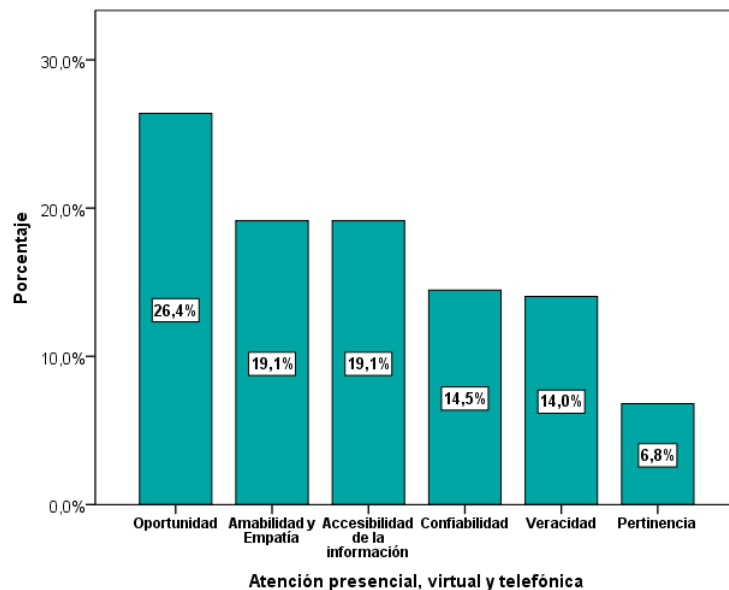
Se observa que, para el servicio de revista virtual, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y veracidad.

- Boletín electrónico:



Se observa que, para el servicio de boletín electrónico, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y veracidad.

- Atención Presencial, Virtual y Telefónica:



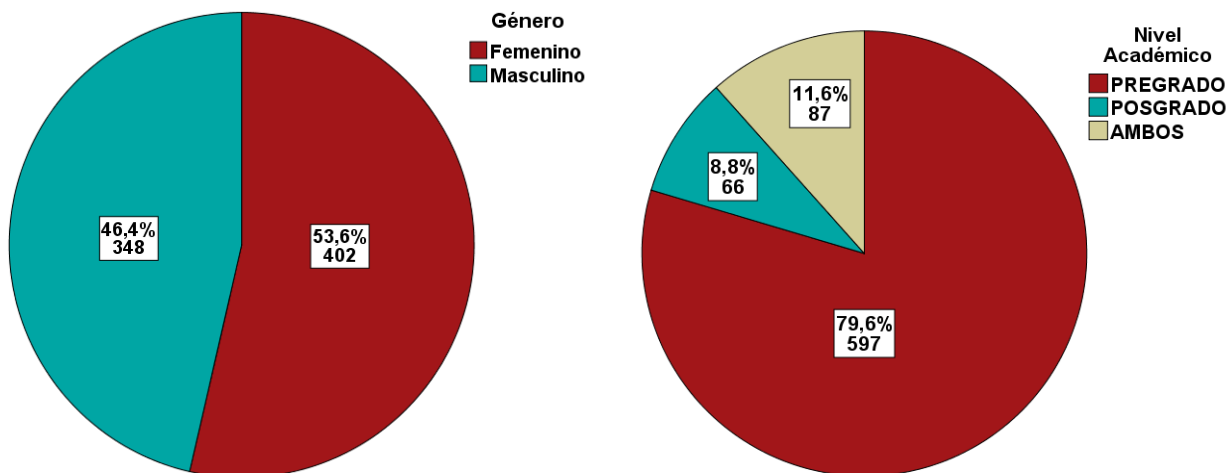
Se observa que, para el servicio de atención presencial, virtual y telefónica, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, amabilidad y empatía y accesibilidad de la información.

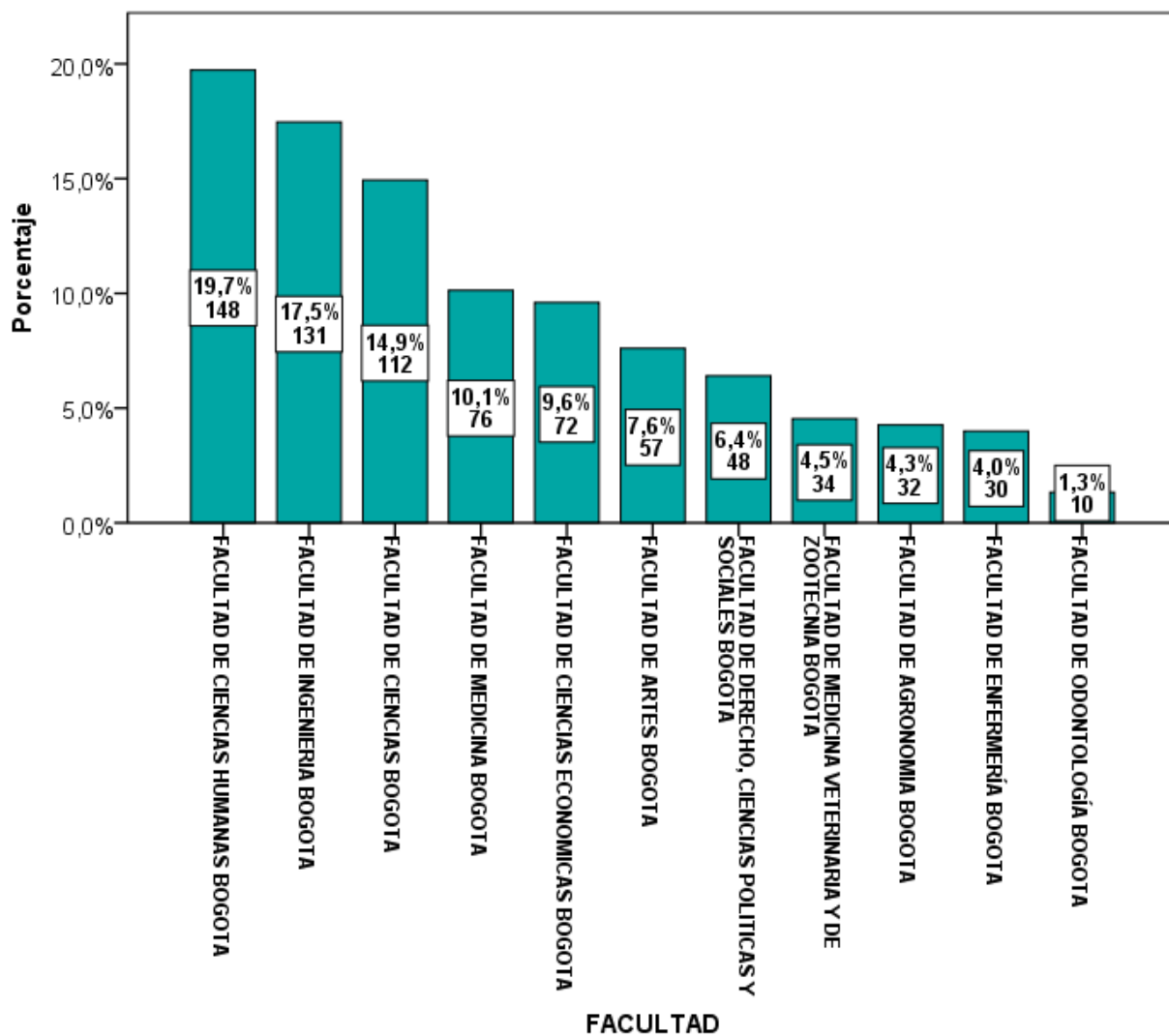
Niveles de Satisfacción, Sede Amazonía

De los tres egresados que tiene como sede secundaria la Sede Amazonía, solo dos seleccionaron esta sede para calificar los servicios, quienes mencionaron sentirse satisfecho o totalmente satisfechos con los servicios ofrecidos por el Programa de Egresados de la Sede y, además, indicaron que todos los servicios cumplen los atributos de calidad que corresponden a que corresponden amabilidad, confiabilidad, veracidad, oportunidad, pertinencia y facilidad de acceso a la información.

Niveles de Satisfacción, Sede Bogotá

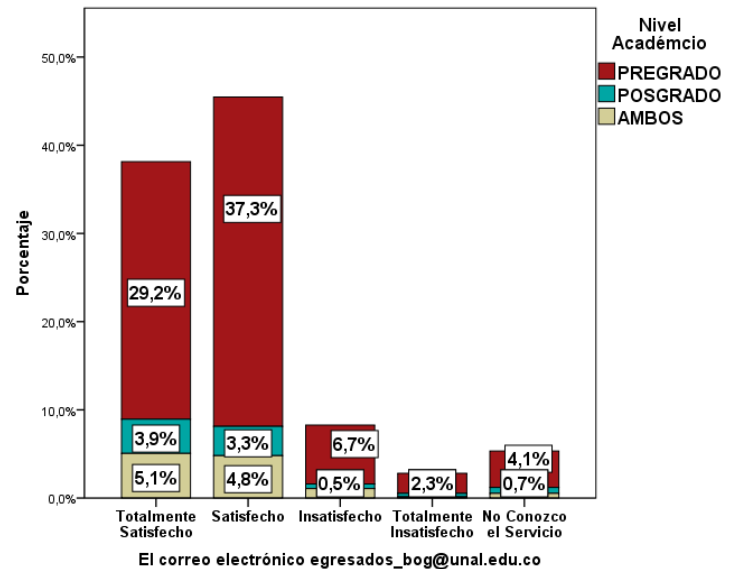
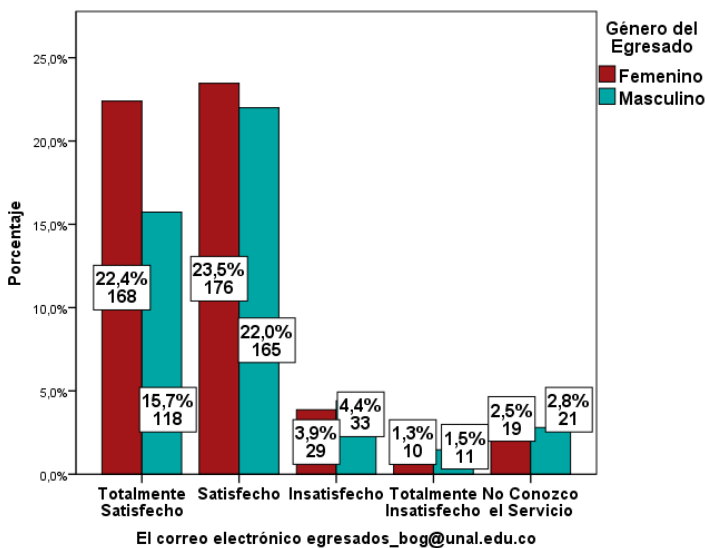
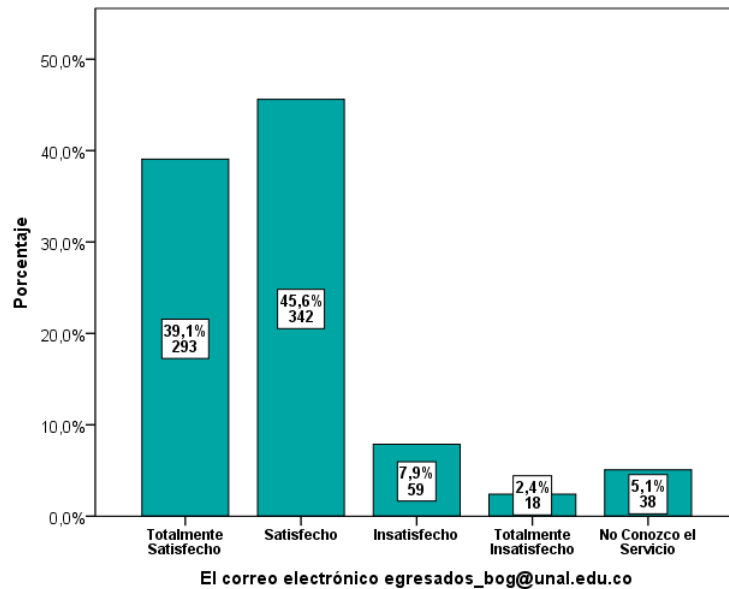
Se presentan a continuación la información socio-académica de los 750 egresados de la sede Bogotá, que corresponden a los 747 egresados que tienen a Bogotá como sede inicial de egreso y 3 egresados que la tienen como segunda sede de egreso.





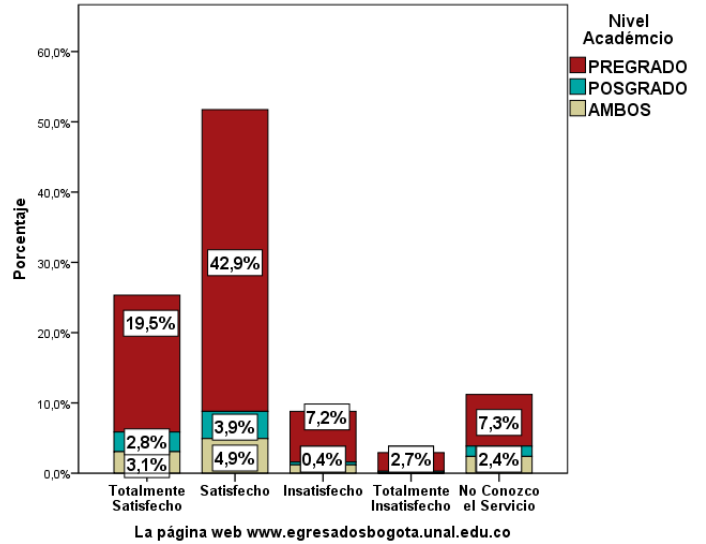
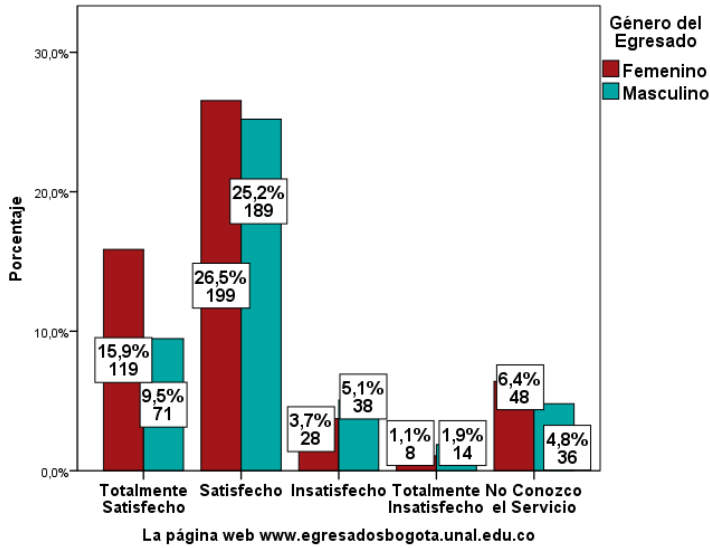
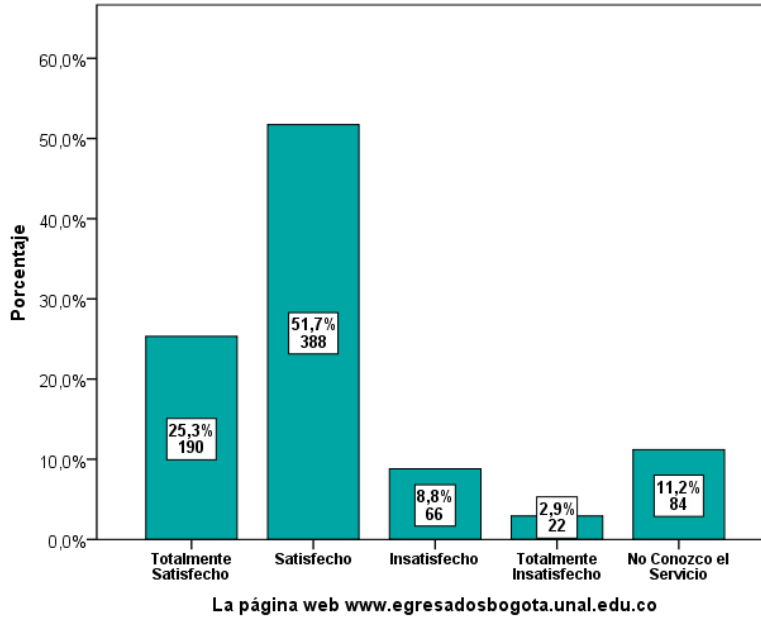
Un total de quince servicios fueron evaluados para la sede Bogotá, los cuales van desde el correo electrónico, página web y mecanismos virtuales de información, hasta las cátedras portafolios y mentorías que se ofrecen a los egresados, los resultados son los siguientes.

- **Correo Electrónico:**



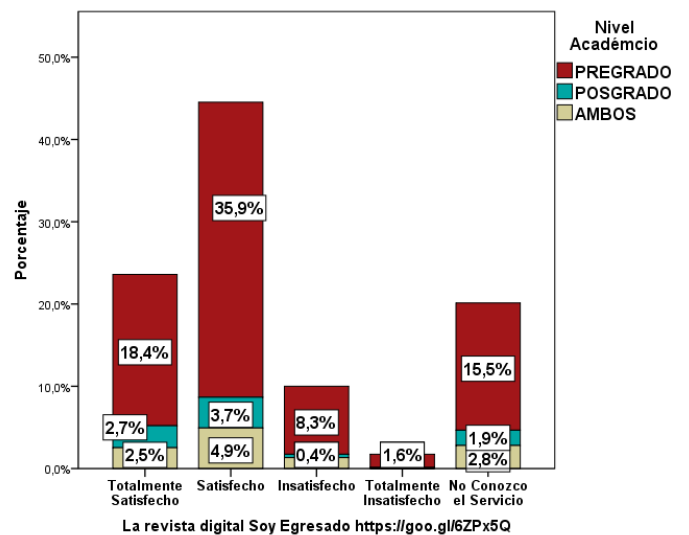
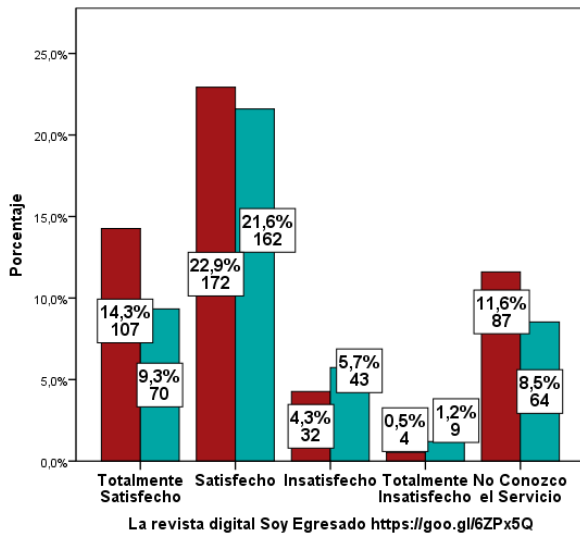
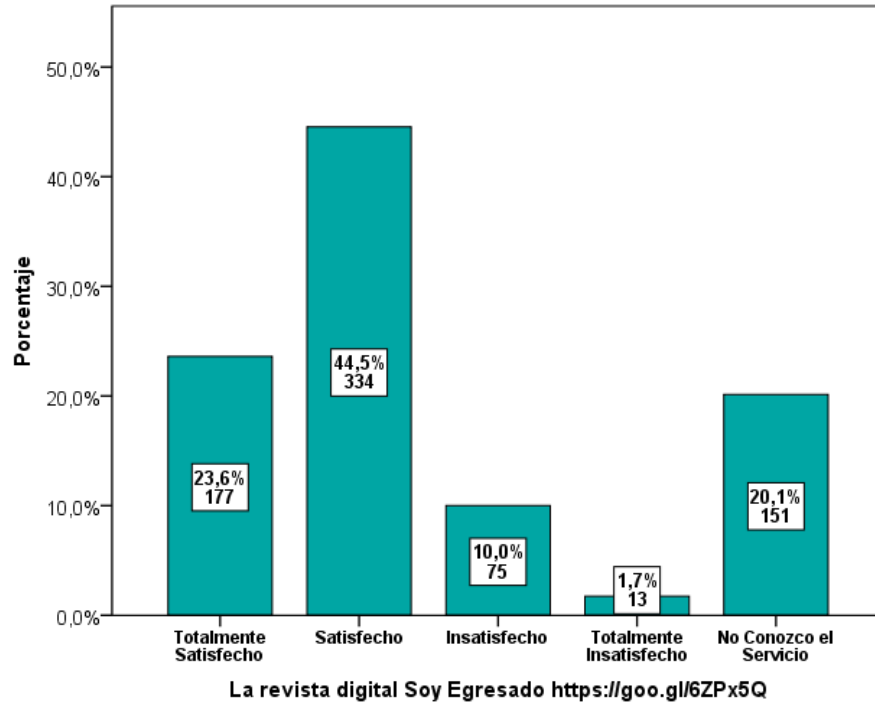
El 84,7% (635) de los egresados que contestaron la encuesta y egresaron de la sede Bogotá, mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio de divulgación de información vía correo electrónico. Al desagregar por género, se observa que en general las mujeres son las que se sienten más satisfechas

- **Página Web:**



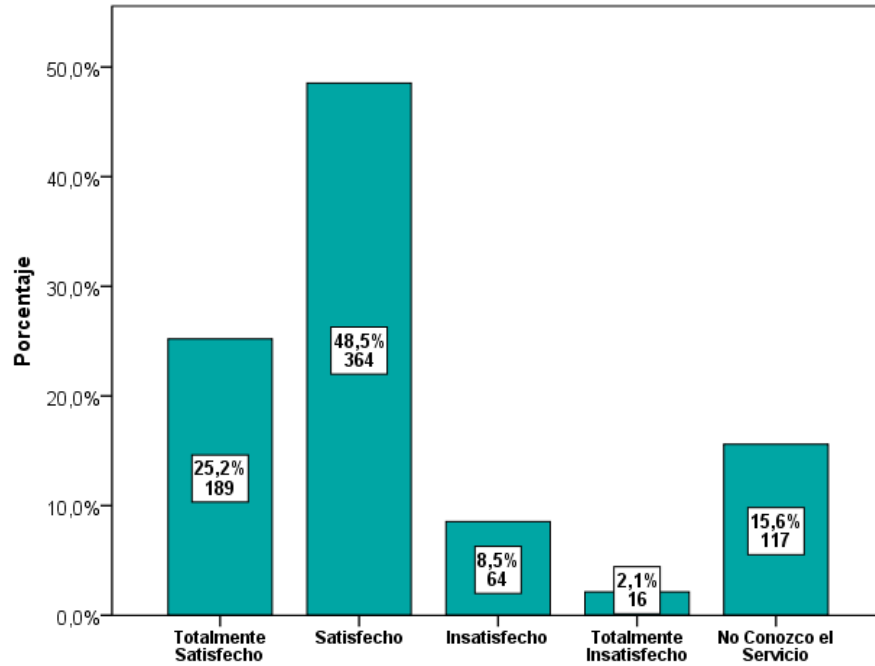
En cuanto al nivel de satisfacción respecto a la divulgación de información vía página web, el 77% (578) de los egresados de la sede mencionan sentirse satisfechos o totalmente satisfechos.

- **Revista Digital:**

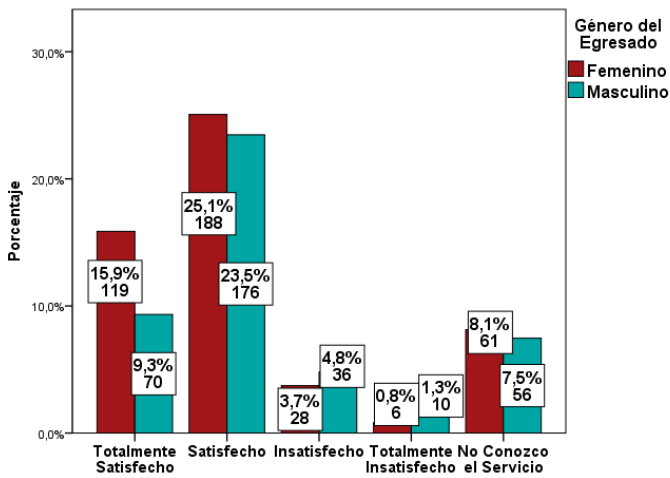


En lo referente a la revista digital el 68,1% (511) de los egresados de la sede indican estar satisfechos o totalmente satisfechos, mientras que el 20,1% (151) egresados indican desconocer el servicio.

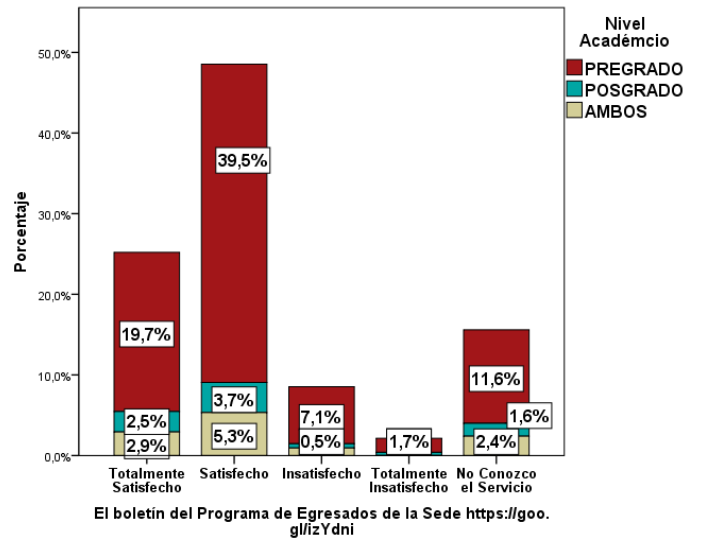
- **Boletín del Programa de Egresados de la Sede:**



El boletín del Programa de Egresados de la Sede <https://goo.gl/lizYdni>



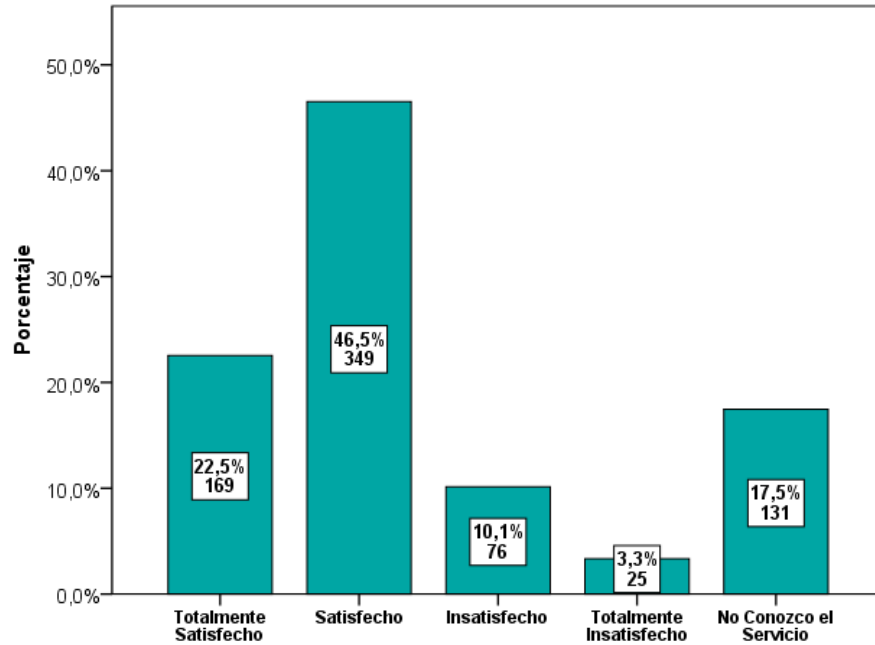
El boletín del Programa de Egresados de la Sede <https://goo.gl/lizYdni>



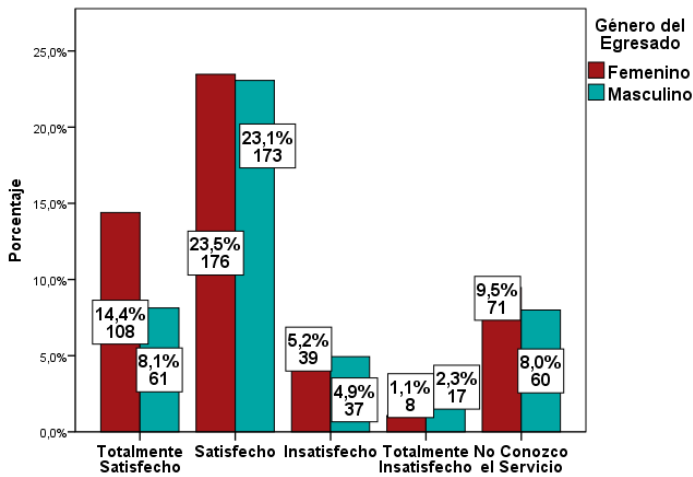
El boletín del Programa de Egresados de la Sede <https://goo.gl/lizYdni>

De manera similar a lo ocurrido con la revista digital, el 73,7% (553) de los egresados de la sede mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos y el 15,6% (117) de los egresados indican no conocer el servicio.

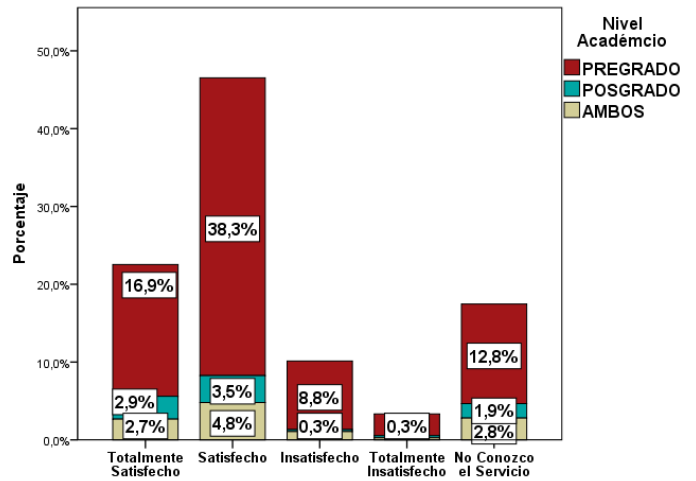
- **Redes Sociales del Programa de Egresados de la Sede:**



Las redes sociales del Programa de Egresados de la Sede, EGRESADOS UN - Sede Bogotá en Facebook y @eunbogota en twitter



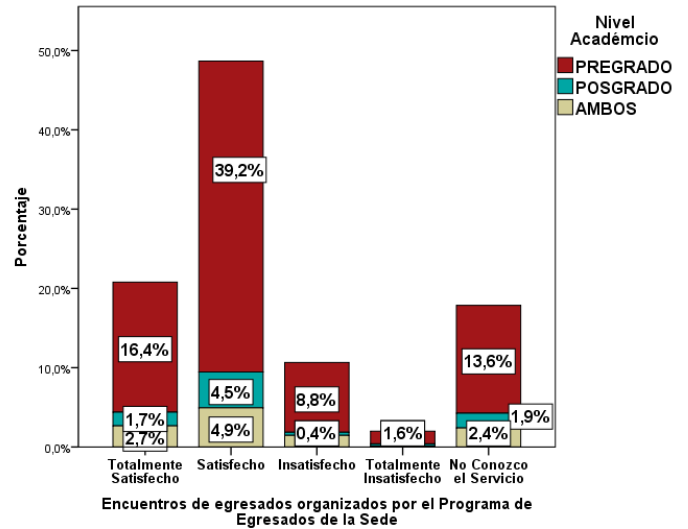
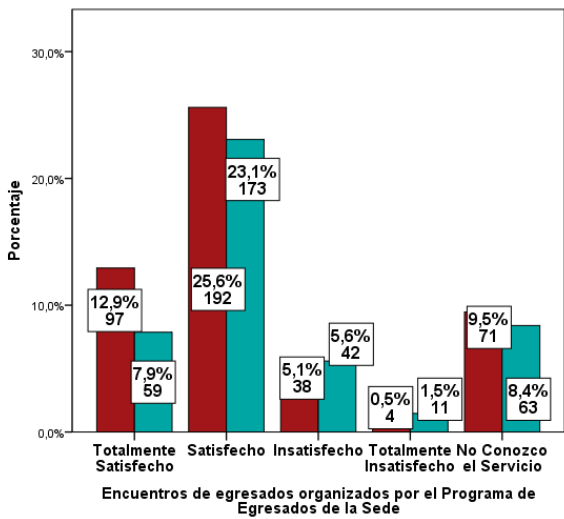
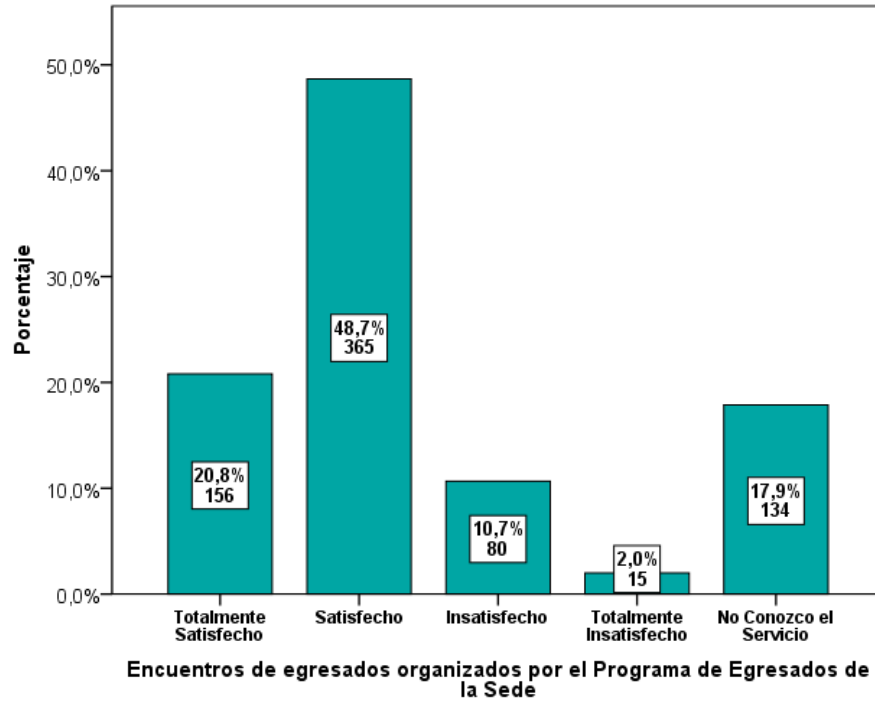
Las redes sociales del Programa de Egresados de la Sede, EGRESADOS UN - Sede Bogotá en Facebook y @eunbogota en twitter



Las redes sociales del Programa de Egresados de la Sede, EGRESADOS UN - Sede Bogotá en Facebook y @eunbogota en twitter

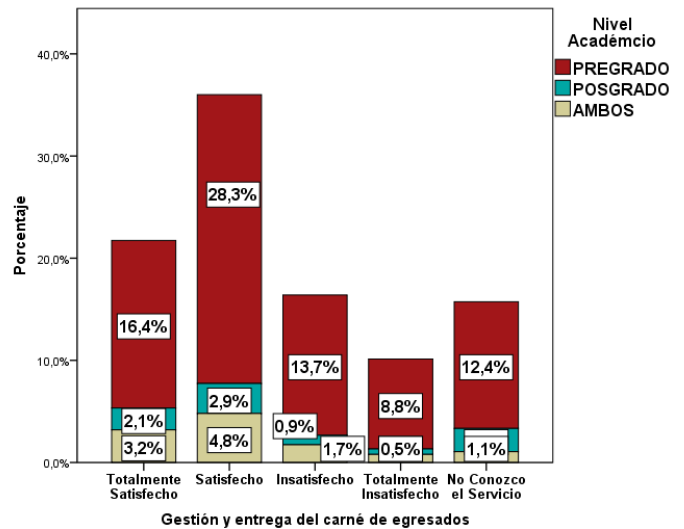
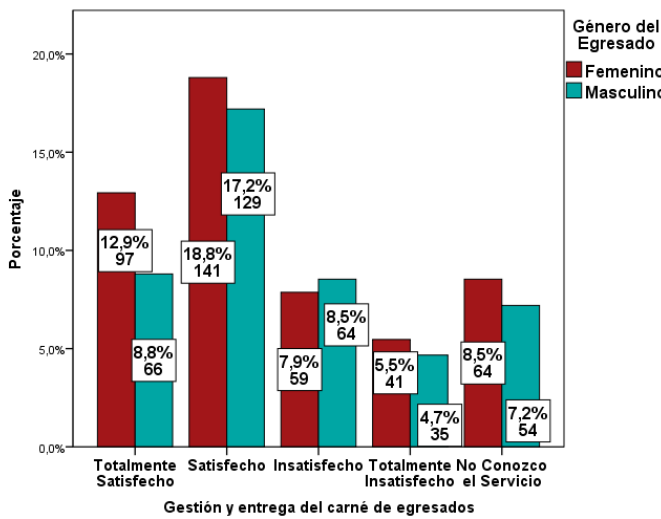
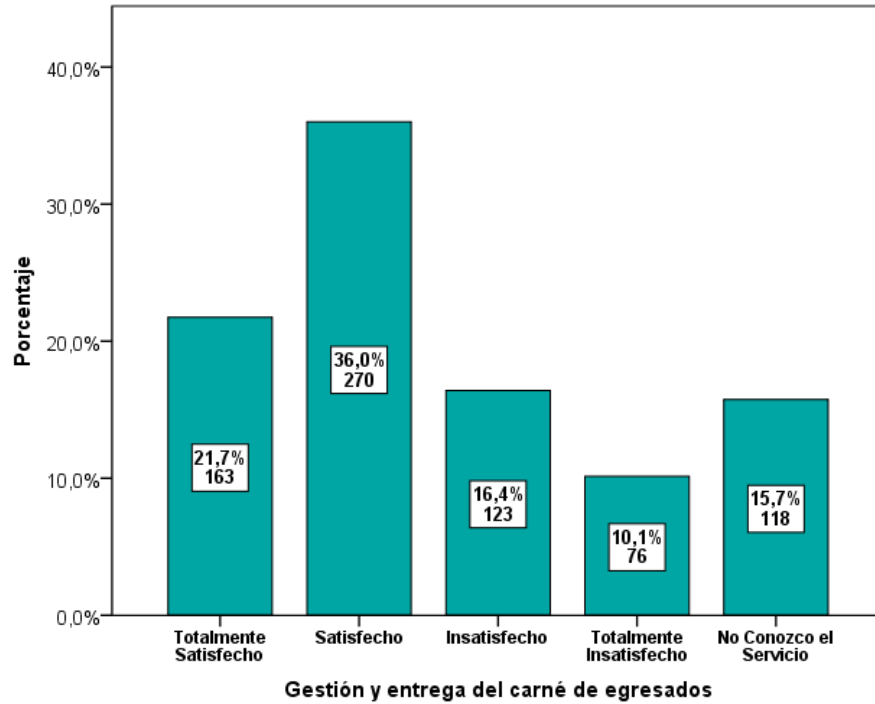
Análogamente a los servicios anteriores, el 69% (518) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con la divulgación de información a través de las redes sociales del programa de egresados de la sede, mientras que el 17,5% (131) de los egresados indican no conocerlas.

- Encuentros de Egresados de la Sede:



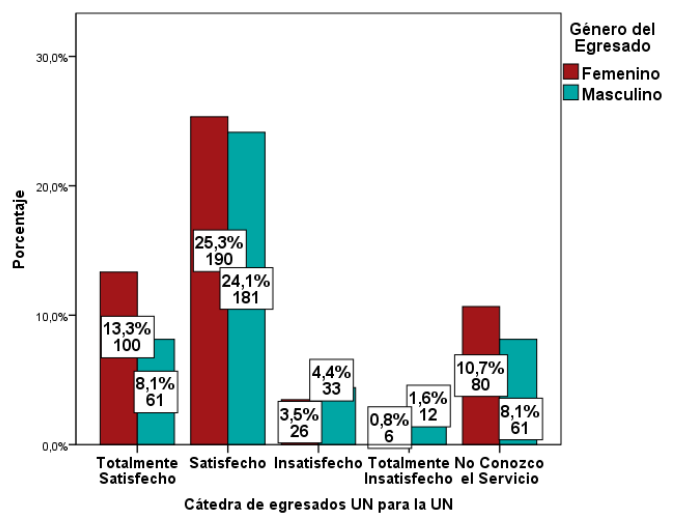
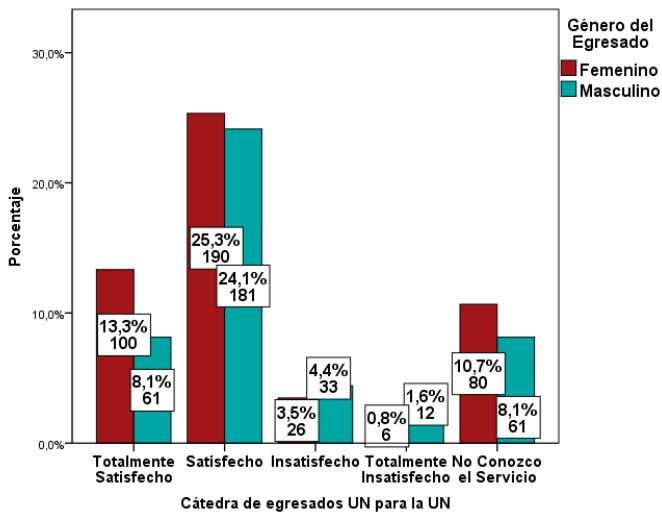
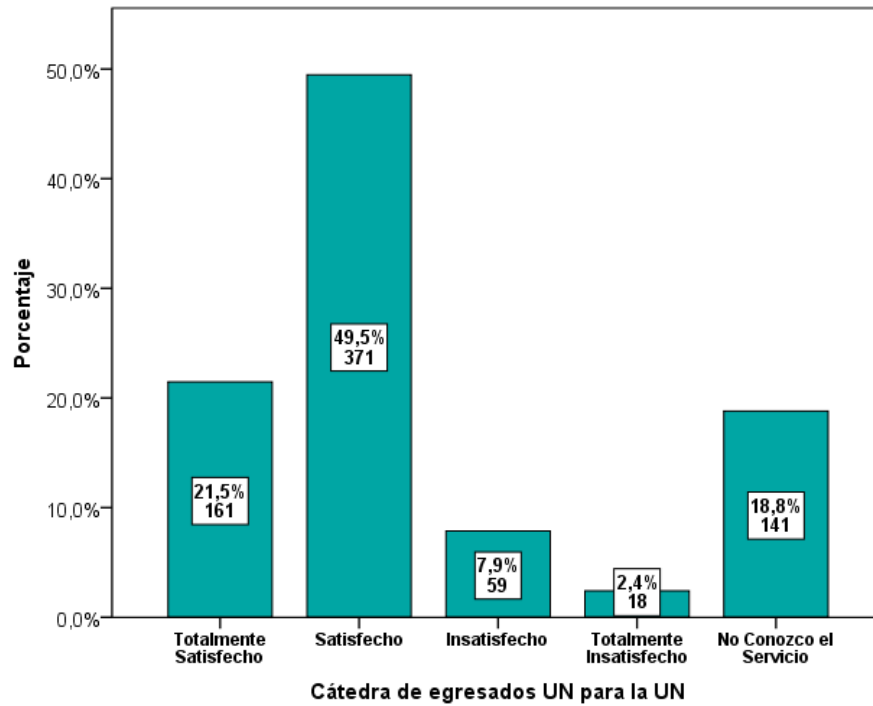
En lo referente a los encuentros de egresados, el 69,5% (521) de los egresados dicen estar satisfechos o totalmente satisfechos, mientras que el 17,9% (134) de los egresados de la sede indican no conocer el servicio.

- **Gestión y Entrega del Carné de Egresado:**



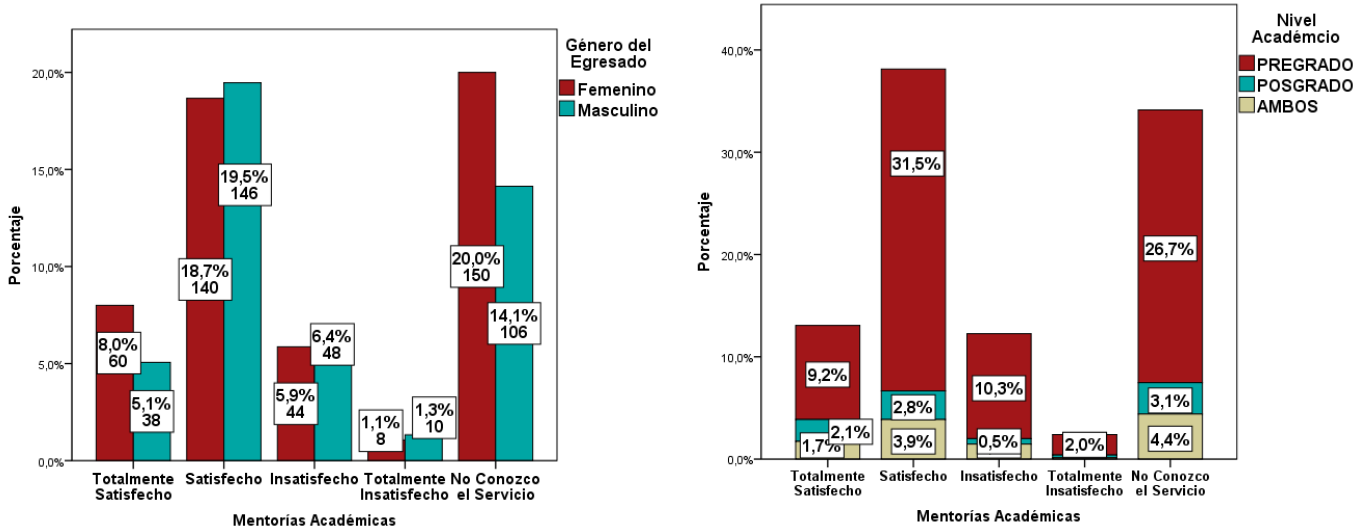
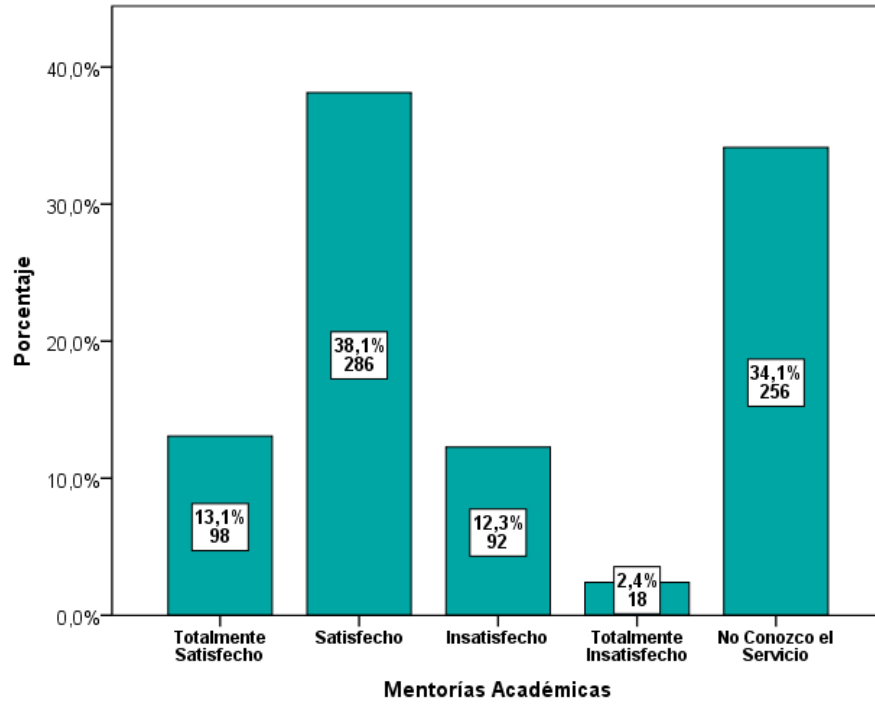
En cuanto a la gestión y entrega de carné, el 57,7% (433 registros) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos, mientras que el 15,7% (118) indican no conocer el servicio.

- **Cátedra de Egresados UN para la UN:**



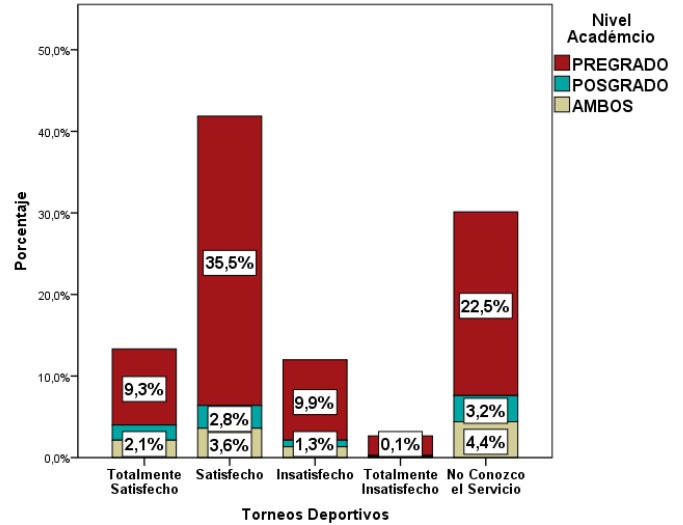
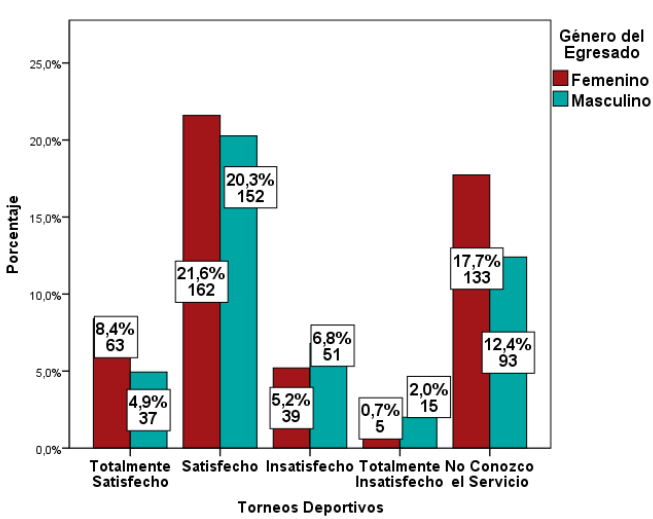
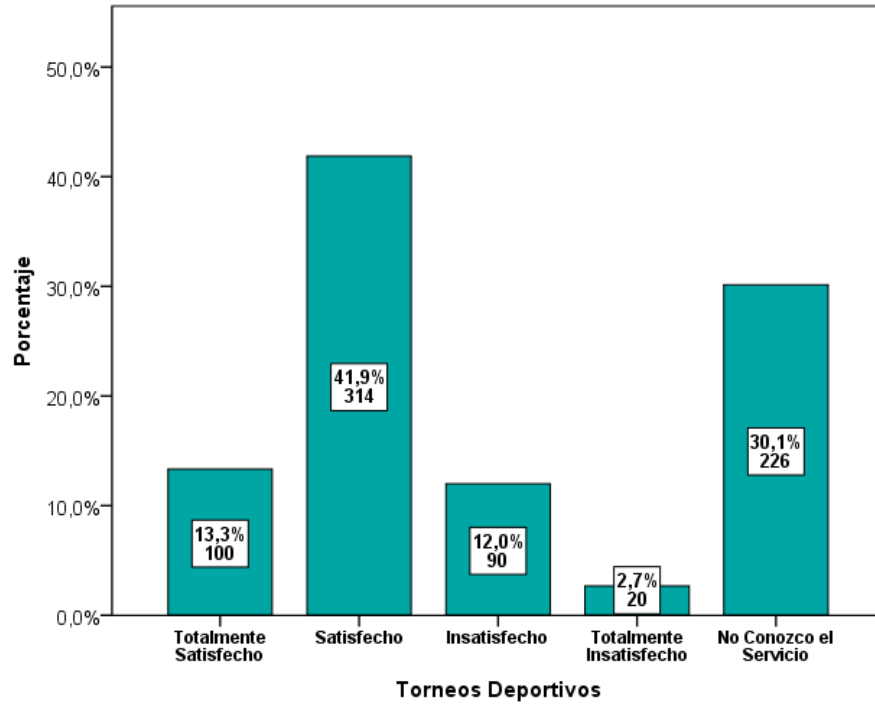
Con respecto a la cátedra de egresados UN para la UN, el 71% (532) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos y el 18,8% (141) de los egresados indican no conocerla.

- **Mentorías Académicas:**



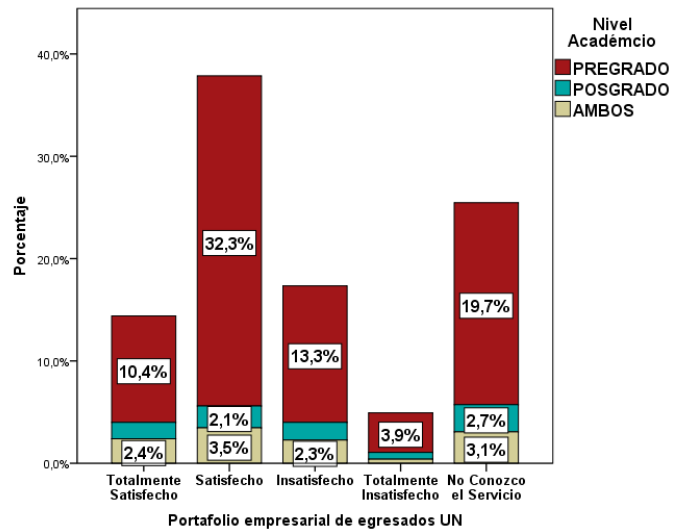
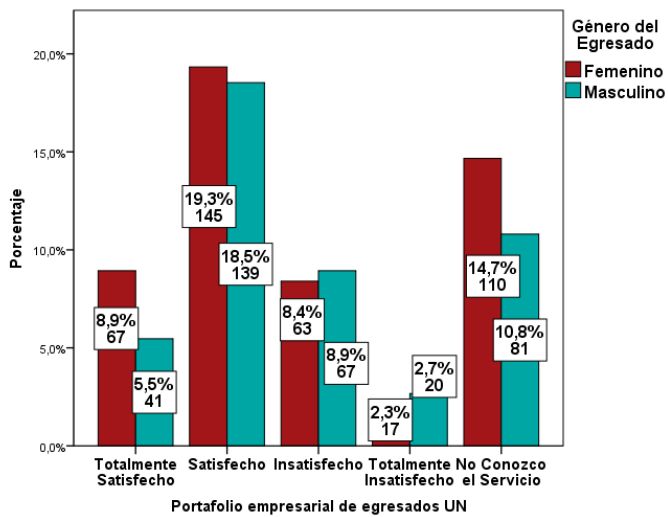
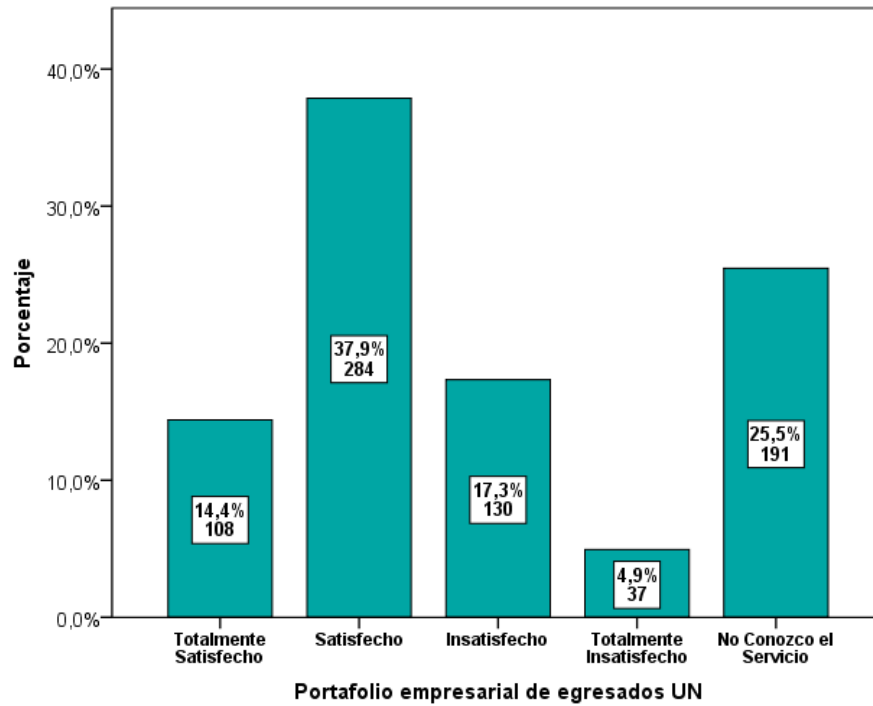
Con respecto a las mentorías académicas el 51,2% (384) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos y el 34,1% (256) de los egresados indican no conocerla.

- **Torneos Deportivos:**



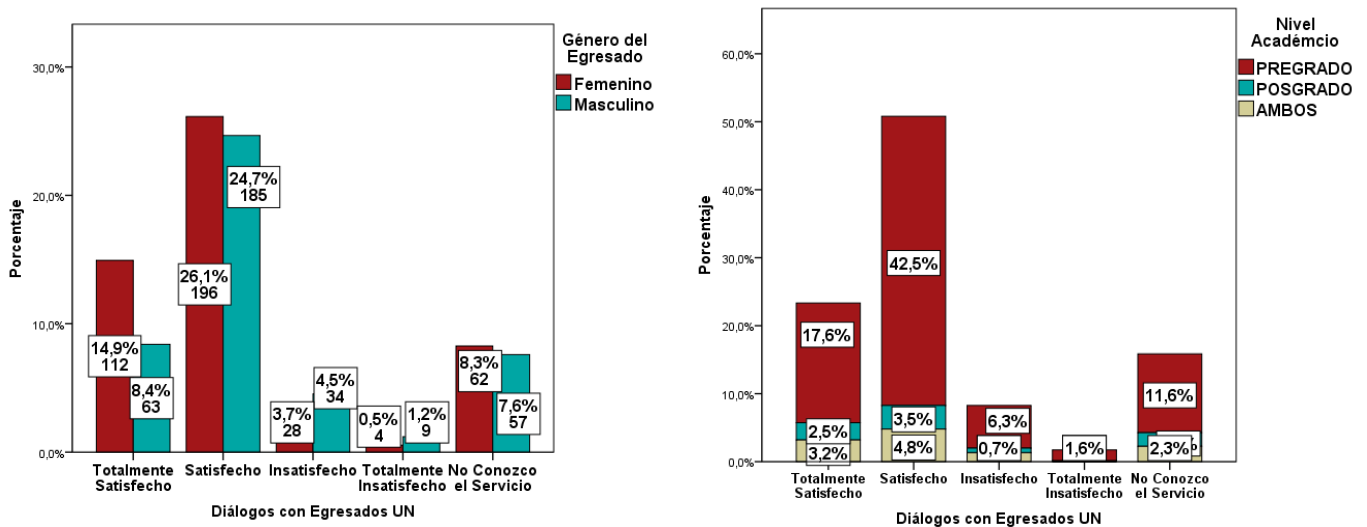
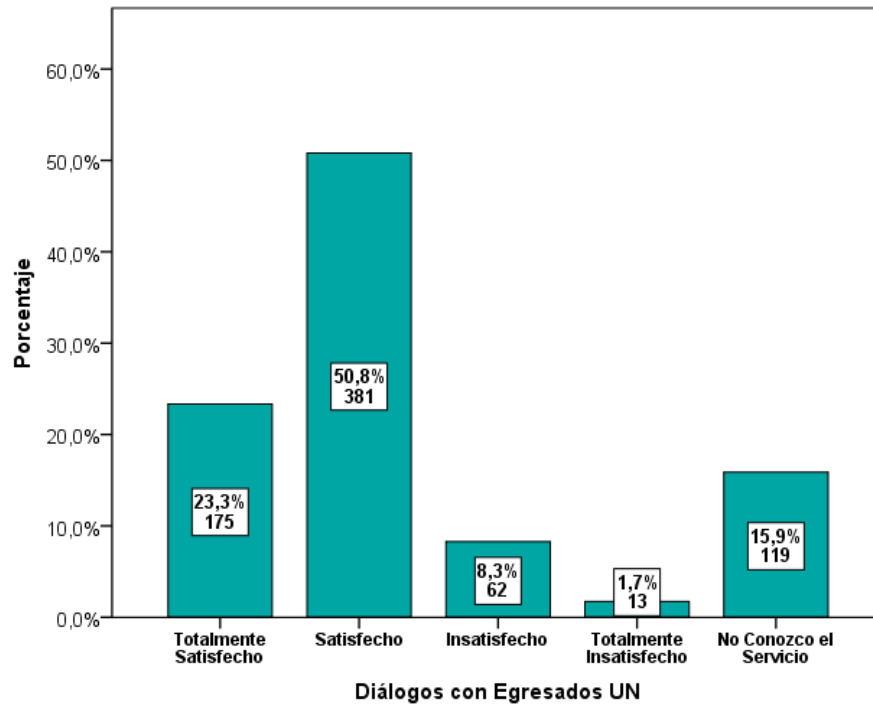
Con respecto a los torneos deportivos el 55,2% (414) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos y el 30,1% (226) de los egresados indican no conocerla.

- **Portafolio Empresarial de Egresados UN:**



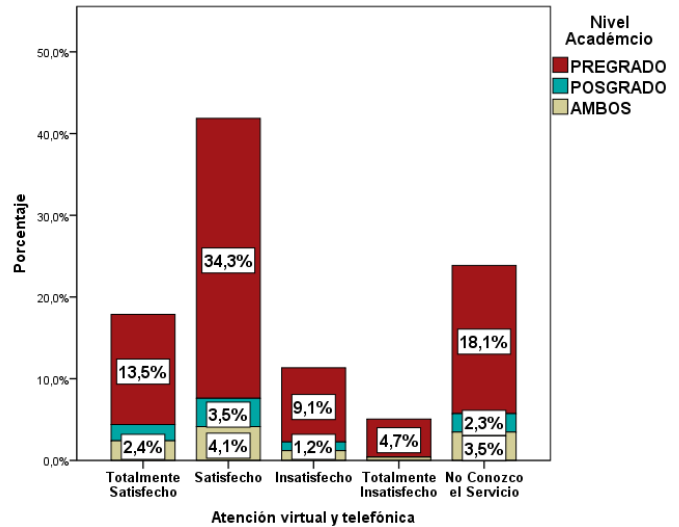
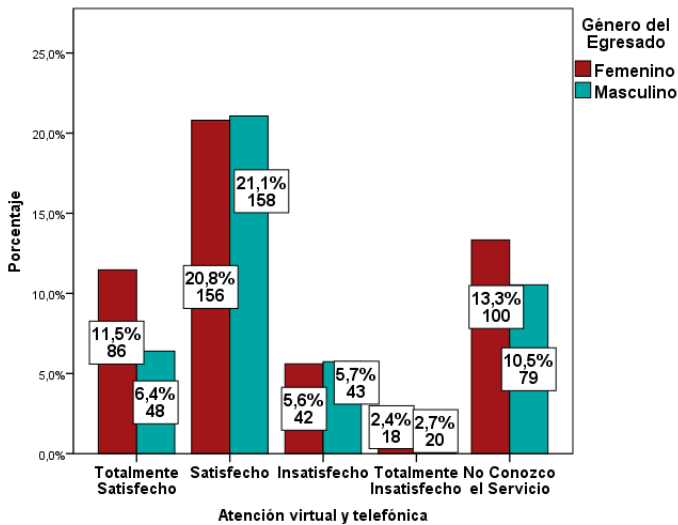
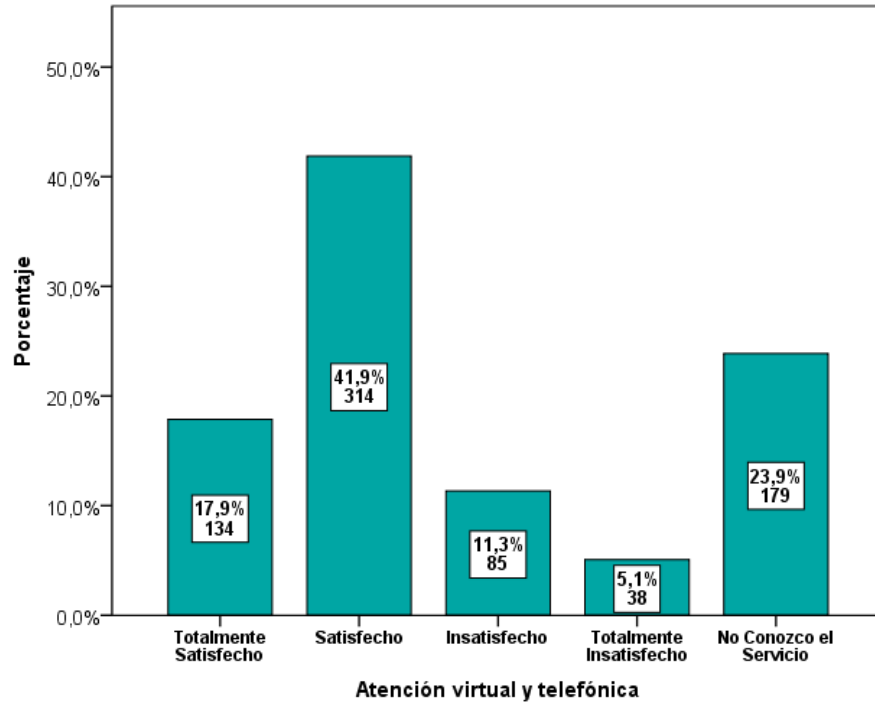
Con respecto al portafolio empresarial de egresados UN, el 52,3% (392) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos y el 25,5% (191) de los egresados indican no conocerla.

- **Diálogos con Egresados UN:**



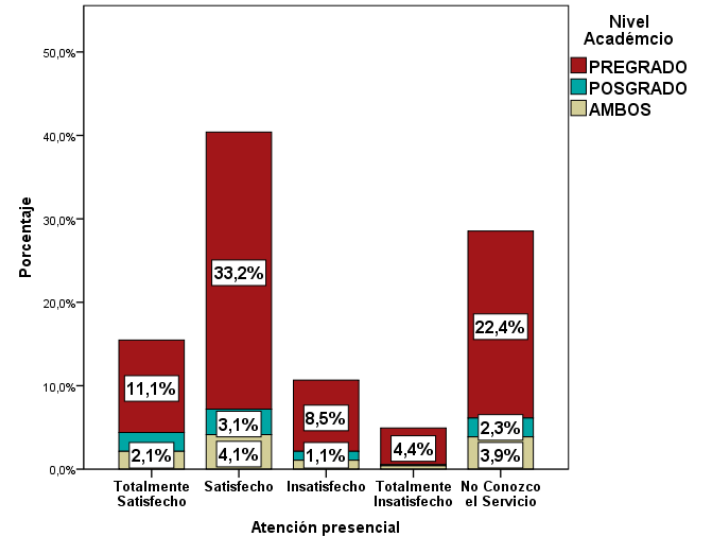
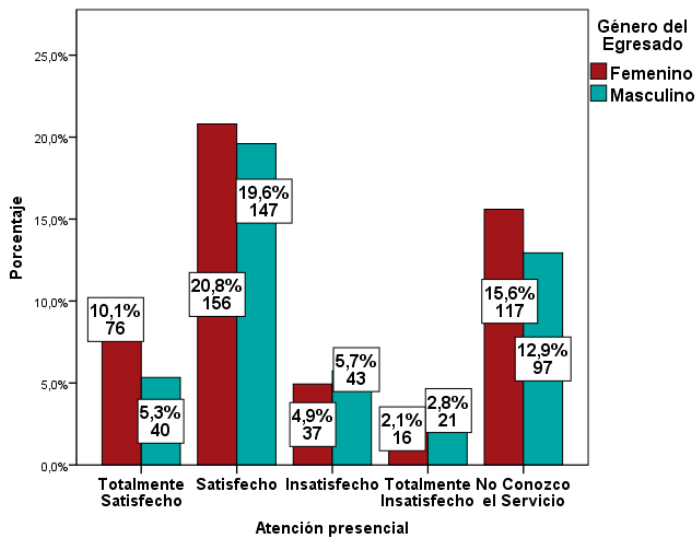
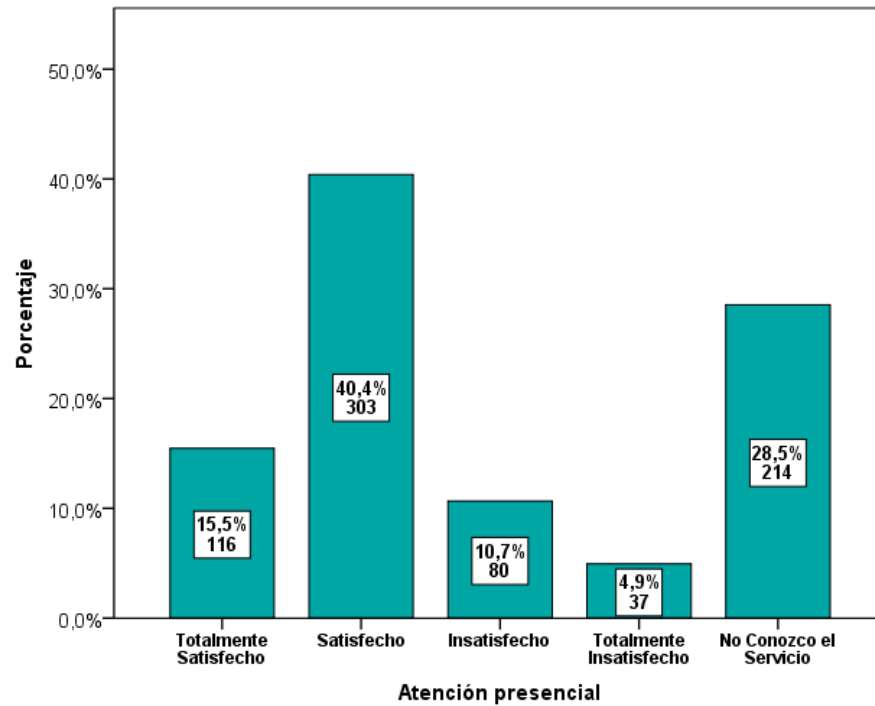
Con respecto a los diálogos con egresados UN, el 74,1% (556) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio, siendo la primera categoría la predominante, mientras que el 15,9% (119) de los egresados indican desconocer el servicio.

- **Atención Virtual y Telefónica:**



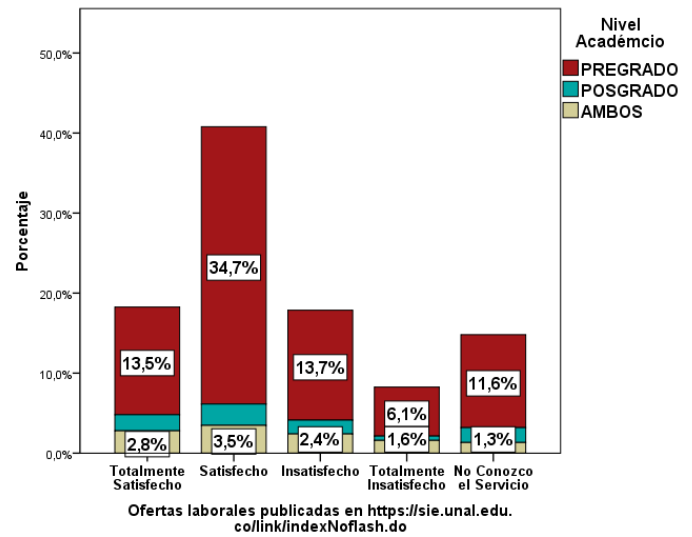
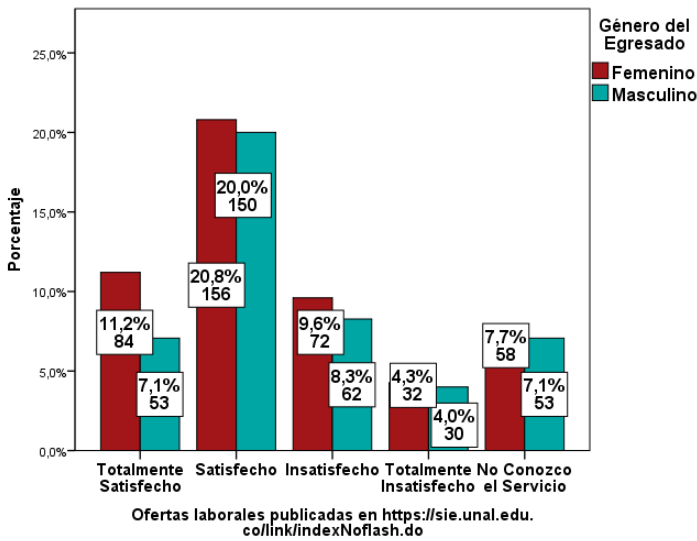
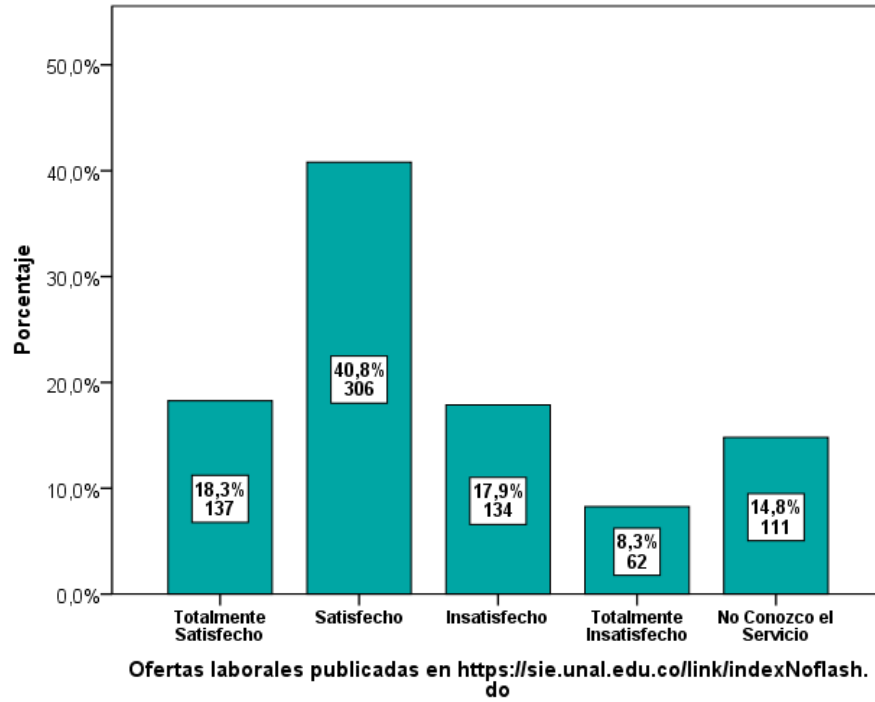
Con respecto a la atención virtual y telefónica, el 59,8,1% (448) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio, siendo la primera categoría la predominante, mientras que el 23,9% (179) de los egresados indican desconocer el servicio.

- **Atención Presencial:**



Con respecto a la atención presencial, el 55,9,1% (419) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio, siendo la primera categoría la predominante, mientras que el 28,5% (214) de los egresados indican desconocer el servicio.

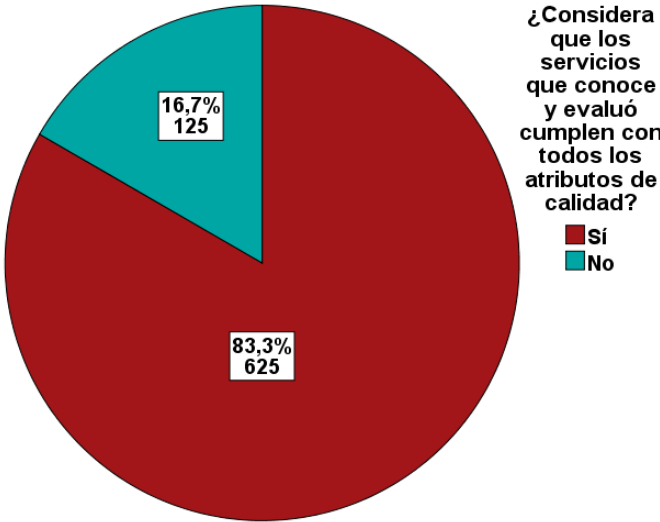
- **Ofertas Laborales:**



El 59,1% (443) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con respecto a las ofertas laborales publicadas.

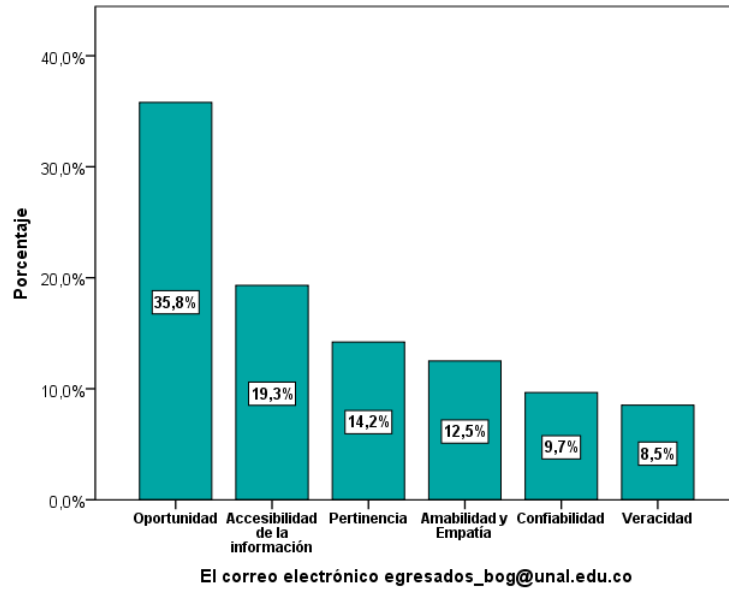
Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Bogotá

Los atributos de calidad de los servicios evaluados corresponden a: oportunidad, accesibilidad de la información, confiabilidad, veracidad, amabilidad y empatía y pertinencia. Los resultados fueron los siguientes:



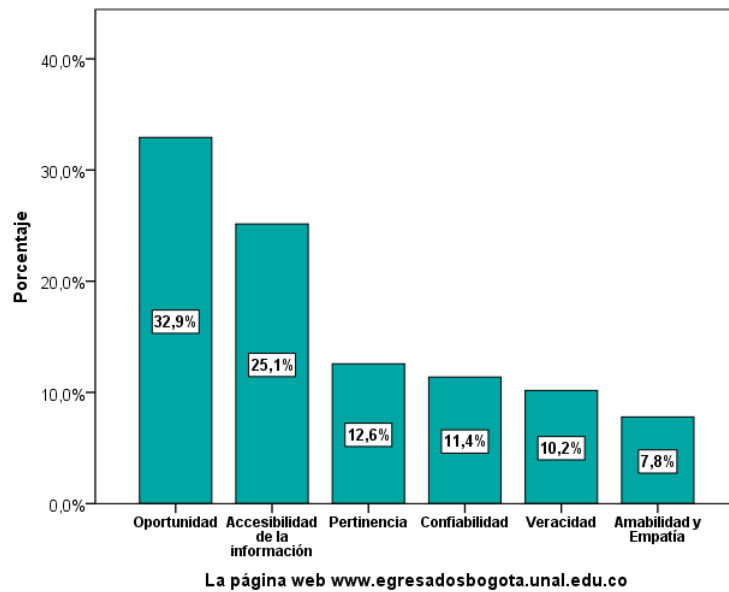
El 83,3 % de los egresados considera que los servicios que conoce y evaluó cumplen con todos los atributos de calidad, para aquellos que no (16,7%) se les pidió indicar cuales atributos deberían mejorar para cada servicio. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

- **Correo electrónico:**



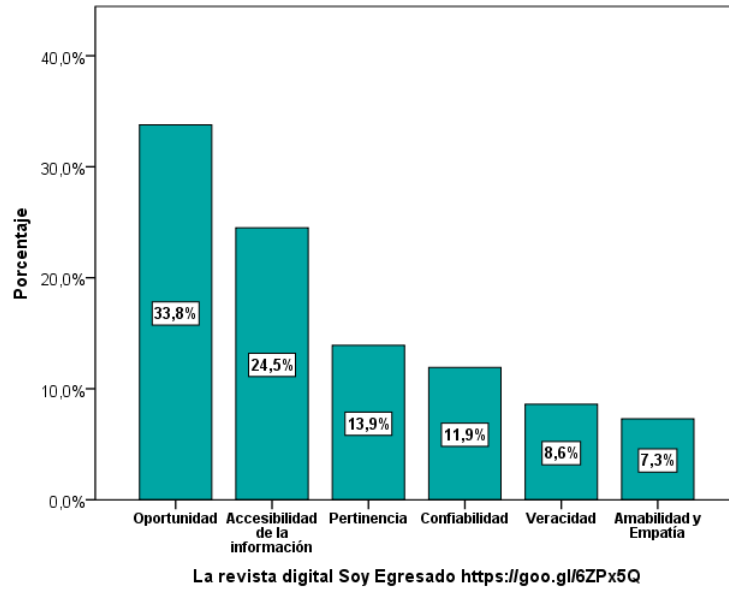
Se observa que, para el correo electrónico, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y pertinencia.

- **Página web:**



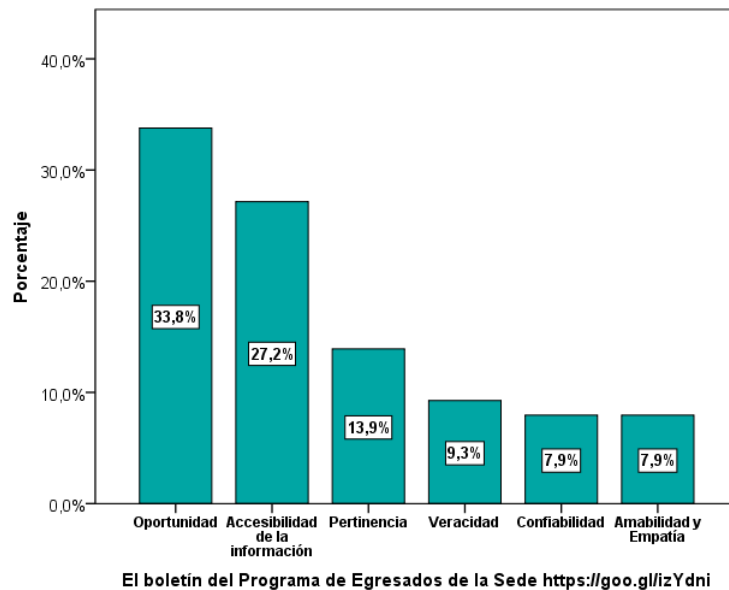
Para la página web, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y pertinencia.

- **Revista Digital:**



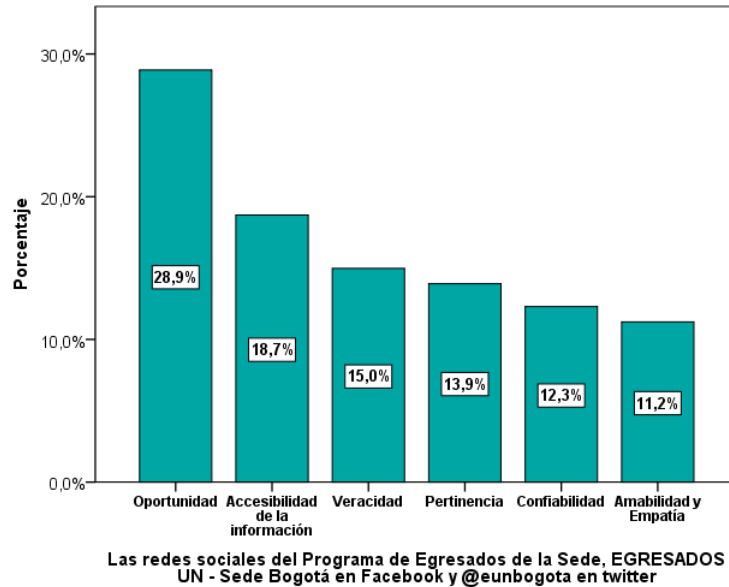
En cuanto al servicio de revista virtual, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y pertinencia.

- **Boletín del Programa de Egresados de la Sede:**



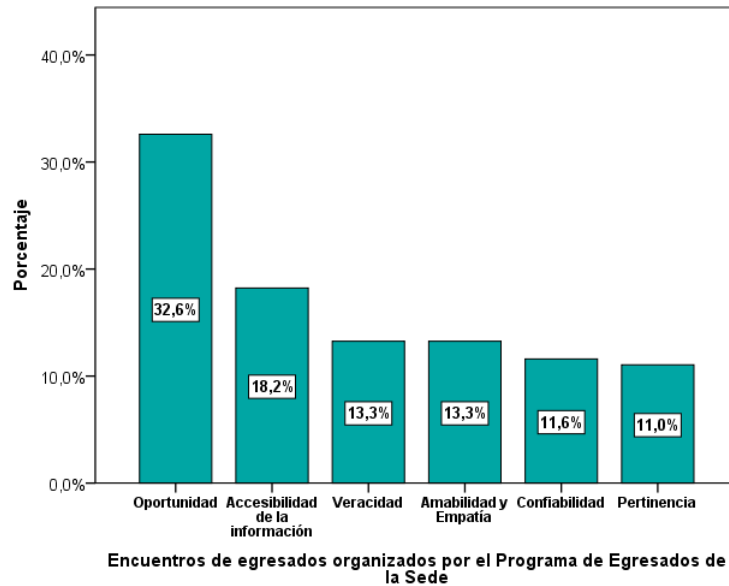
Respecto al Boletín del Programa de Egresados de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y pertinencia.

- **Redes Sociales del Programa de Egresados de la Sede:**



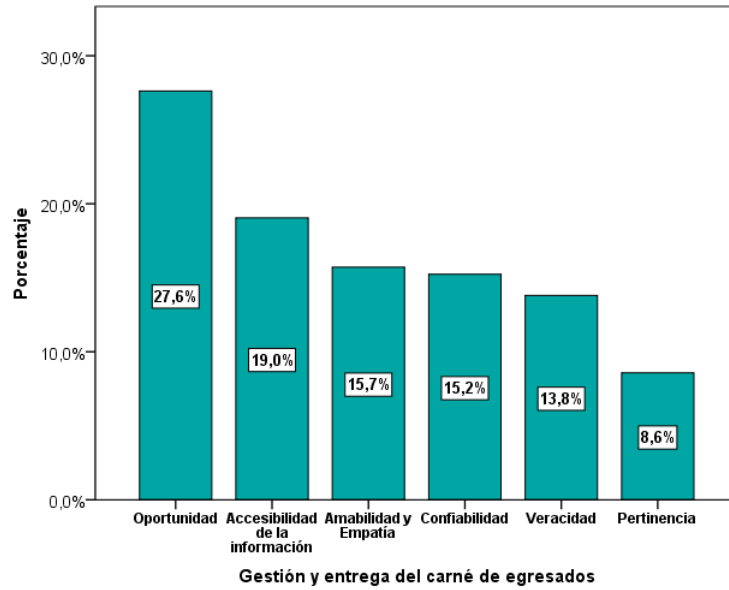
Para las Redes Sociales del Programa de Egresados de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y veracidad.

- **Encuentros de Egresados de la Sede:**



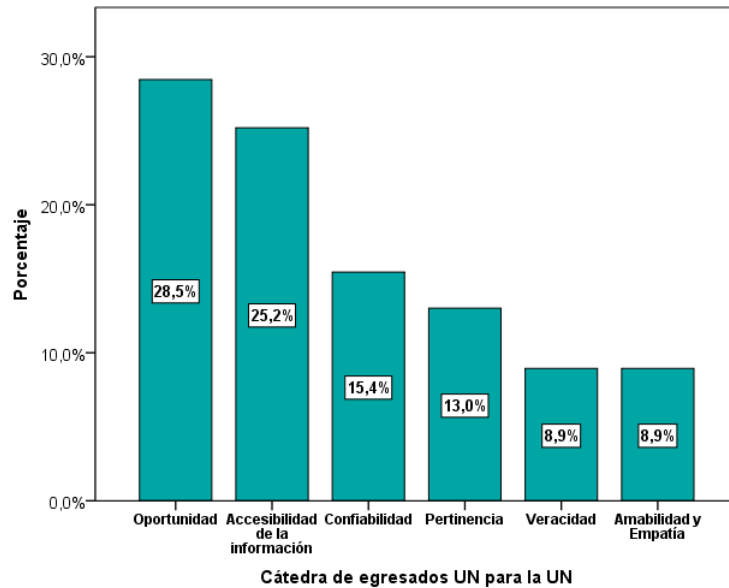
Para los Encuentros de Egresados de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y veracidad.

- **Gestión y Entrega del Carné de Egresado:**



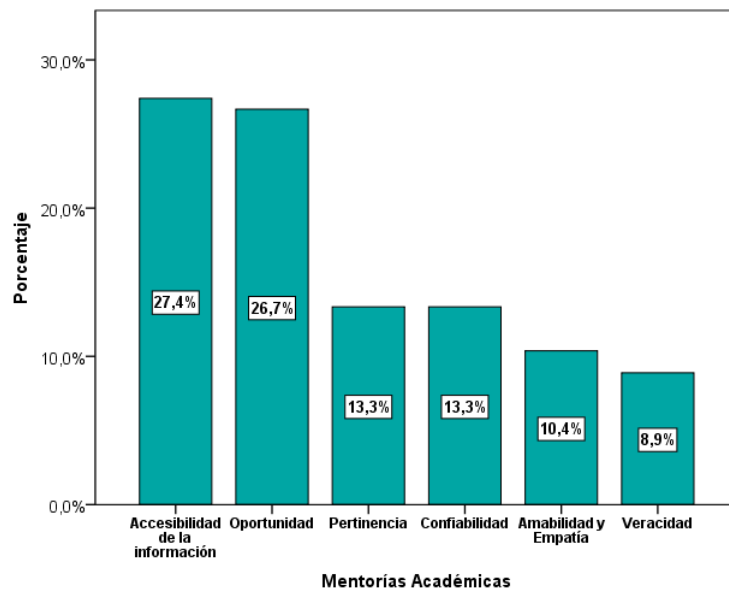
Con respecto a la Gestión y Entrega del Carné de Egresado, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y amabilidad y empatía.

- **Cátedra de Egresados UN para la UN:**



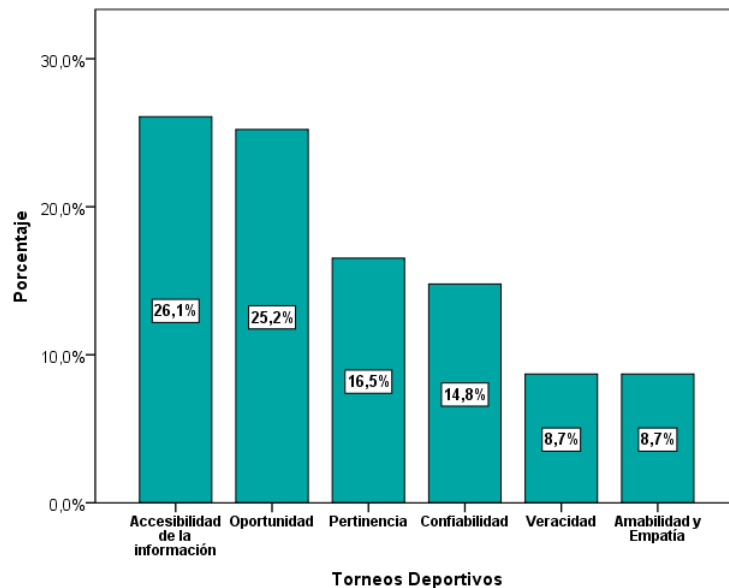
Para la Cátedra de Egresados UN para la UN, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y confiabilidad.

- **Mentorías Académicas:**



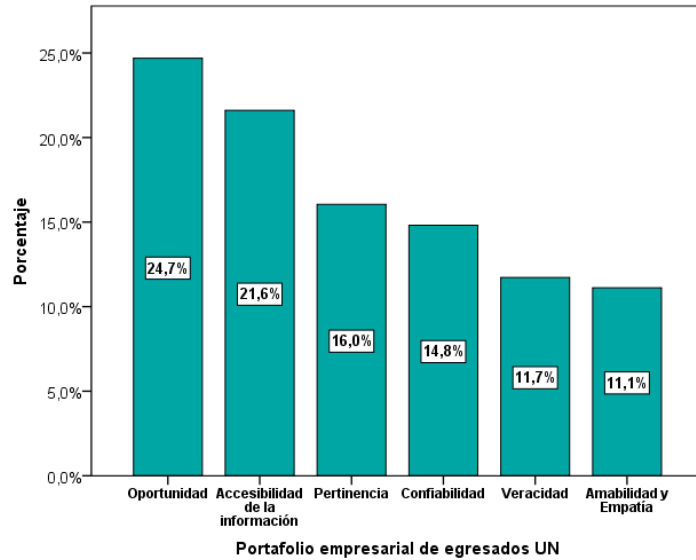
Respecto a las Mentorías Académicas, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad y pertinencia.

- **Torneos Deportivos:**



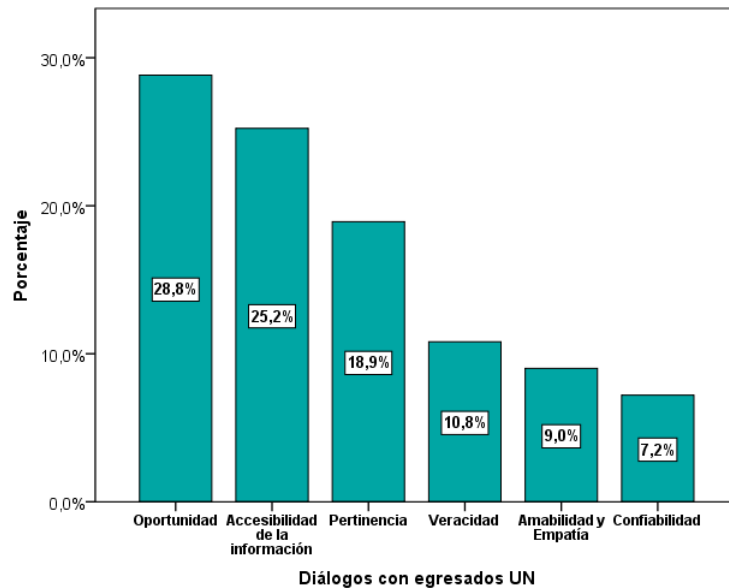
Para los Torneos Deportivos, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad y pertinencia.

- **Portafolio Empresarial de Egresados UN:**



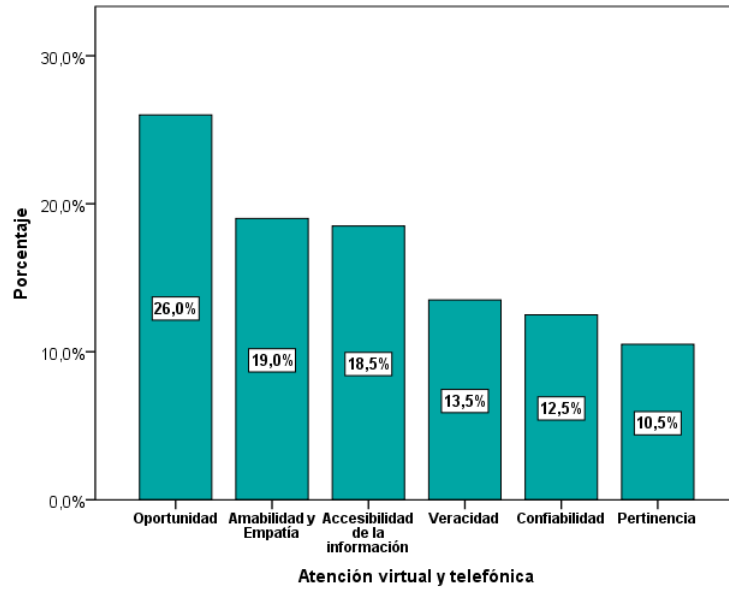
En cuanto al Portafolio Empresarial de Egresados UN de la Sede Bogotá, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y pertinencia.

- **Diálogos con Egresados UN:**



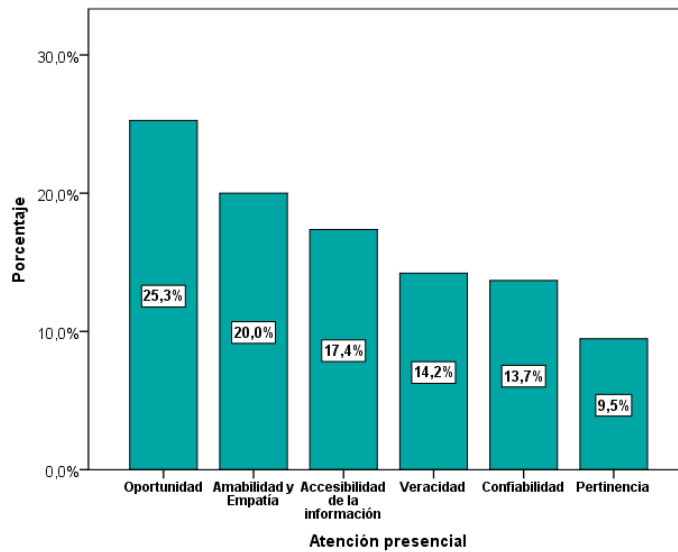
En relación con los Diálogos con Egresados UN de la Sede Bogotá, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y pertinencia

- **Atención Virtual y Telefónica:**



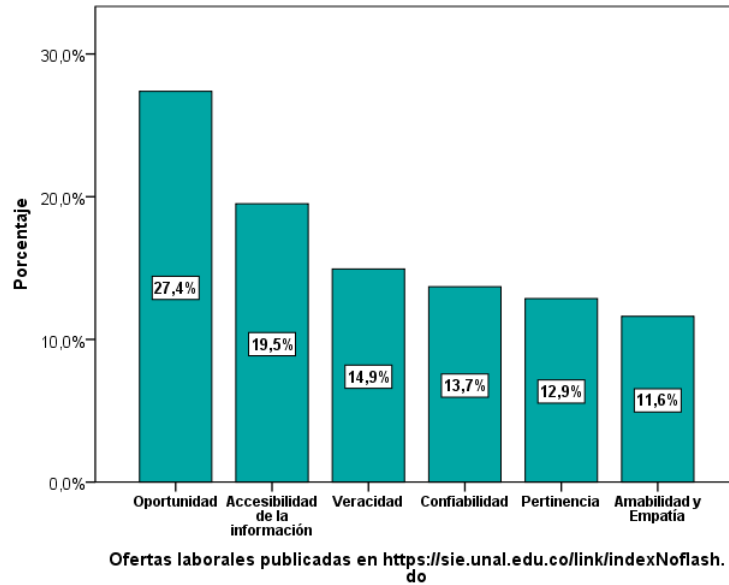
Para la Atención Virtual y Telefónica de la Sede Bogotá, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, amabilidad y empatía y accesibilidad de la información.

- **Atención Presencial:**



Asociado a la Atención presencial de la Sede Bogotá, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, amabilidad y empatía y accesibilidad de la información.

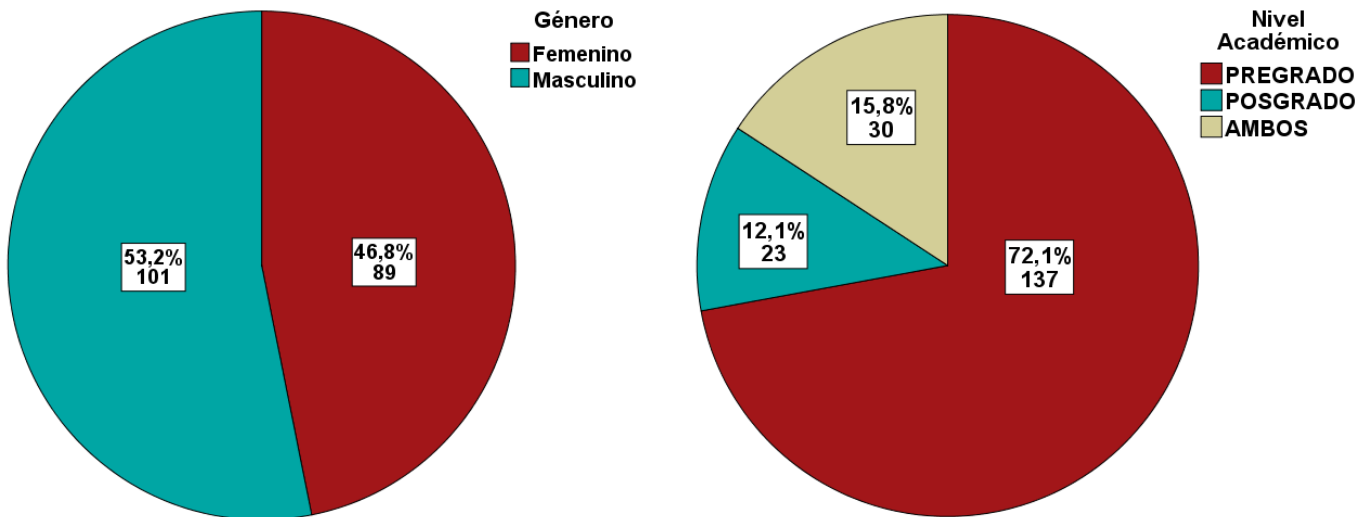
- **Ofertas Laborales:**

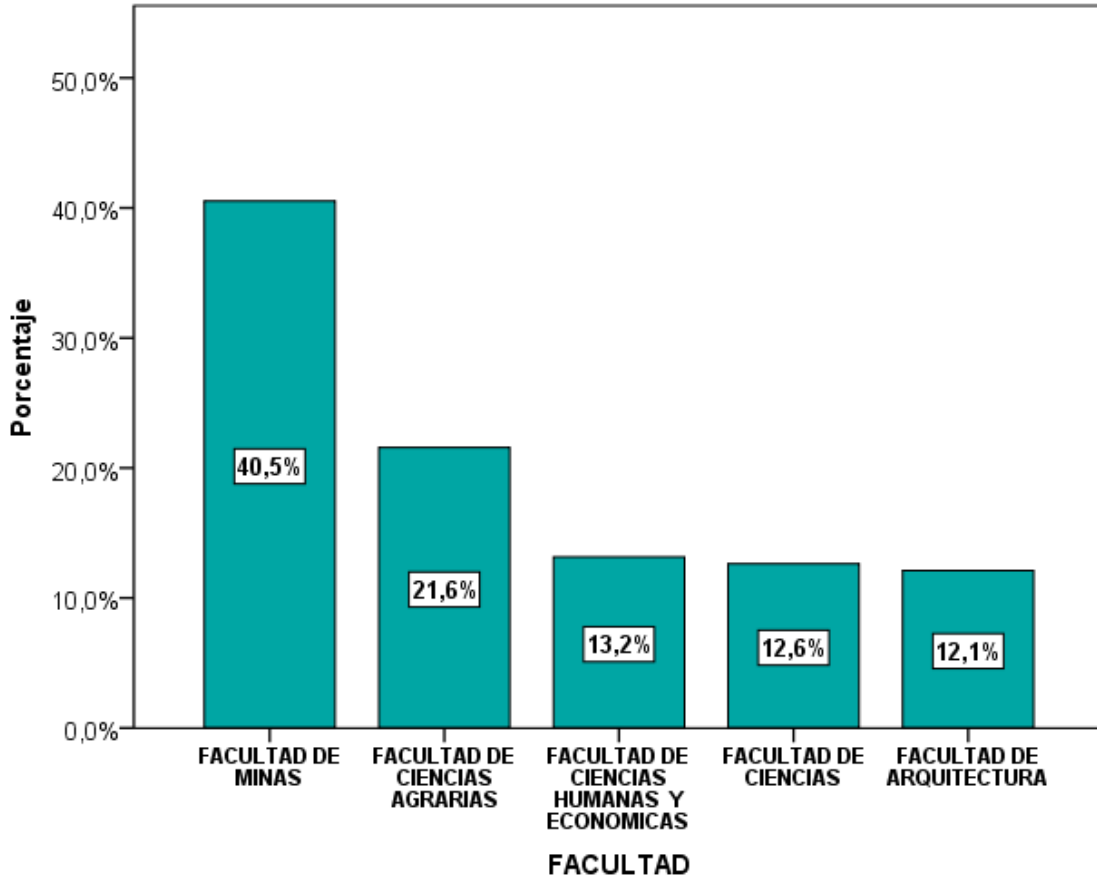


Finalmente, para las Ofertas Laborales, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, amabilidad y empatía y accesibilidad de la información.

Niveles de Satisfacción, Sede Medellín

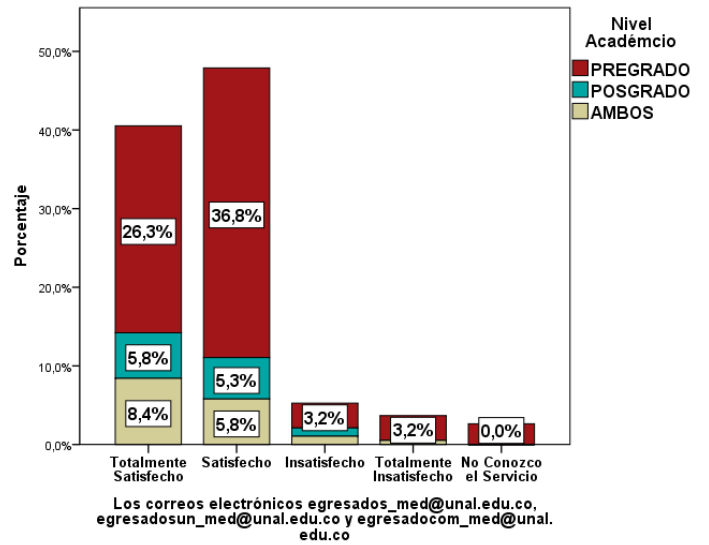
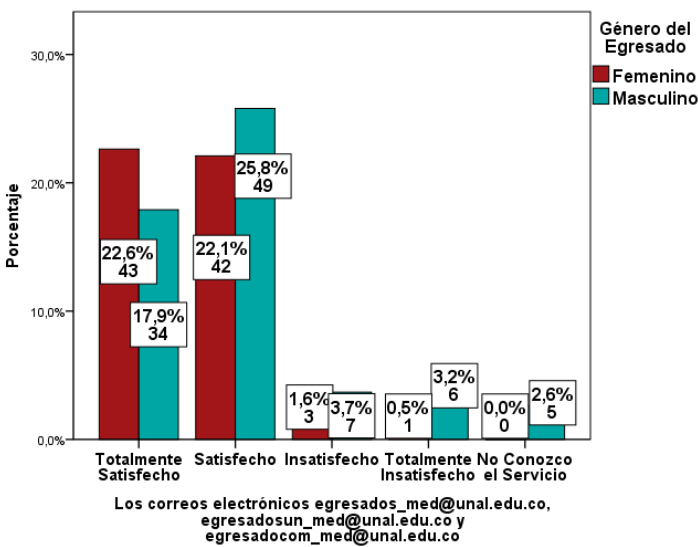
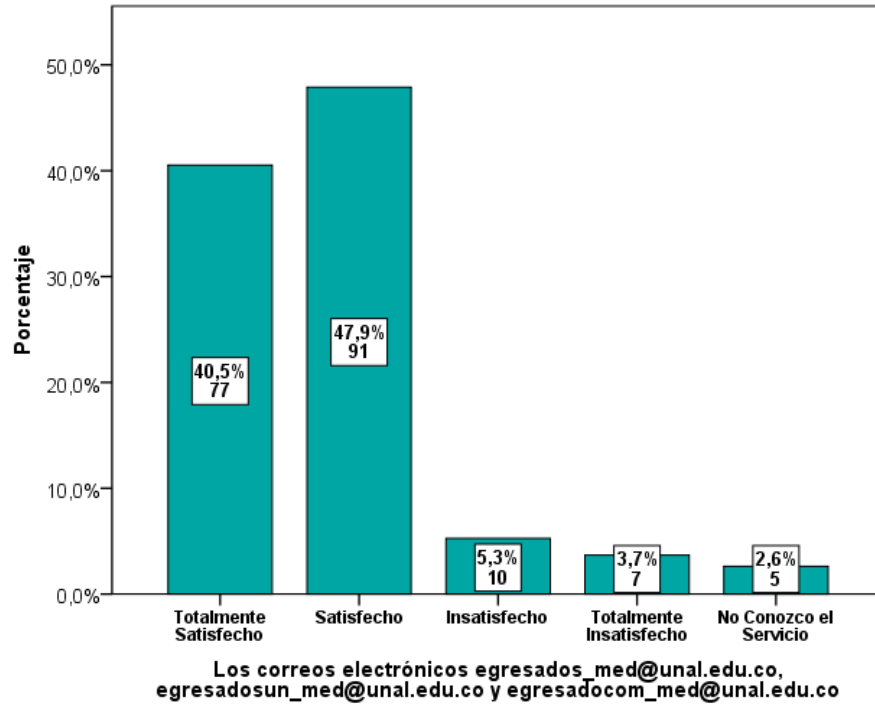
A continuación, se presenta la información socio-académica de los 190 egresados de la sede Medellín, que corresponden a la totalidad de egresados que tienen a esta Sede como inicial de egreso.





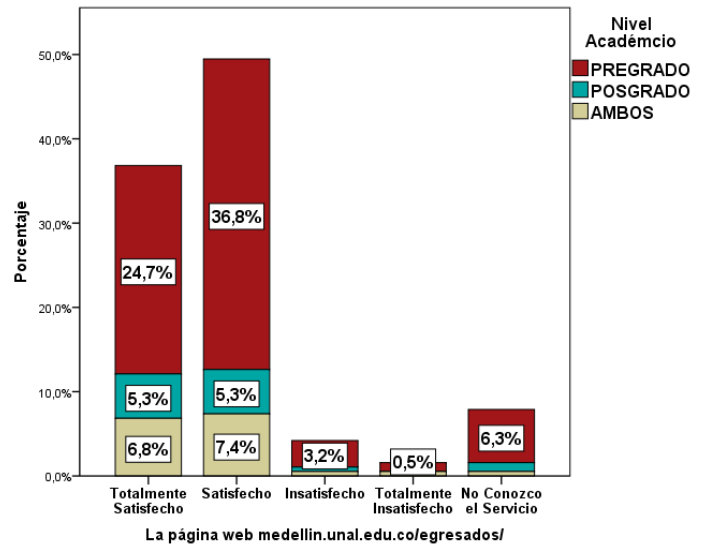
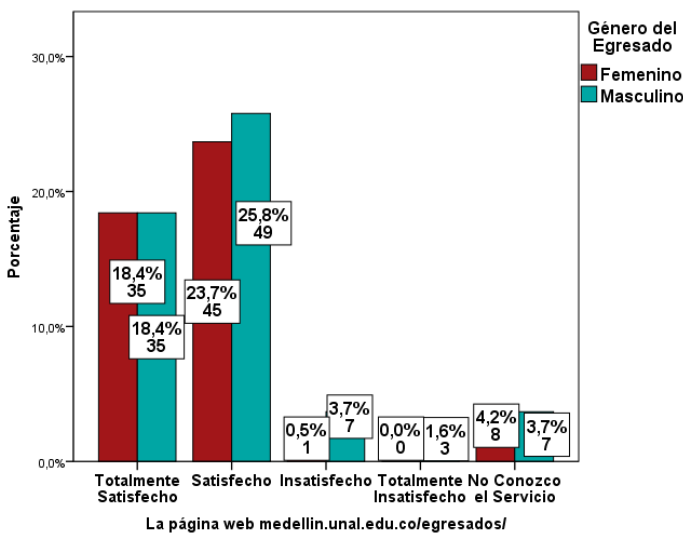
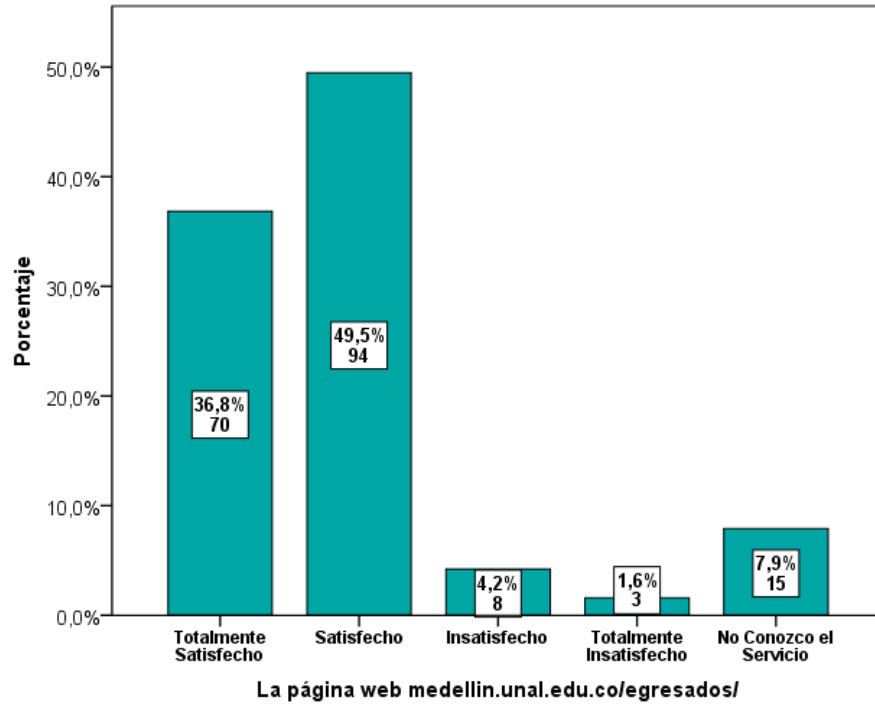
Se observa que, para la sede Medellín, se contó con las respuestas de 190 egresados, la mayor participación corresponde a la facultad de minas, también se ilustra que la participación de hombres fue 53,2% y la de las mujeres 46,8% y en cuanto al nivel educativo, se observa que el 72,1,4% de los que contestaron fueron egresados de pregrado de la sede. A continuación, se presentan los resultados de satisfacción para los servicios de la Sede

- **Correo Electrónico:**



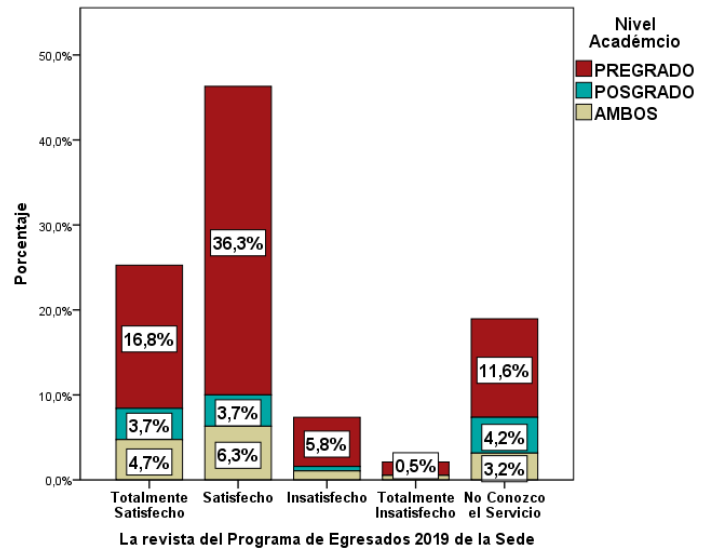
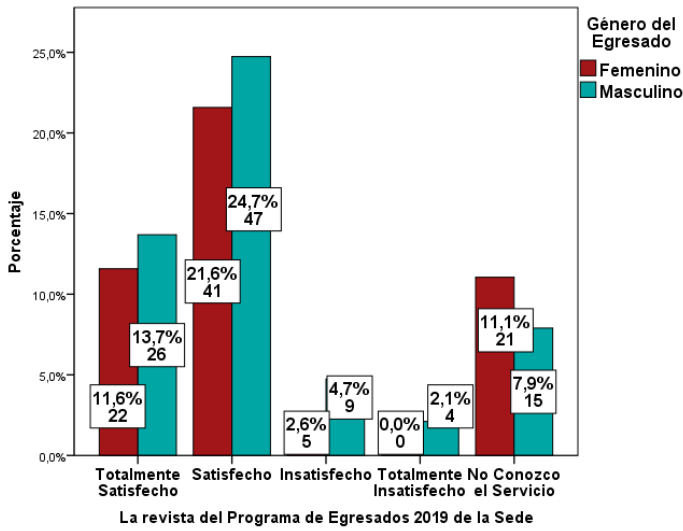
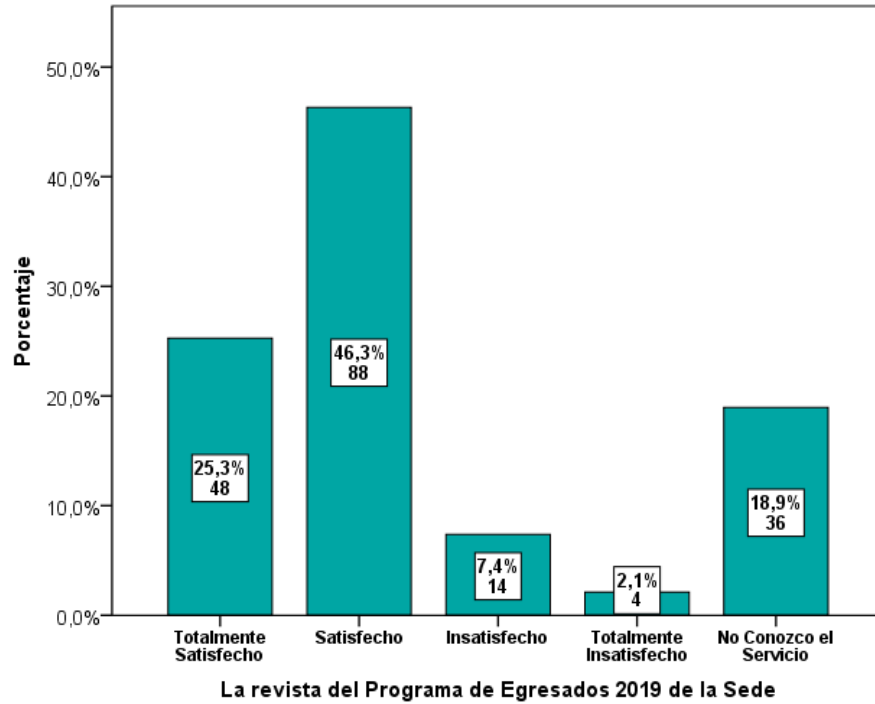
Con respecto al nivel de satisfacción del correo electrónico se observa que el 88,4% (168) de los egresados que contestaron se encuentran satisfechos o totalmente satisfechos.

• **Página Web:**



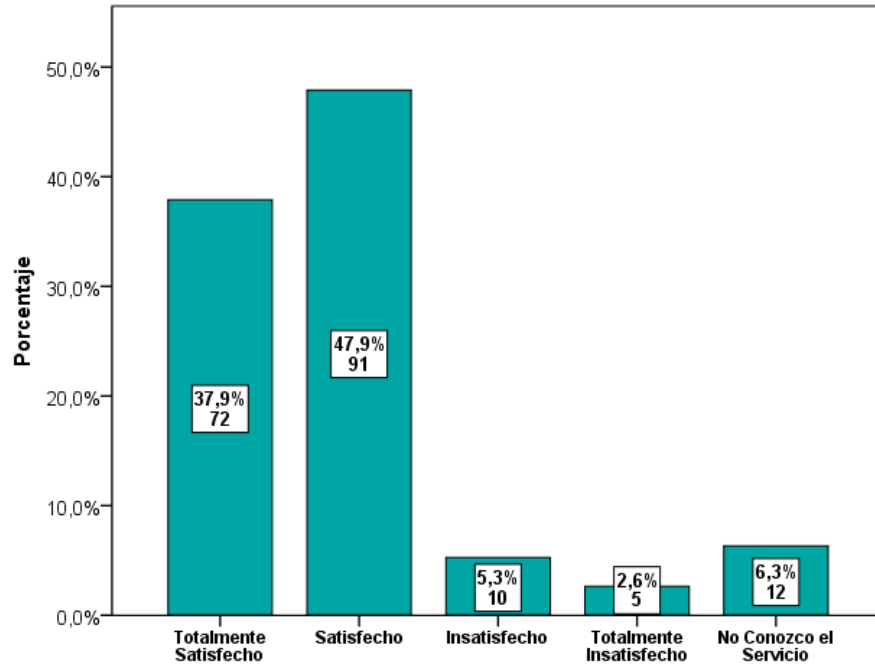
El 86,3% (164) de los egresados se encuentran satisfechos o totalmente satisfechos con la divulgación de información vía página web de la sede, la categoría predominante para cada uno de los niveles académicos corresponde a la de satisfecho.

- **Revista:**

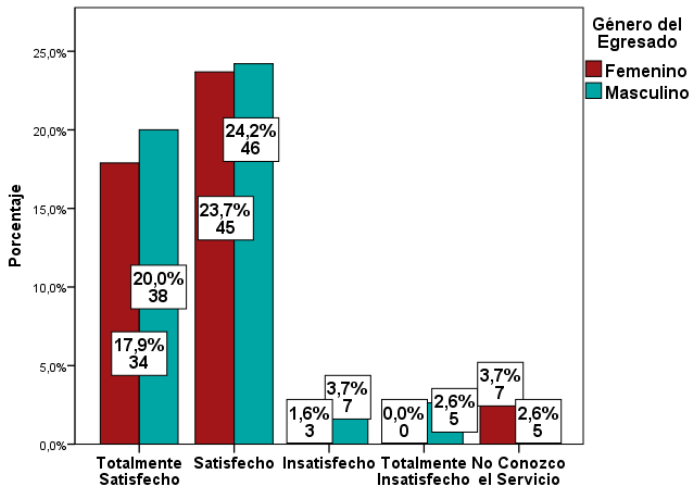


En cuanto a la revista, el 71,6% (136) de los egresados se encuentran totalmente satisfechos o satisfechos con la revista, mientras que el 18,9% no conoce el servicio, siendo las mujeres las que más desconocen el servicio.

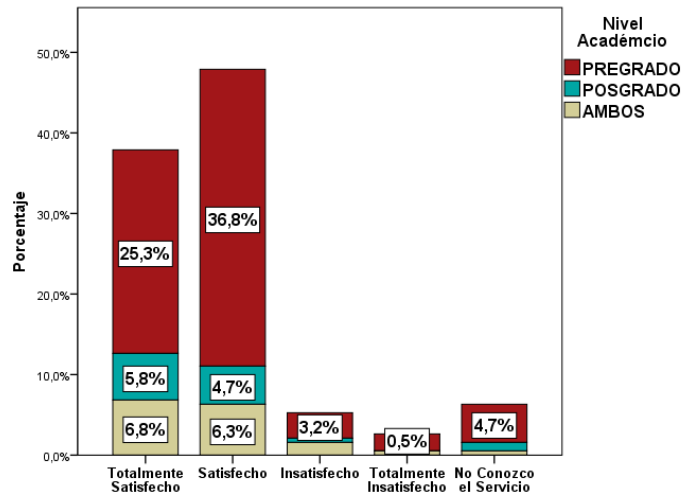
- **Boletín del Programa de Egresados:**



El boletín Notas del Egresado del Programa de Egresados de la Sede



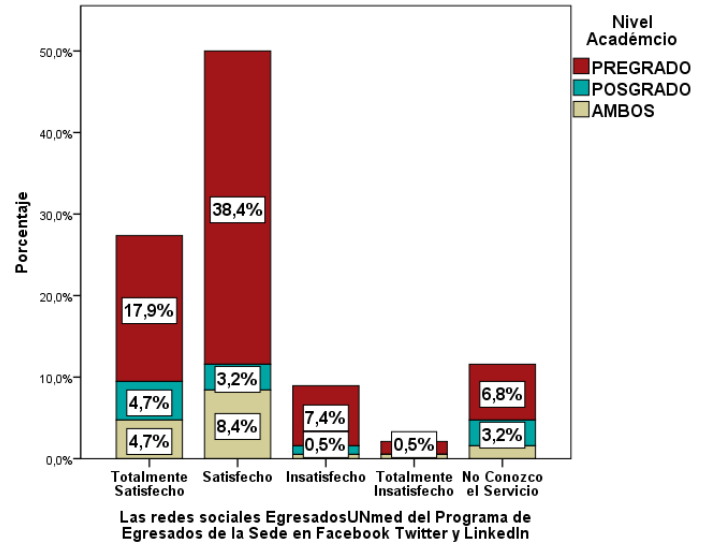
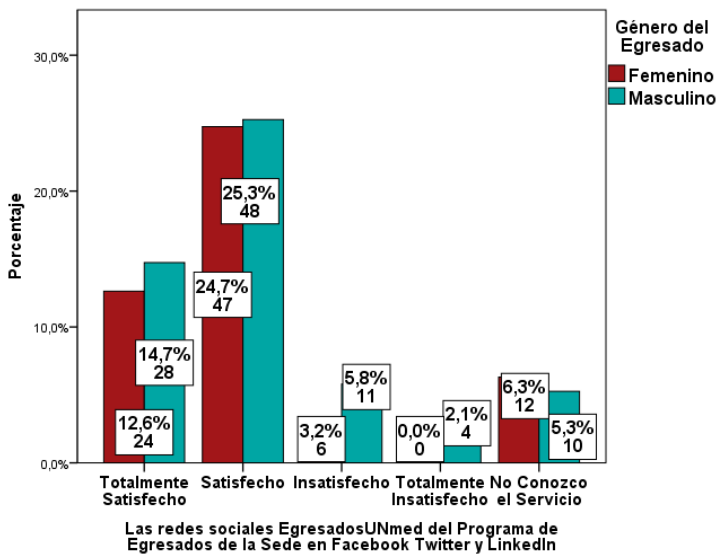
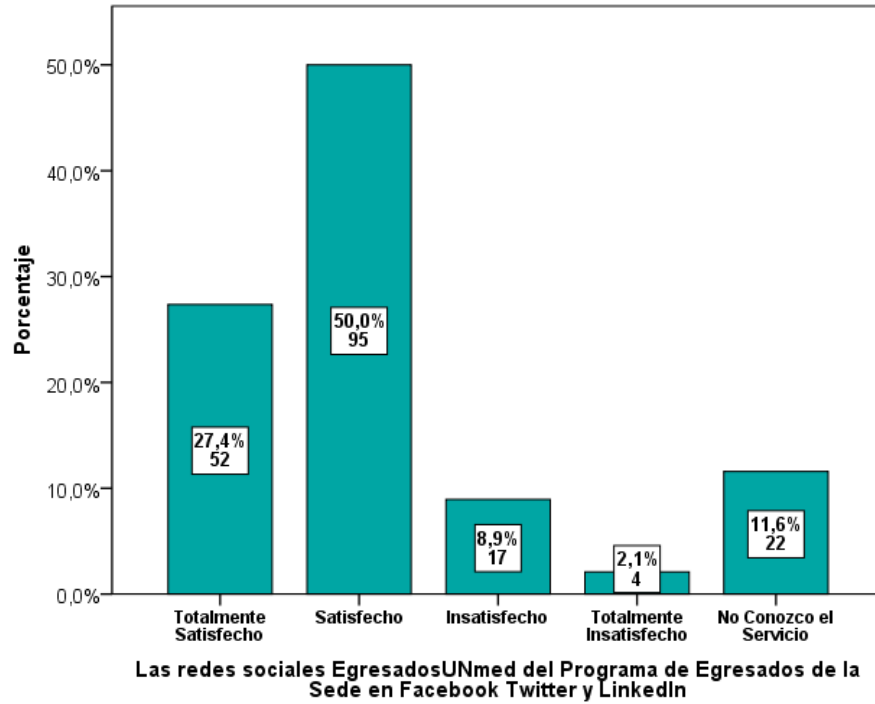
El boletín Notas del Egresado del Programa de Egresados de la Sede



El boletín Notas del Egresado del Programa de Egresados de la Sede

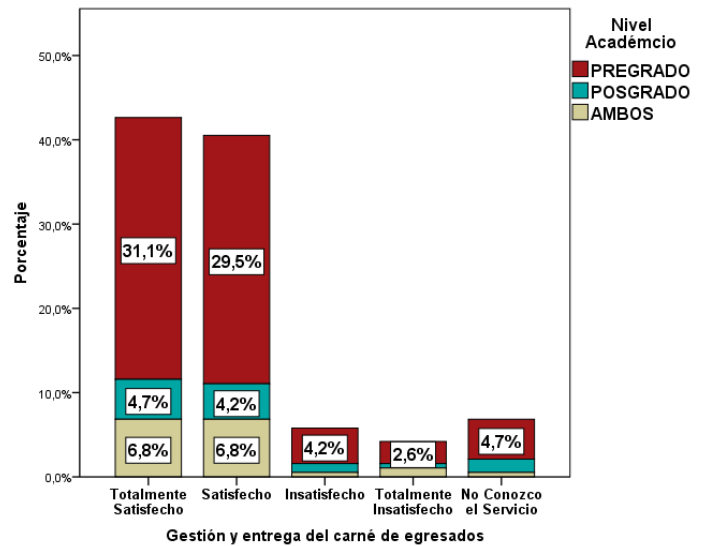
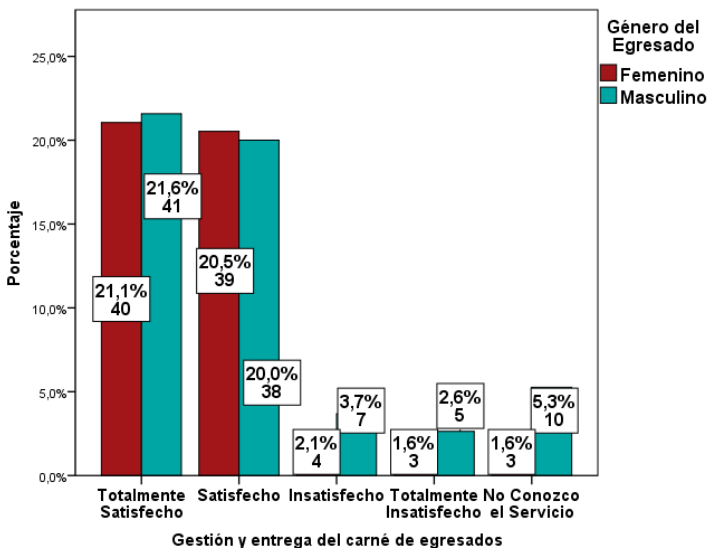
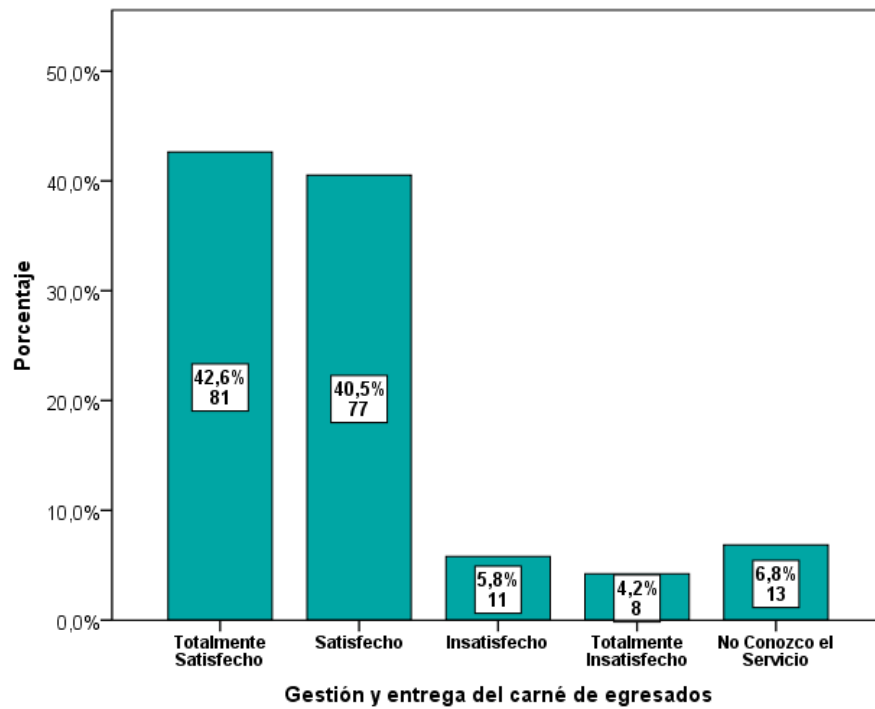
El 85,8 % (163) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con la información que se encuentra en el boletín.

- **Redes Sociales de la Sede:**



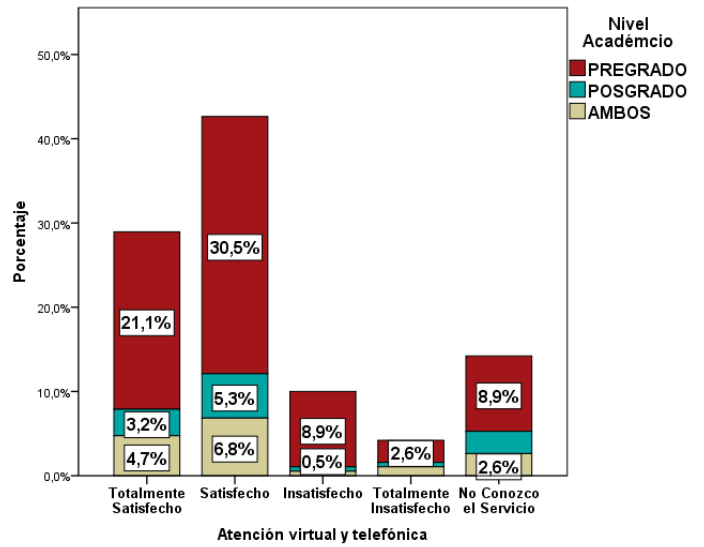
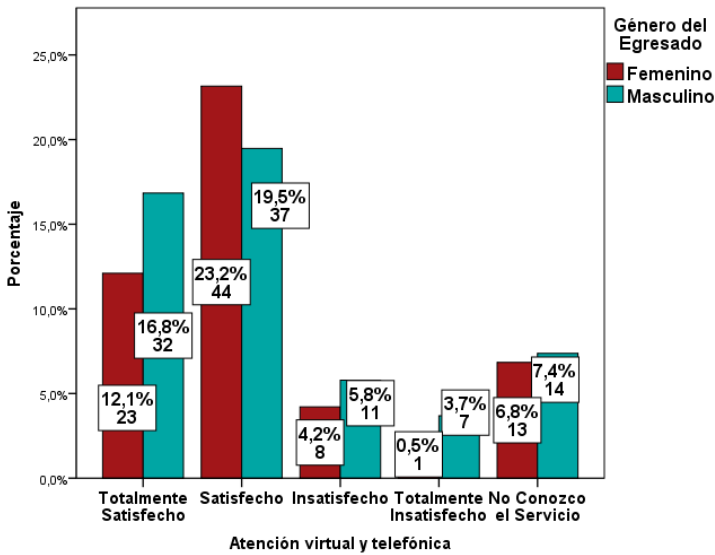
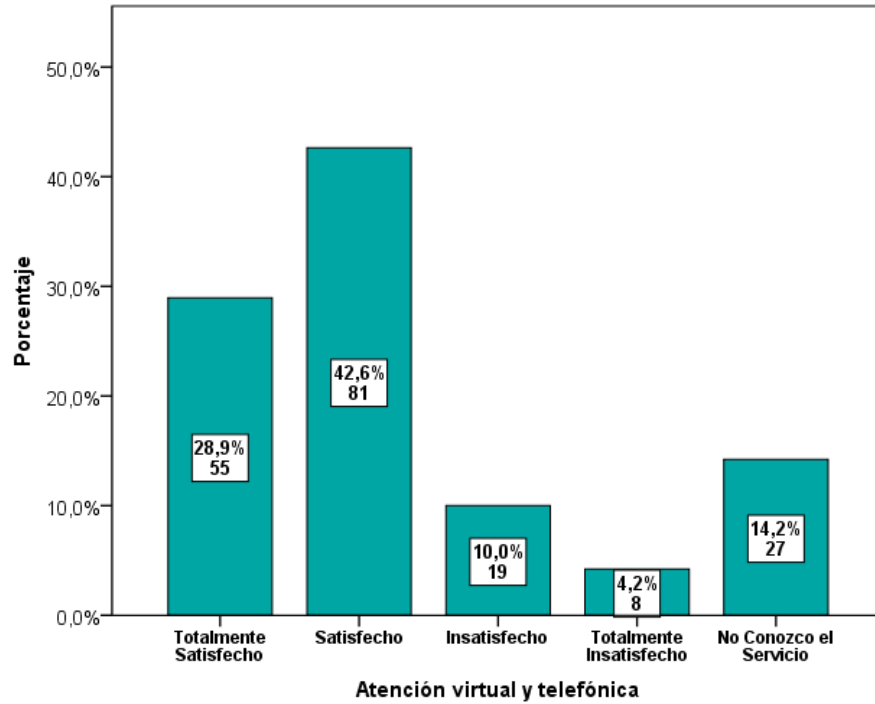
El 77,4% (147) de los egresados que contestaron mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con la información publicada en las redes sociales, mientras que el 11,6% (22) indican no conocerlas, al desagregar por género se observa que las mujeres son las que más desconocen el servicio.

- **Gestión y Entrega del Carné de Egresado:**



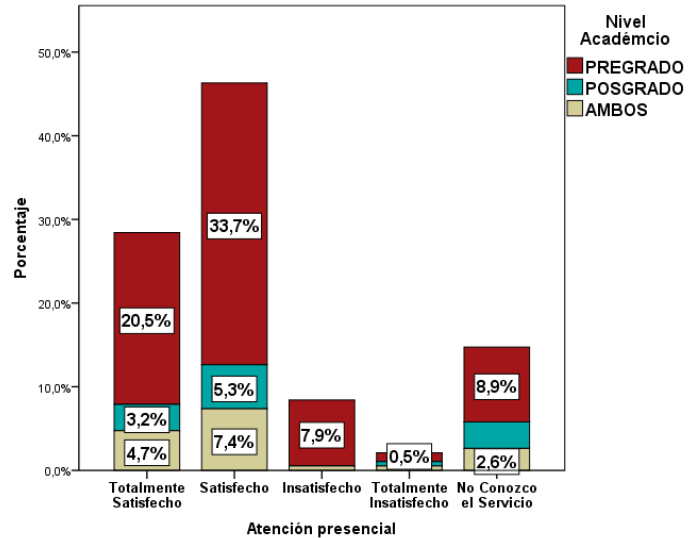
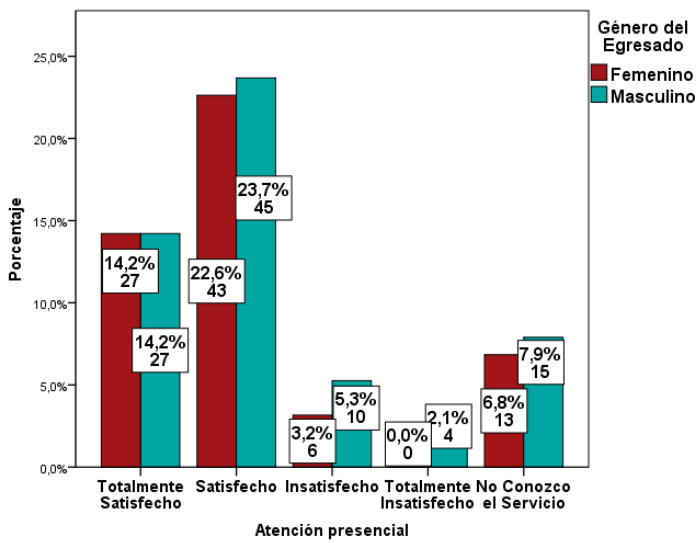
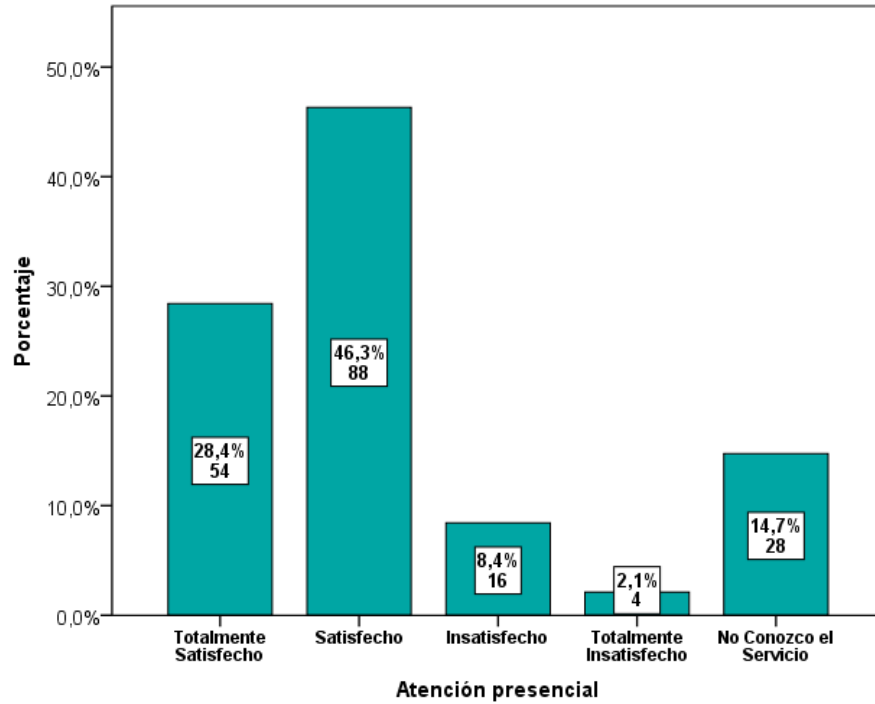
Análogamente, el 83,1 % (158) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con respecto a la gestión y entrega del carné.

- **Atención virtual y telefónica:**



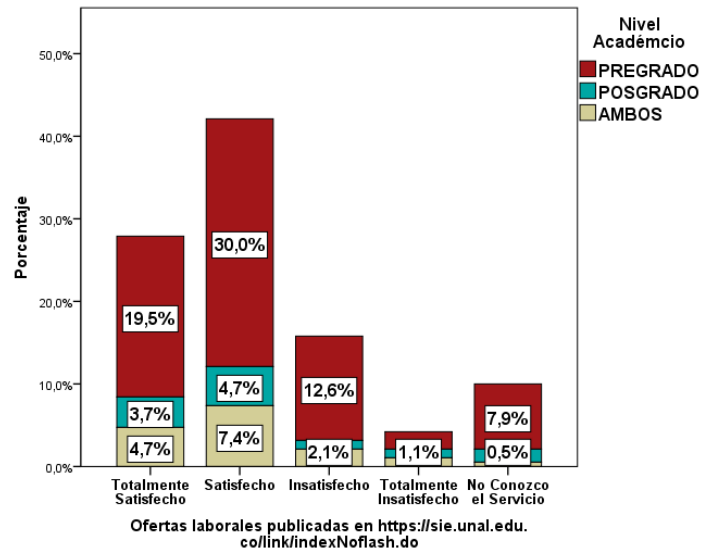
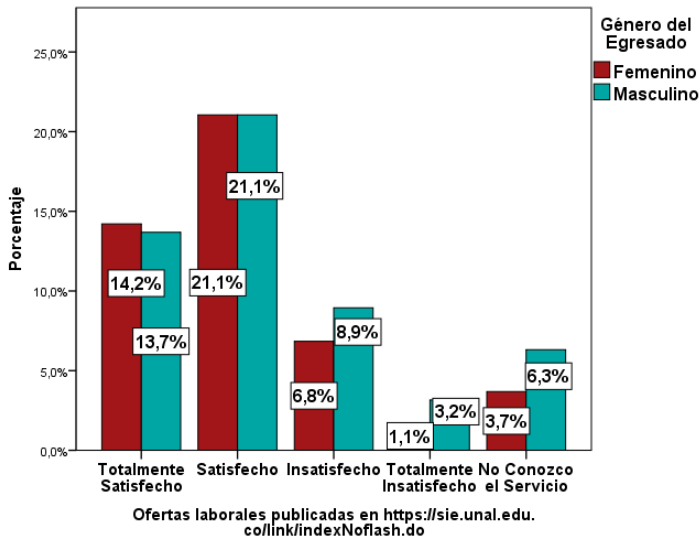
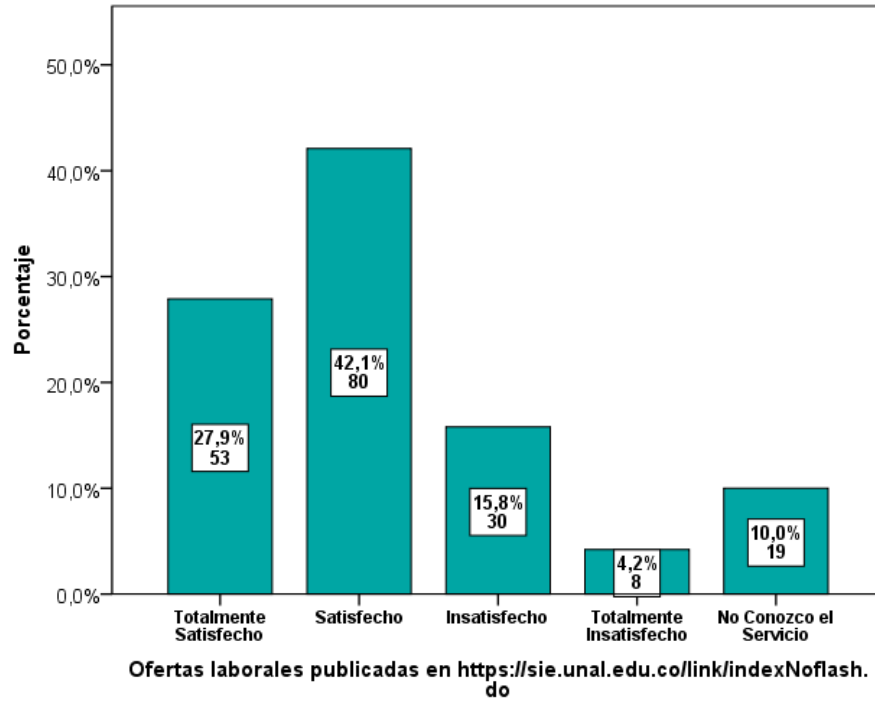
El 71,5% (136) de los egresados que tienen algún título en la sede Medellín mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio de atención virtual y telefónica y, en contraposición, el 14,2% (27) menciona no conocer el servicio.

- **Atención Presencial:**



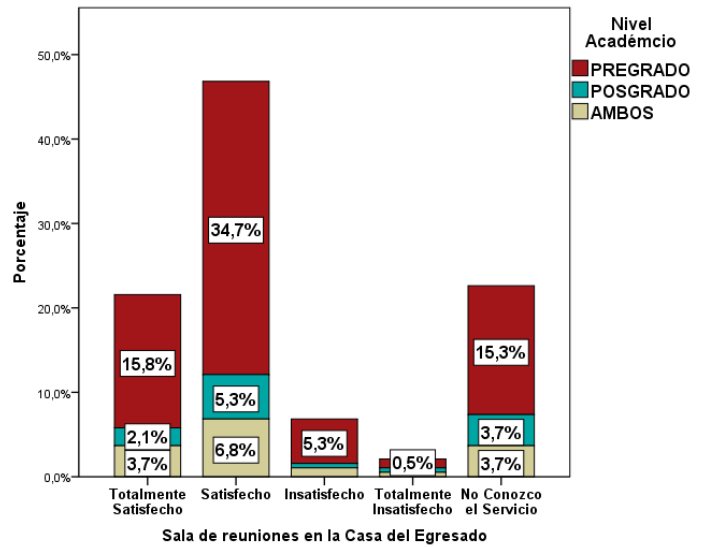
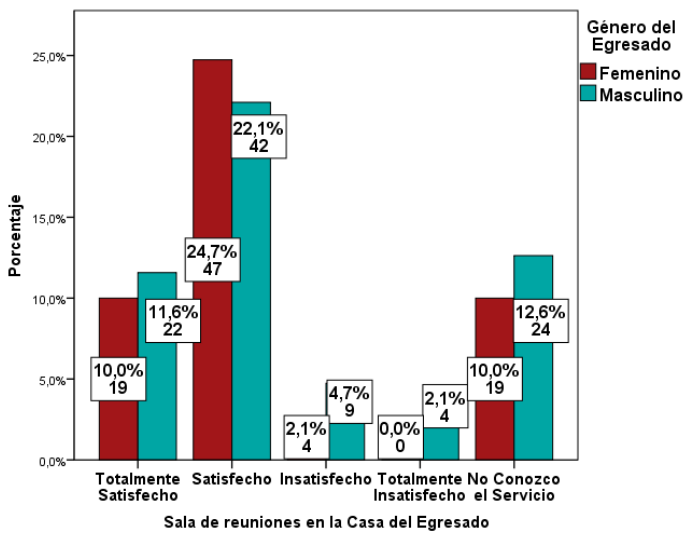
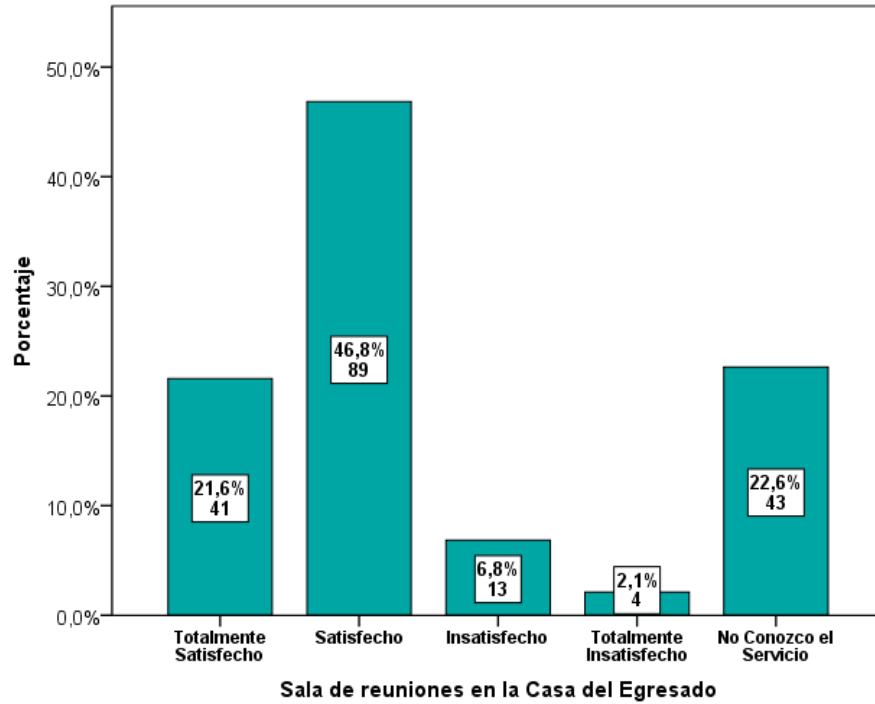
Análogamente, el 74,7% (142) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con la atención presencial de la sede, en contraposición el 14,7% (28) de los mismos indican no conocer el servicio.

- **Ofertas Laborales:**



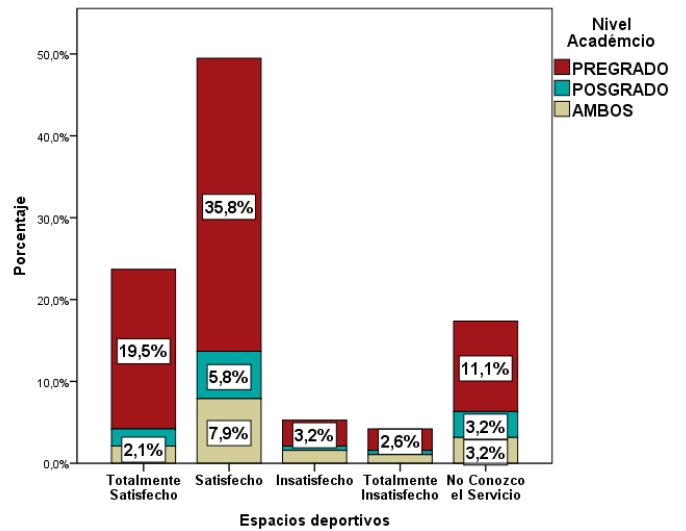
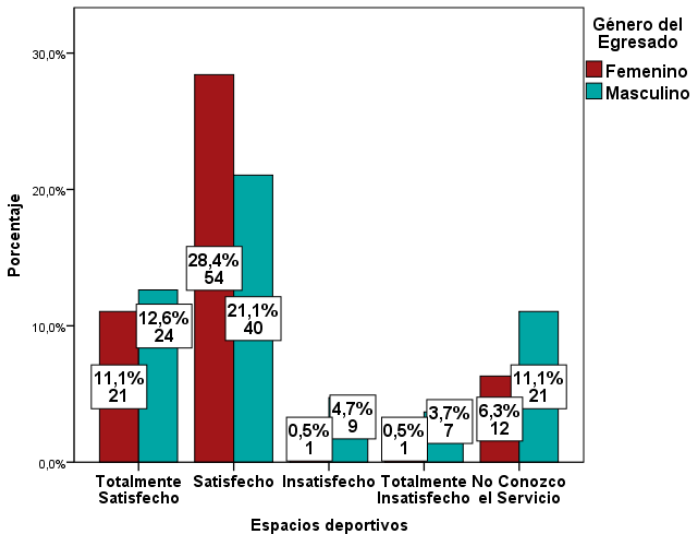
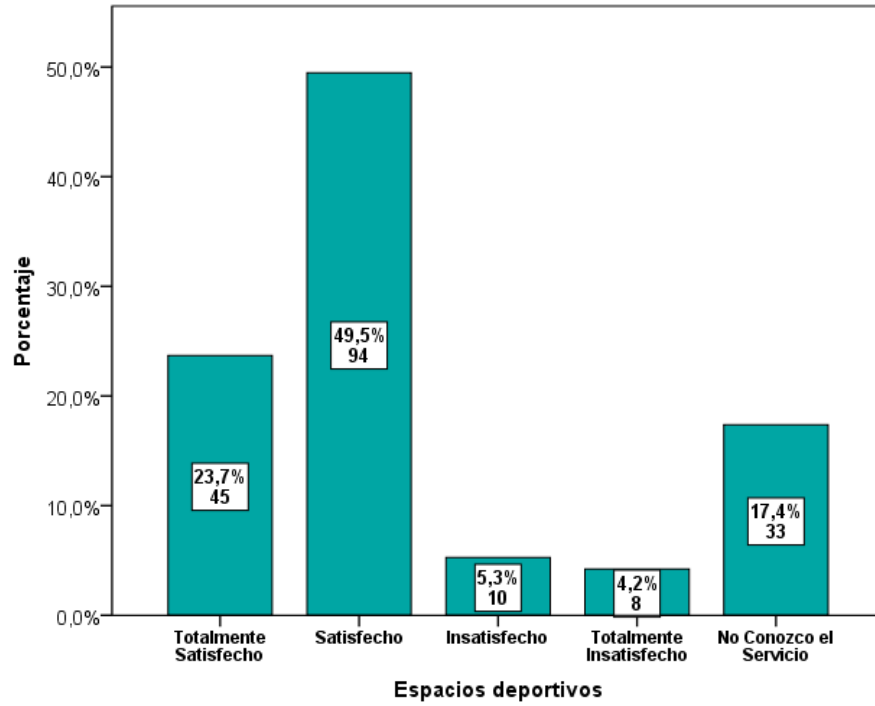
El 70% (133) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con las ofertas laborales publicadas, mientras que, el 10% (19) indican no conocer el servicio.

- **Sala de reuniones en la Casa del Egresado:**



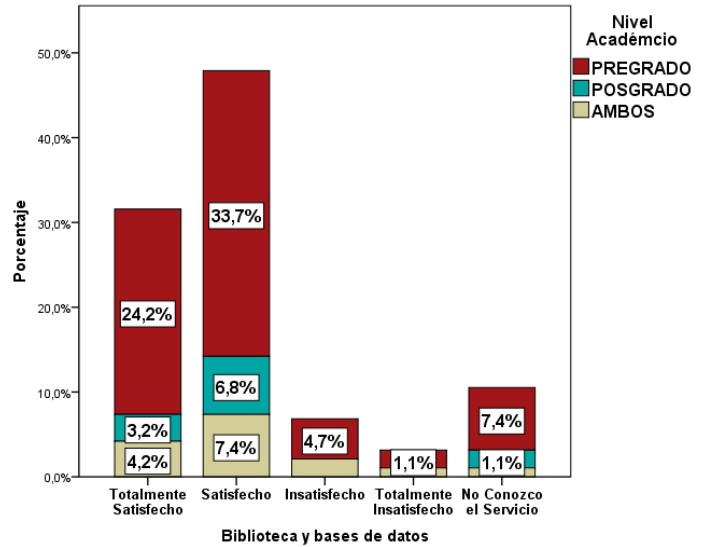
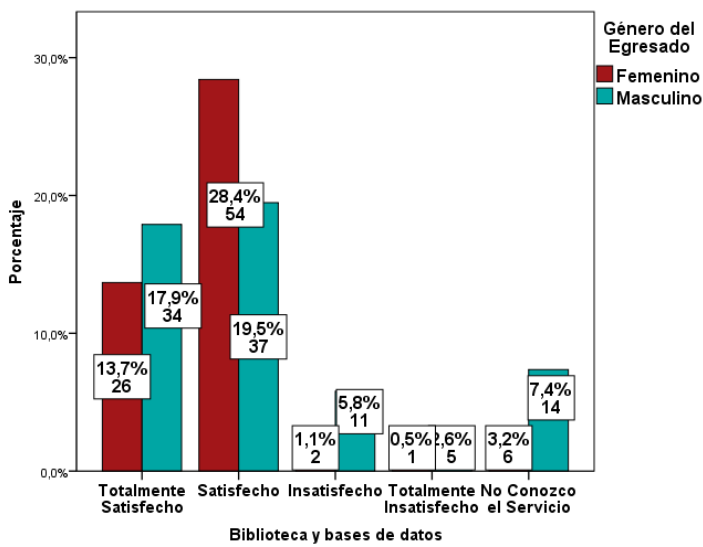
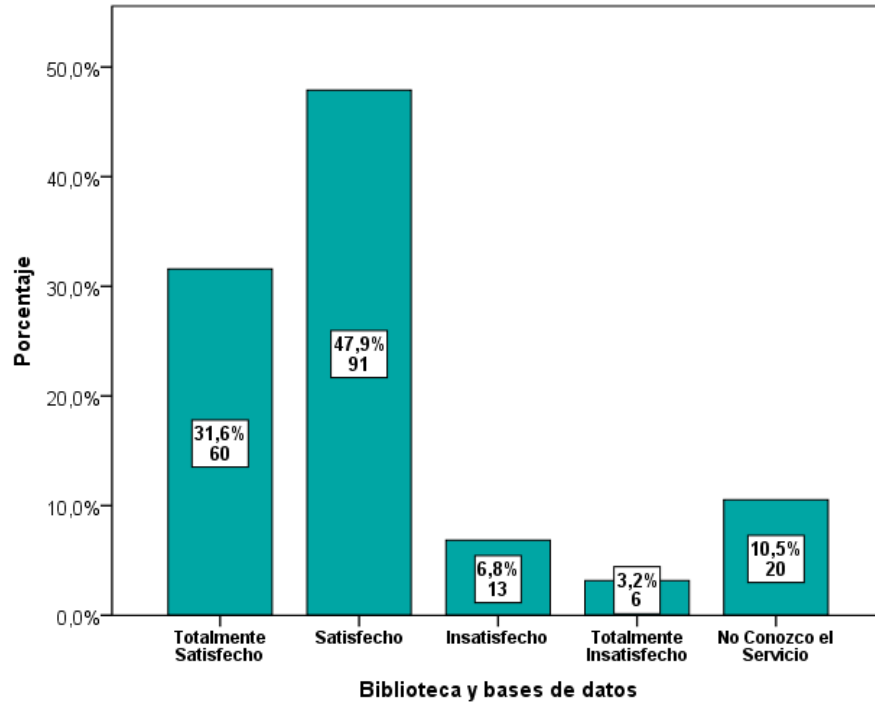
Con respecto a la sala de reuniones en la casa del egresado, el 68,4% (130) los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos, en contraposición el 22,6% (43) de los mismos indican no conocer el servicio.

- **Espacios deportivos:**



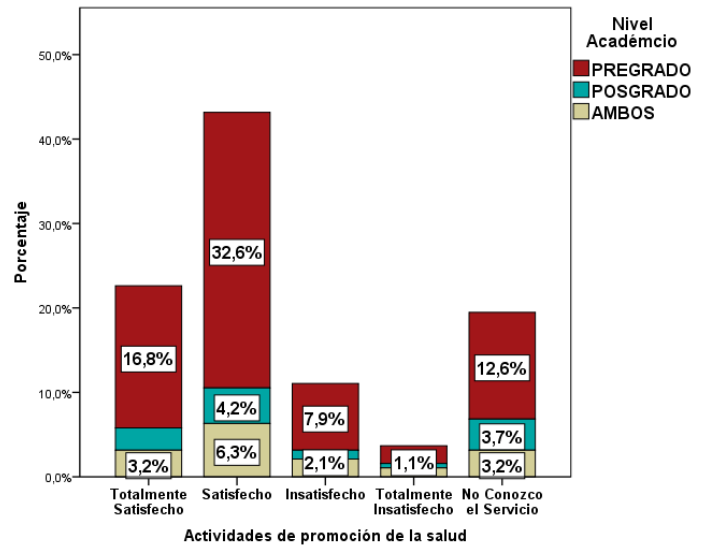
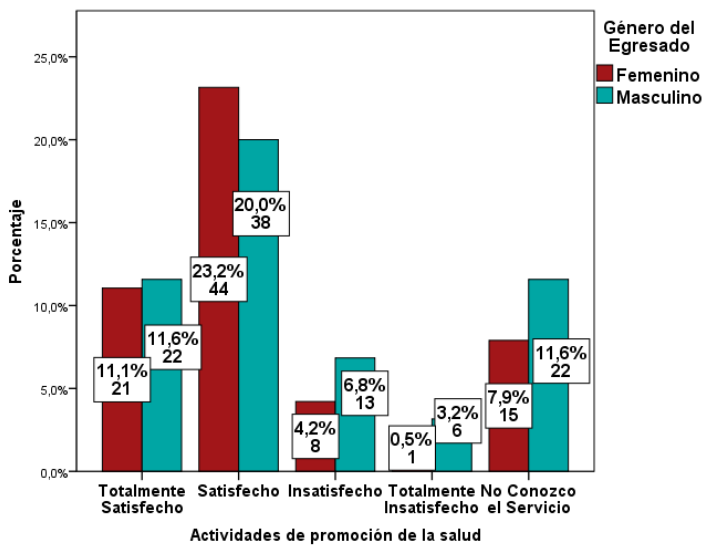
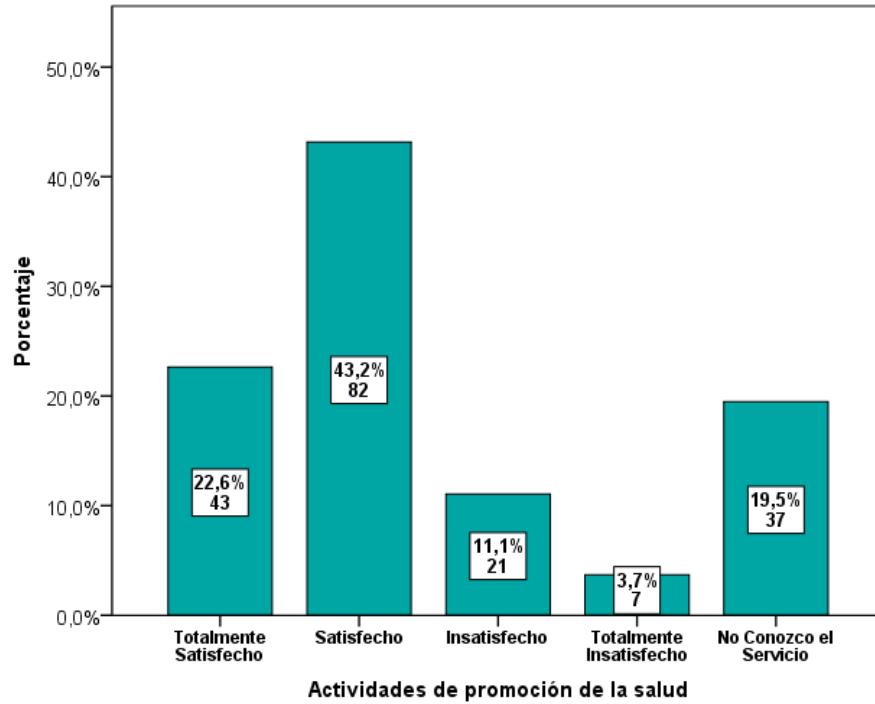
Análogamente al servicio anterior, el 17,4% (33) de los egresados que tienen un título de la sede Medellín indican no conocer los espacios deportivos, mientras que el 73,2% (139) de los egresados indicaron sentirse satisfechos o totalmente satisfechos.

- **Bibliotecas y Bases de Datos:**



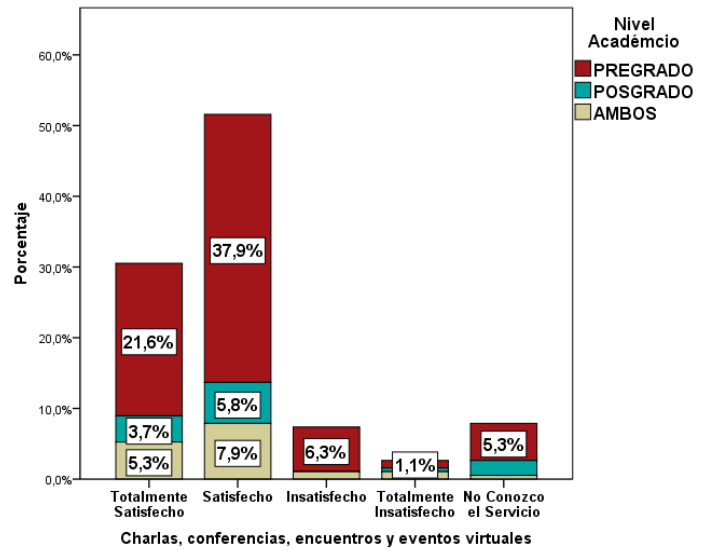
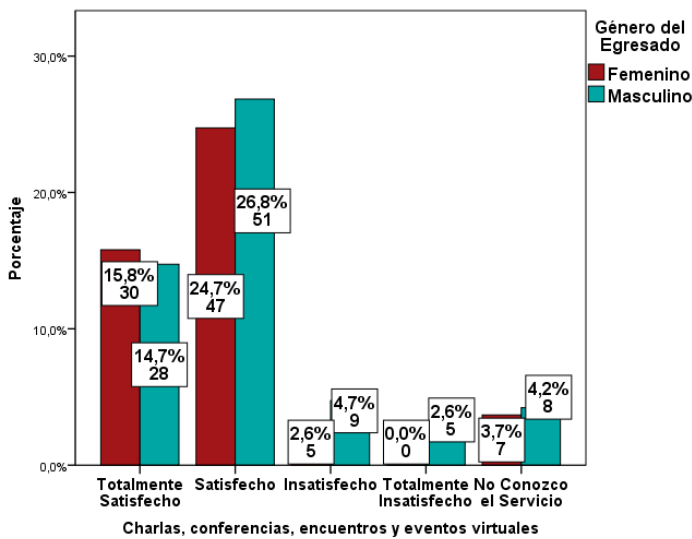
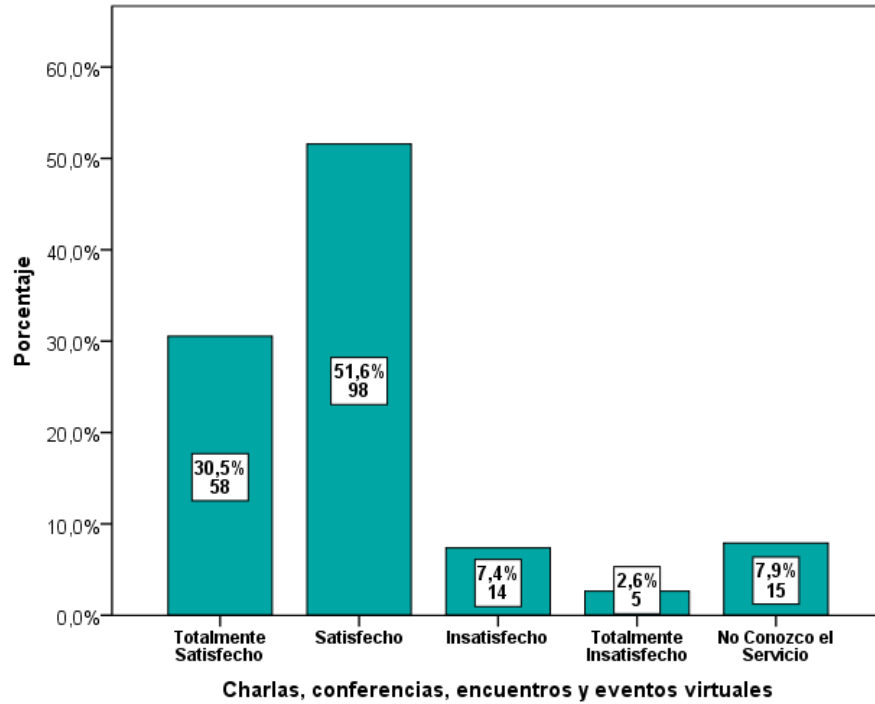
El 79,5 % (151) de los egresados que indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con los servicios de bibliotecas y bases de datos que se encuentran en la sede Medellín.

- **Actividades de promoción de la salud:**



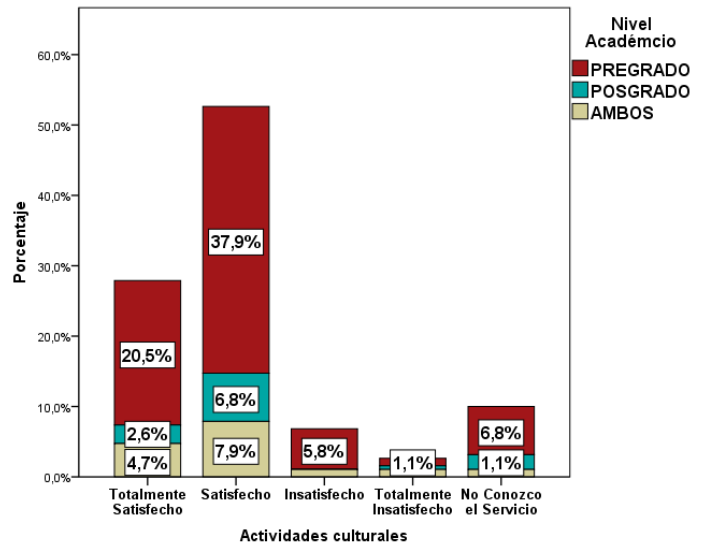
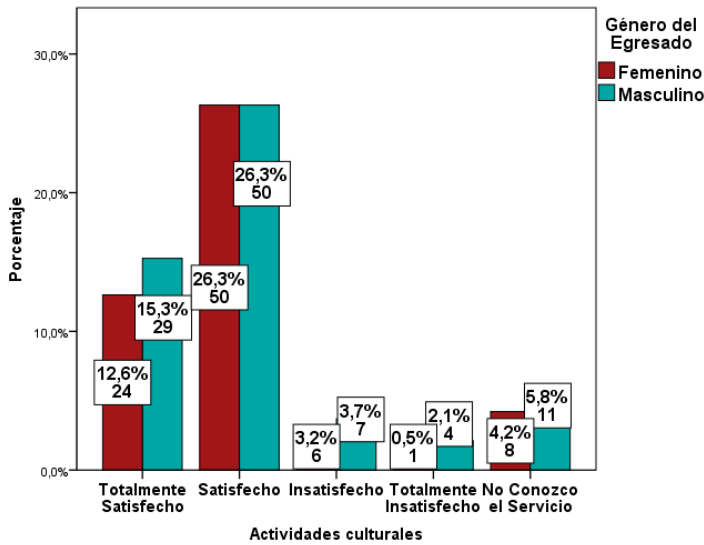
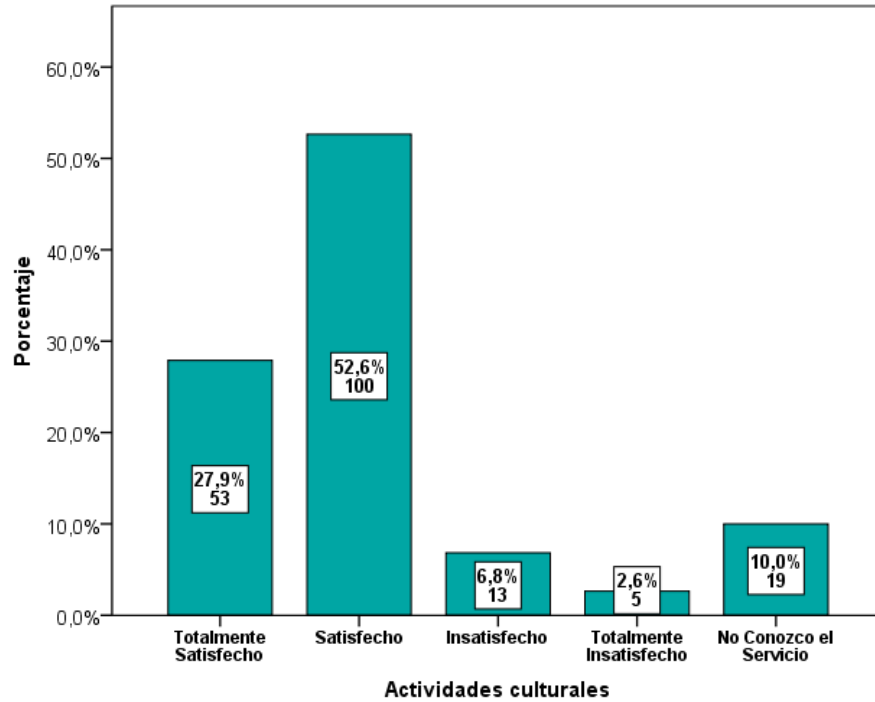
En lo referente a las actividades educativas en salud, el 65,8 % (125) de los egresados que indican estar satisfechos o totalmente satisfechos

- **Charlas, conferencias, encuentros, recorridos:**



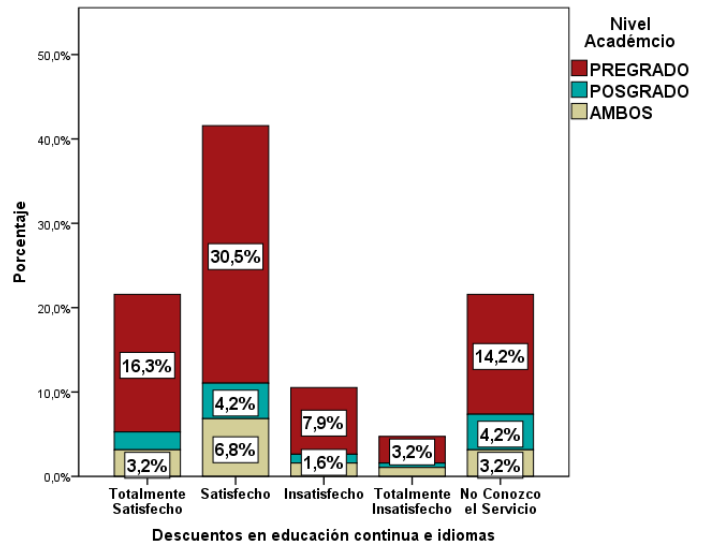
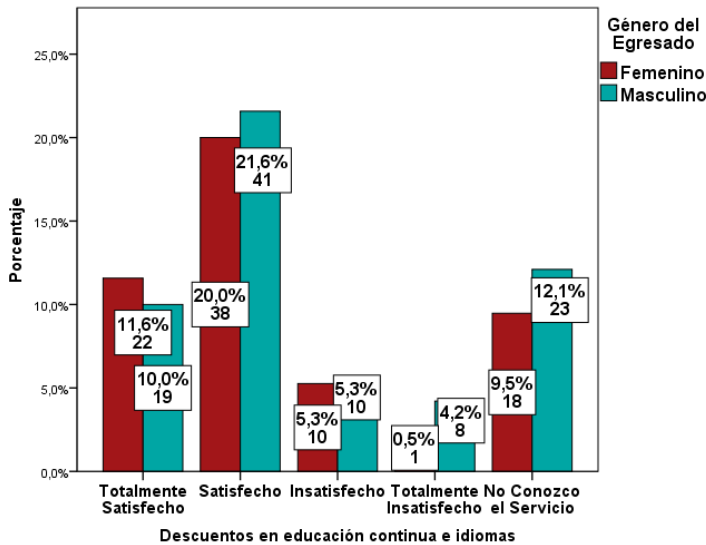
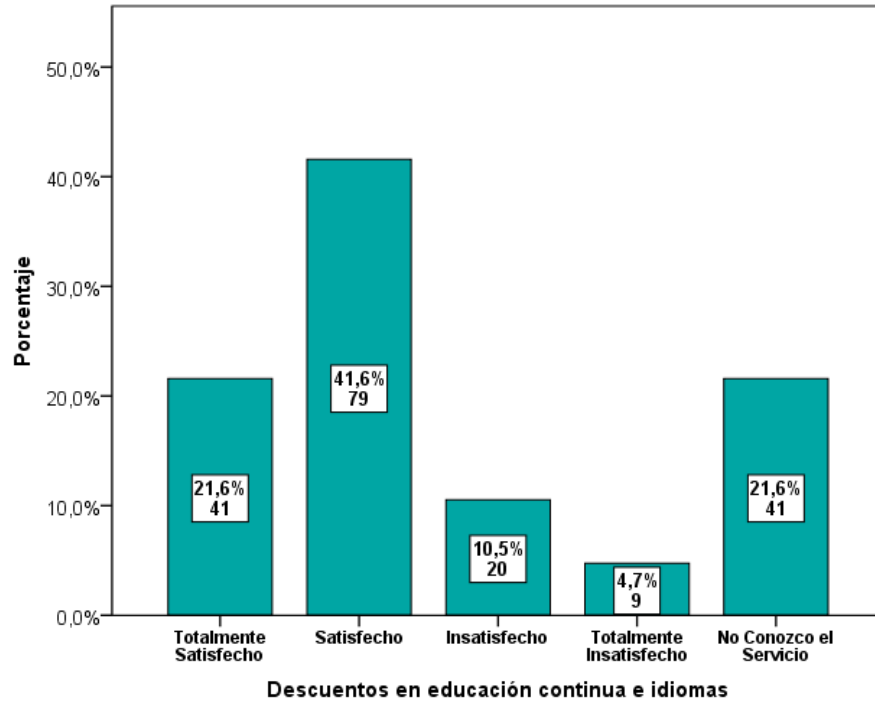
El 82,1% (156) de los egresados que indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con los servicios charlas, conferencias, encuentros y recorridos que se desarrollan en la sede Medellín, mientras que el 7,9% (15) indican no conocer el servicio.

- **Actividades culturales:**



El 80,5% (153) de los egresados que indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con las actividades culturales que se desarrollan en la sede Medellín, por el contrario, el 10% (19) de los egresados indican no conocerlas.

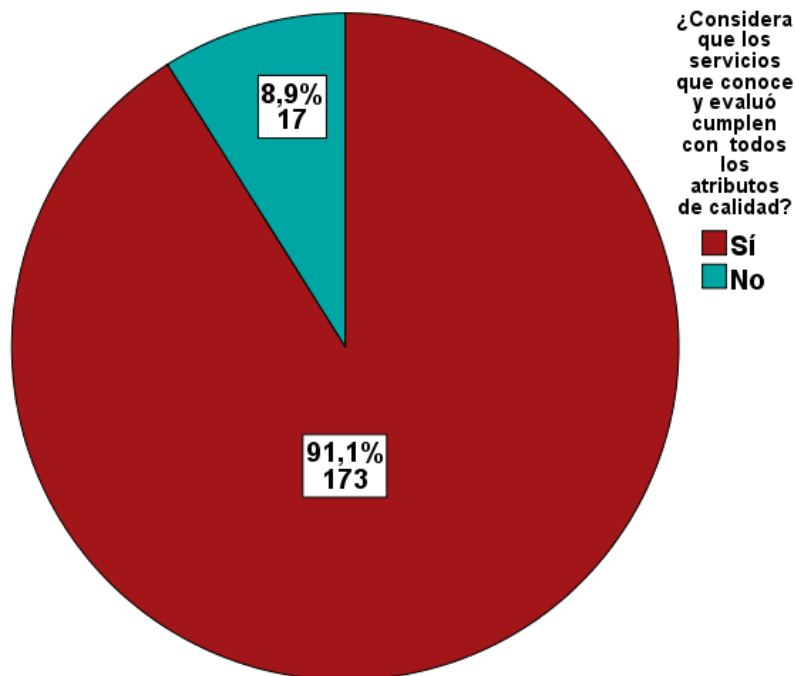
- Descuentos en educación continua e idiomas:



Finalmente, respecto a los descuentos en educación continua e idiomas, el 63,2% (120) de los egresados que indican estar satisfechos o totalmente satisfechos, por el contrario, el 21,6% (41) de los egresados indican no conocerlas.

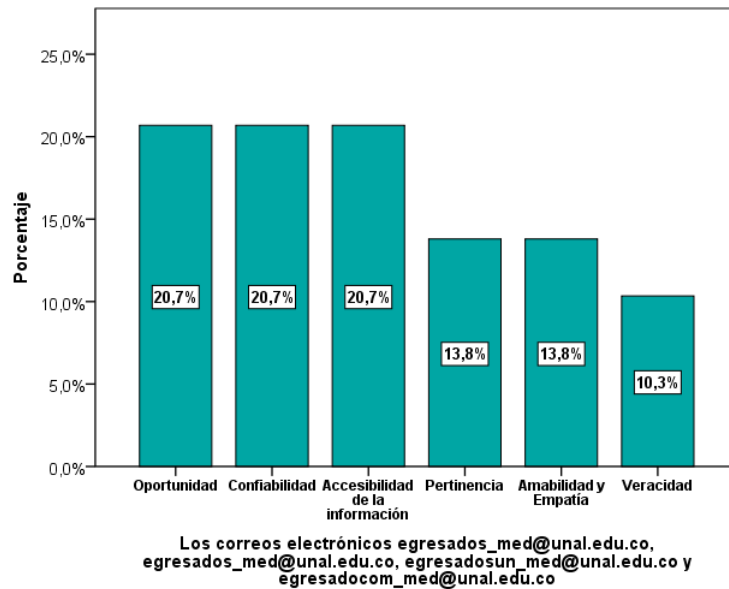
Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Medellín

Los atributos de calidad de los servicios evaluados corresponden a: oportunidad, accesibilidad de la información, confiabilidad, veracidad, amabilidad y empatía y pertinencia. Los resultados fueron los siguientes:



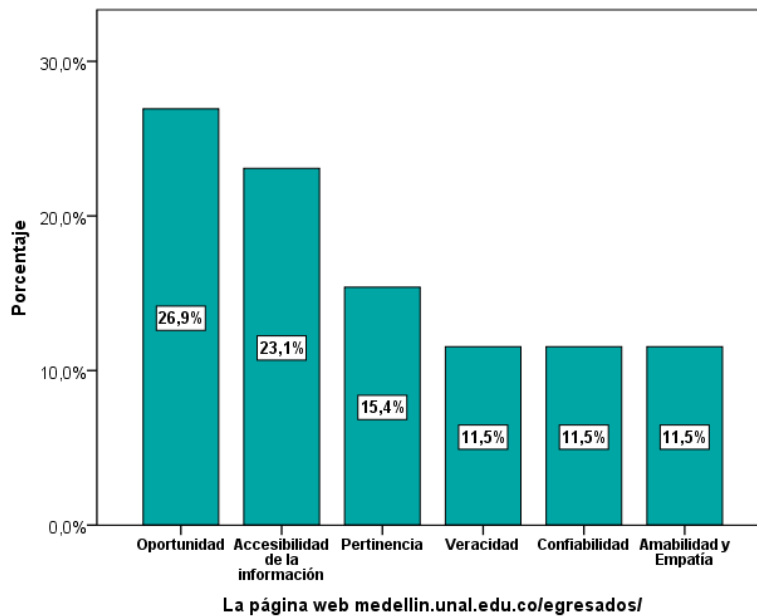
El 91,1 % de los egresados considera que los servicios que conoce y evaluó cumplen con todos los atributos de calidad, para aquellos que no (8,9%) se les pidió indicar cuales atributos deberían mejorar para cada servicio. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

- **Correo electrónico:**



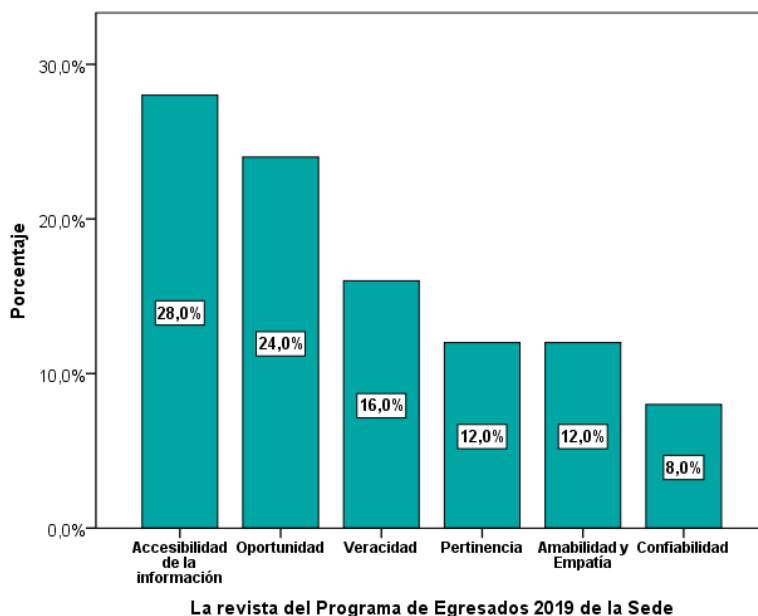
Para el correo electrónico, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, confiabilidad y accesibilidad de la información.

- **Página Web:**



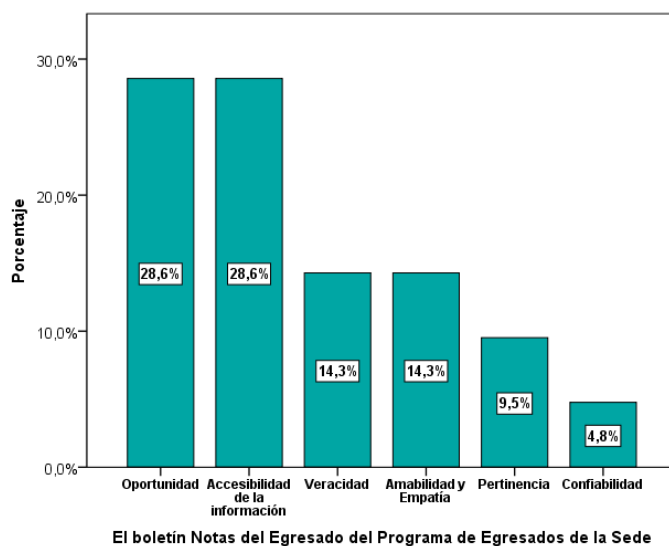
En cuanto a la página web, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y pertinencia

- **Revista:**



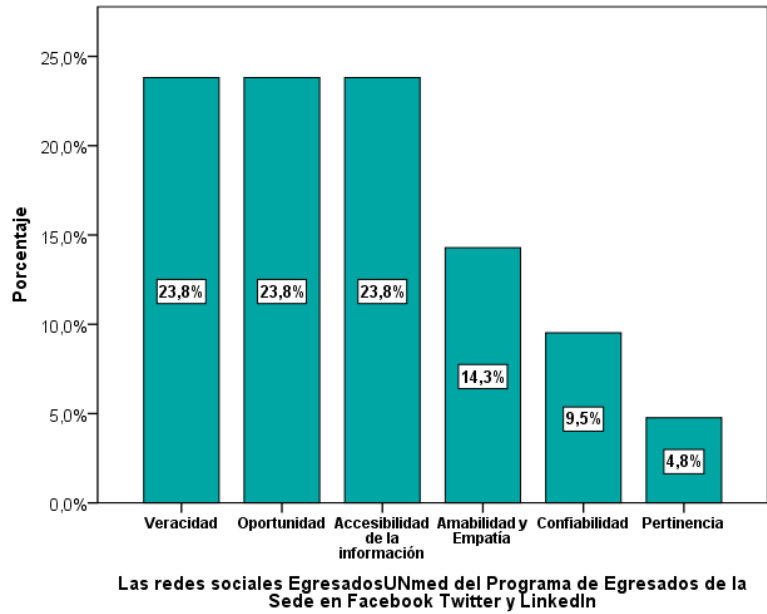
Con relación del servicio de revista, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad y veracidad.

- **Boletín del Programa de Egresados:**



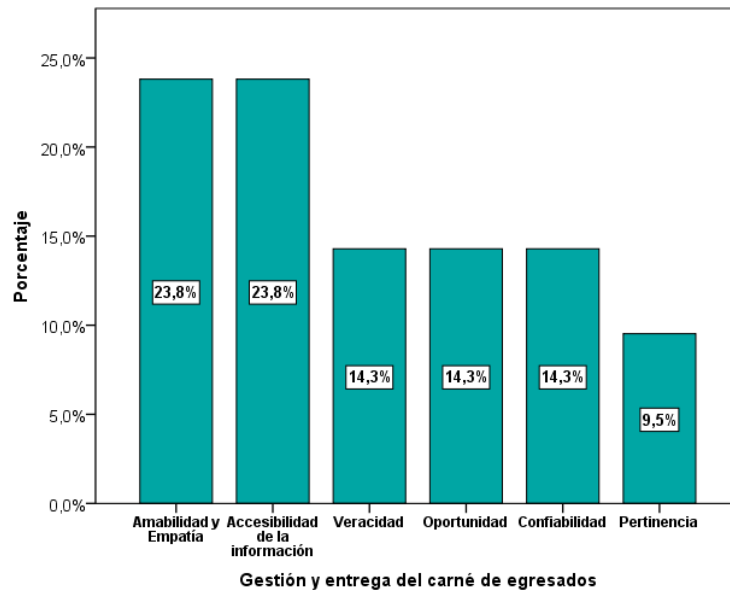
Se observa que, para el servicio de Boletín del Programa de Egresados, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, accesibilidad de la información y veracidad.

- **Redes Sociales de la Sede:**



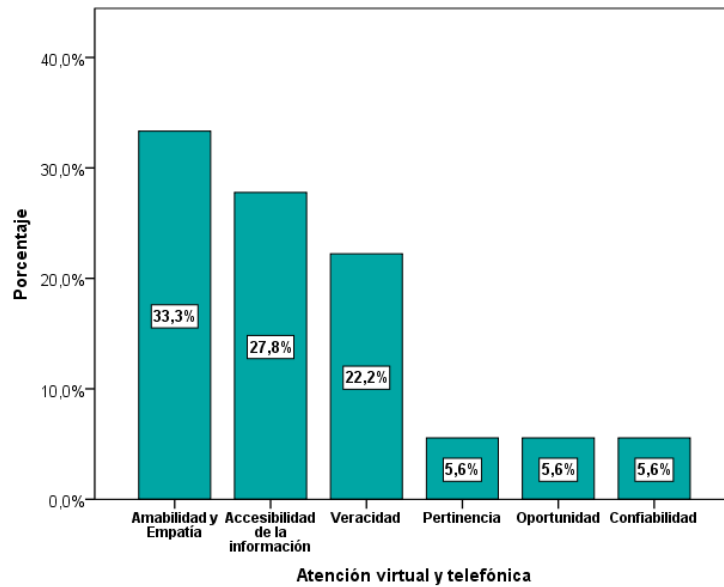
Para el servicio de Redes Sociales de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son veracidad, oportunidad y accesibilidad de la información.

- **Gestión y Entrega del Carné de Egresado:**



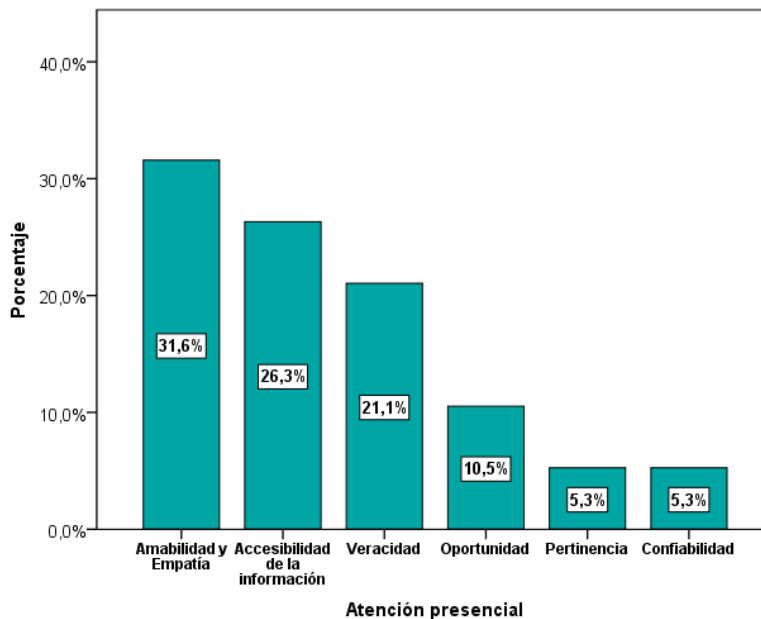
Para el servicio de Gestión y Entrega del Carné de Egresado, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son amabilidad y empatía, accesibilidad de la información y veracidad.

- **Atención virtual y telefónica:**



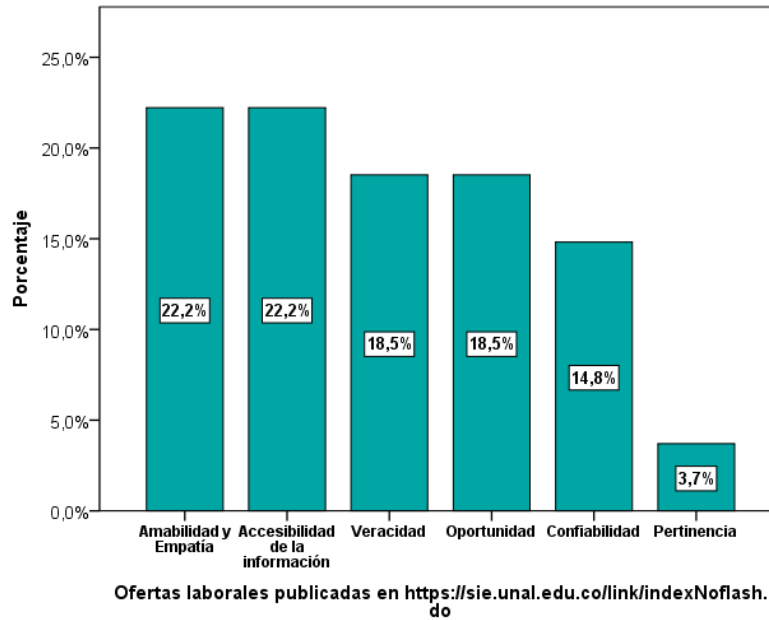
Con respecto al servicio de Atención virtual y telefónica, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son amabilidad y empatía, confiabilidad y accesibilidad de la información y veracidad.

- **Atención Presencial:**



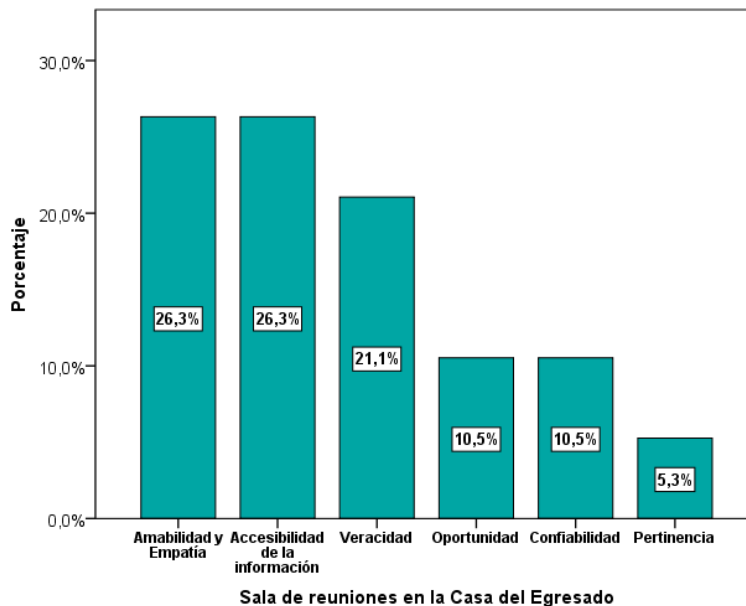
Analizando las respuestas para el servicio de atención presencial, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son amabilidad y empatía, accesibilidad de la información y veracidad.

- **Ofertas Laborales:**



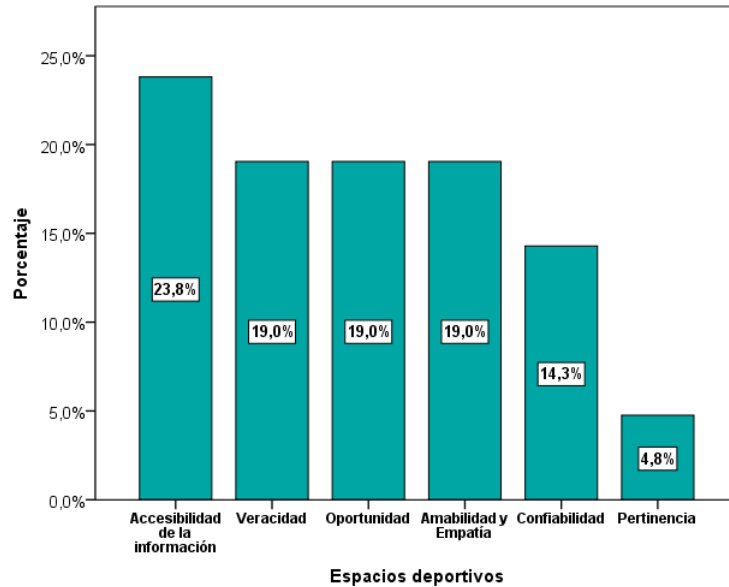
En cuanto al servicio de ofertas laborales, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son amabilidad y empatía, accesibilidad de la información y veracidad.

- **Sala de reuniones en la Casa del Egresado:**



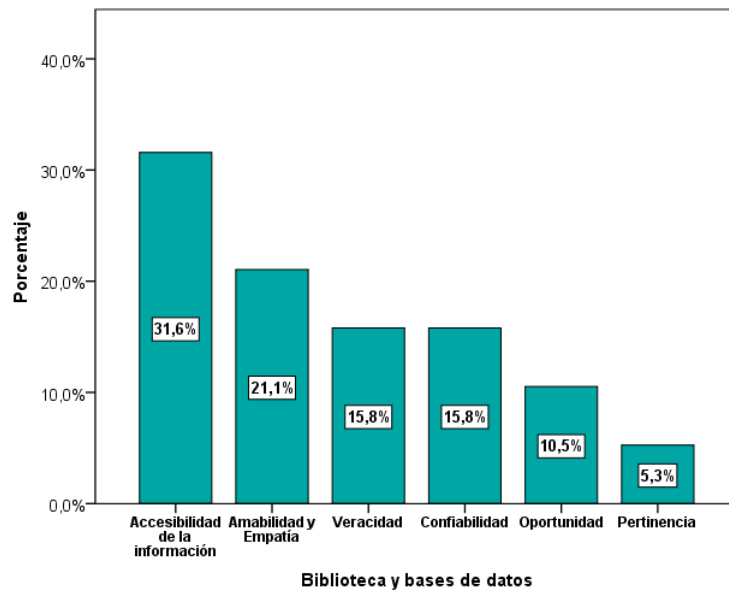
Para el servicio de Sala de reuniones en la Casa del Egresado, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son amabilidad y empatía, accesibilidad de la información y veracidad.

- **Espacios deportivos:**



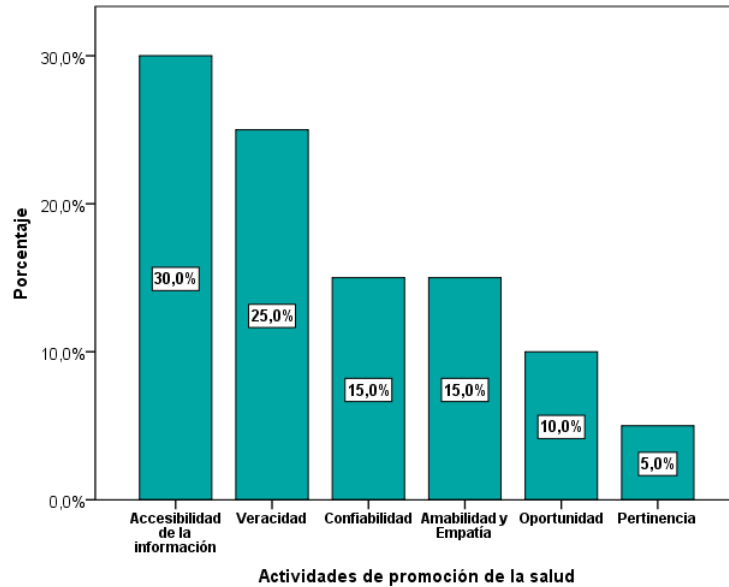
Respecto al servicio de espacios deportivos, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, veracidad y oportunidad.

- **Bibliotecas y Bases de Datos:**



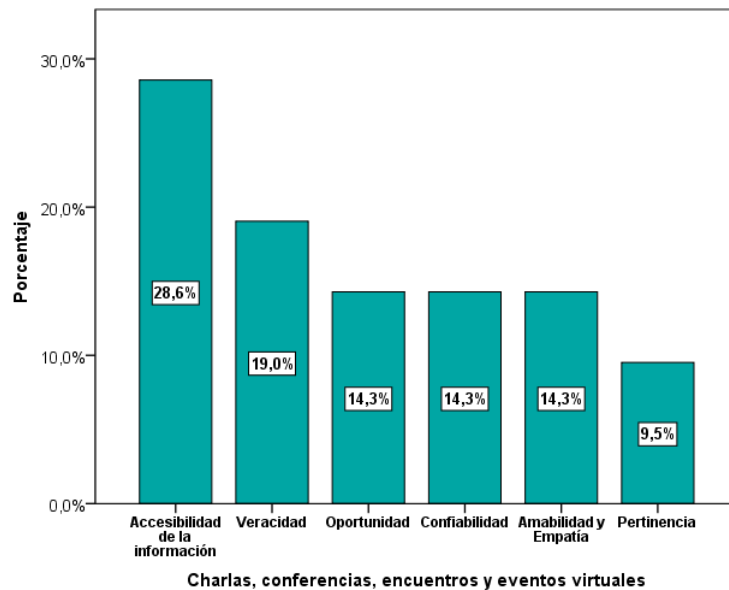
Analizando las respuestas relacionadas con el servicio de Bibliotecas y Bases de Datos, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, amabilidad y empatía y veracidad.

- **Actividades de promoción de la salud:**



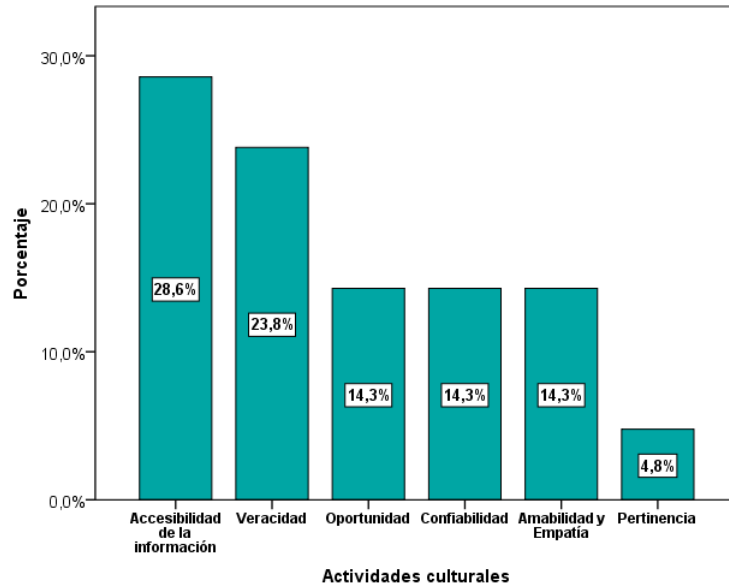
Se observa que, para el servicio de Actividades de promoción de la salud, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, veracidad y confiabilidad.

- **Charlas, conferencias, encuentros, recorridos:**



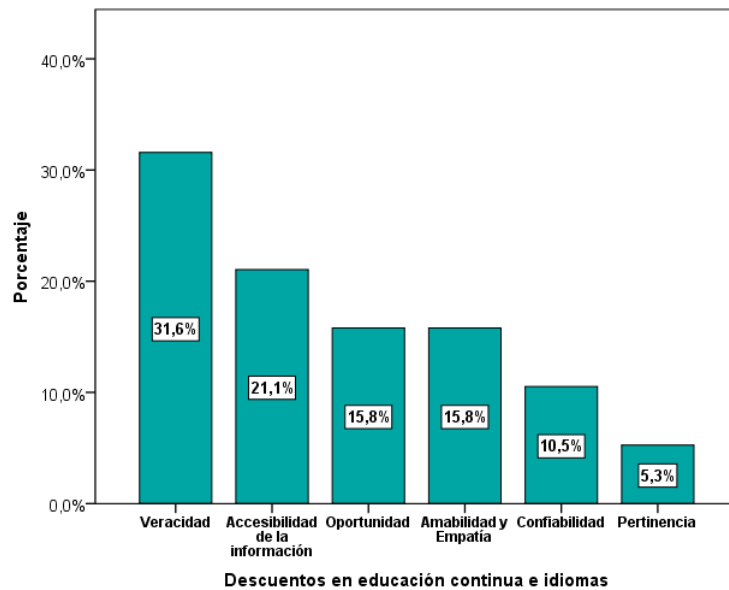
En cuanto al servicio de Charlas, conferencias, encuentros, recorridos, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, veracidad y oportuna

- **Actividades culturales:**



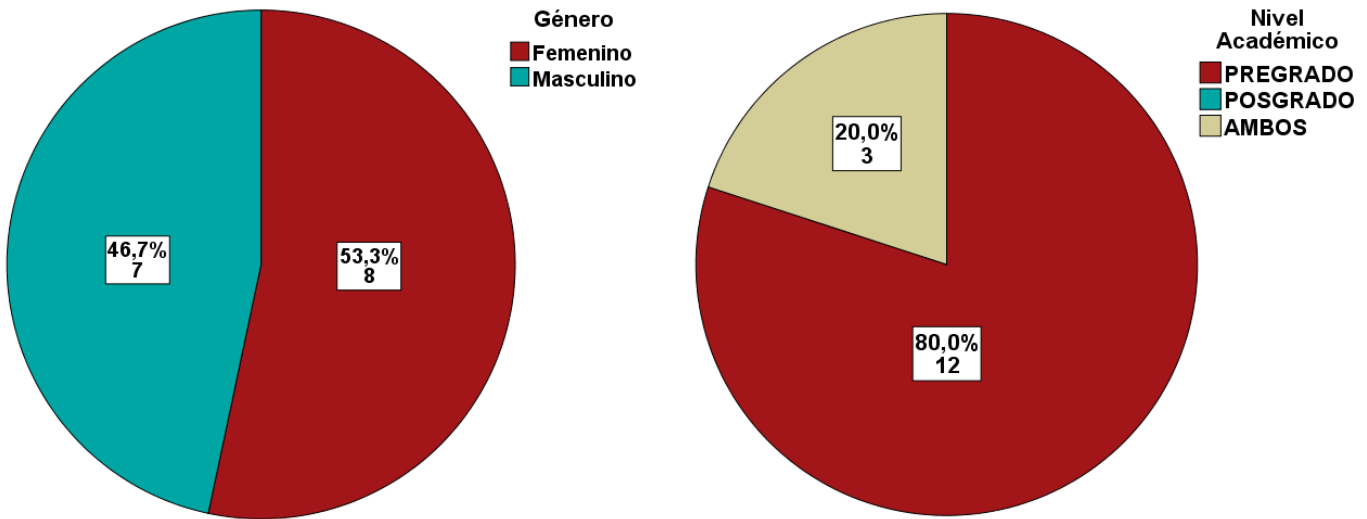
Se observa que, para el servicio de actividades culturales, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, veracidad y oportunidad.

- **Descuentos en educación continua e idiomas:**



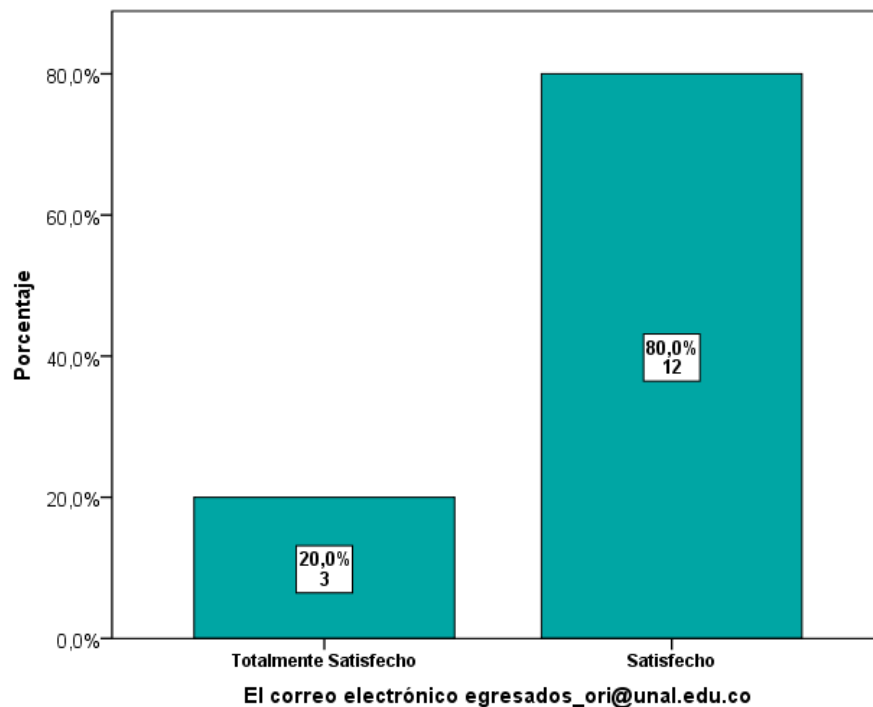
Se observa que, para el servicio de descuentos en educación continua e idiomas, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son veracidad, accesibilidad de la información y oportunidad.

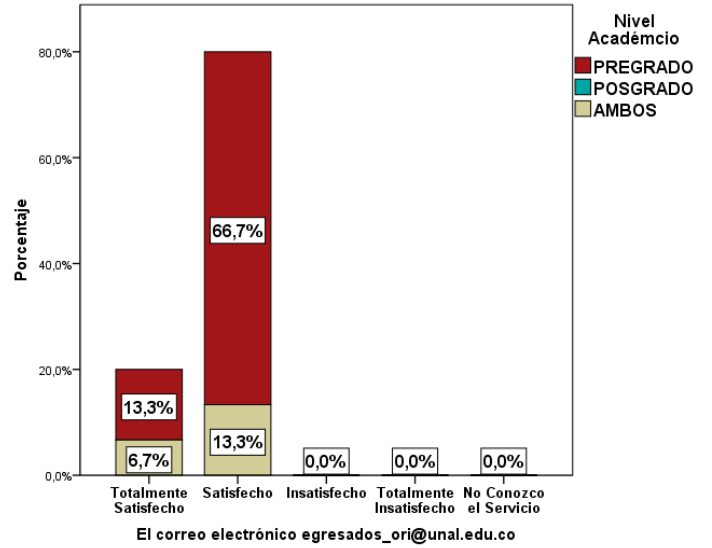
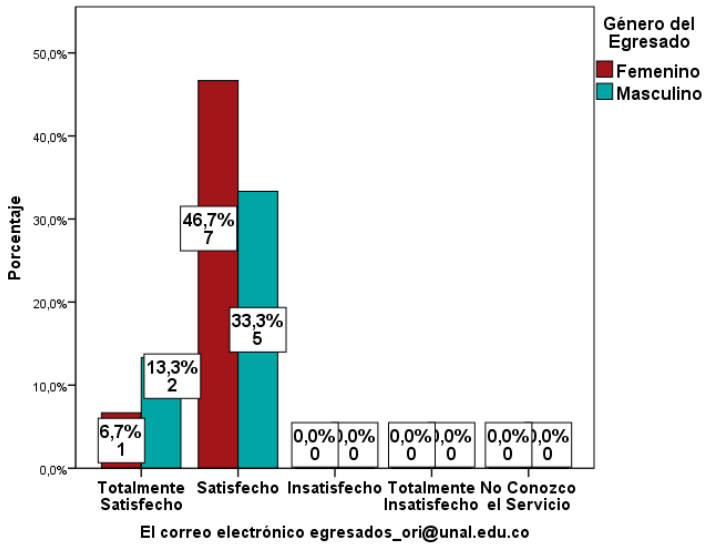
Niveles de Satisfacción, Sede Orinoquía



De la sede Orinoquía participaron 15 egresados en la encuesta de satisfacción, de los cuales el 46,7% (7) son hombres y 53,3% (8) son mujeres, el 80% (12) de los mismos tienen título solo de pregrado y el 20 (3) tienen título tanto de pregrado como de posgrado.

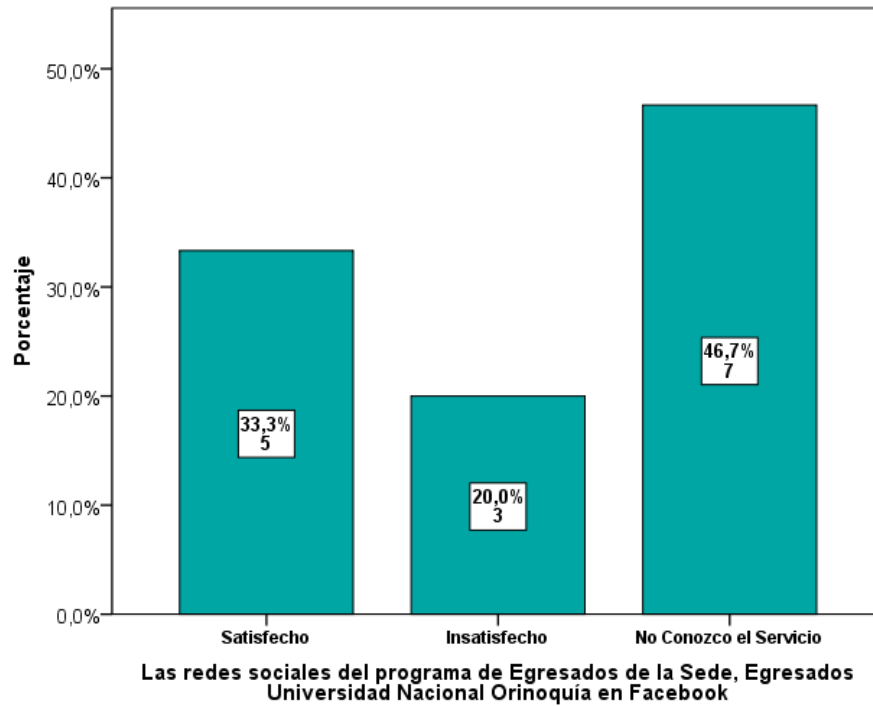
- **Correo Electrónico:**

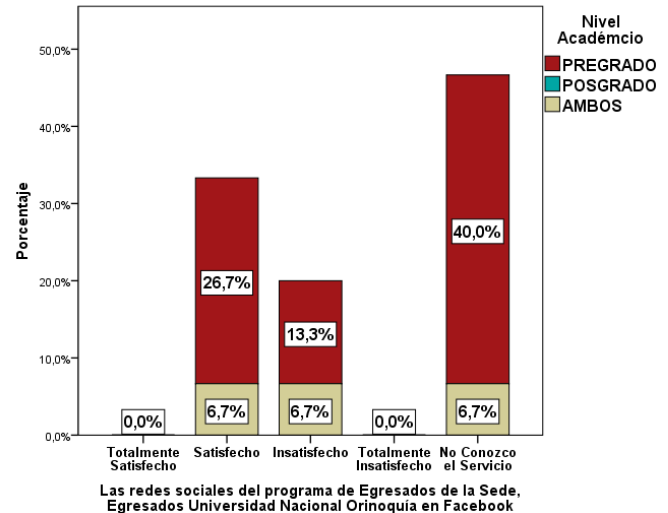
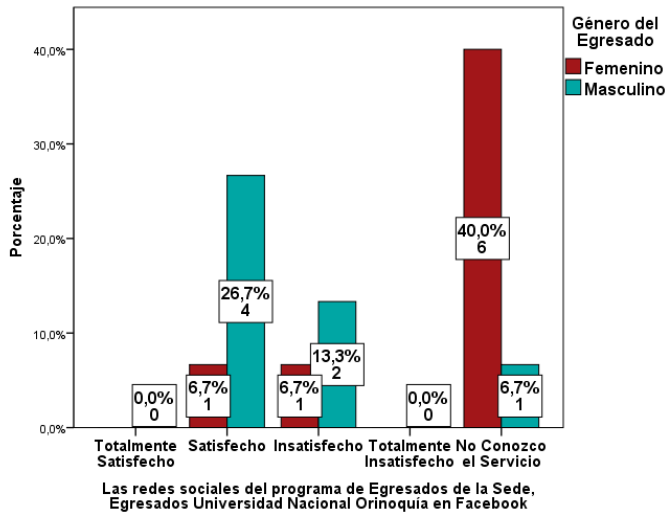




El 20 % (3) de los egresados indican estar totalmente satisfechos con el servicio y el 80% (12) indican estar satisfechos con la difusión de información a través del correo electrónico egresados_ori@unal.edu.co, siendo las mujeres las más satisfechas con el servicio.

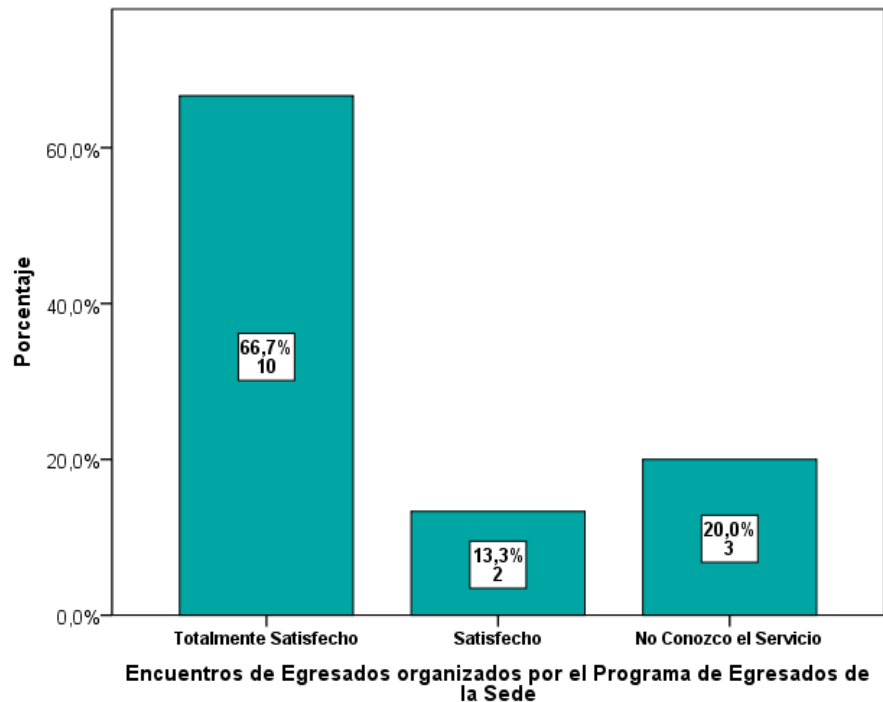
- **Redes sociales de la Sede:**

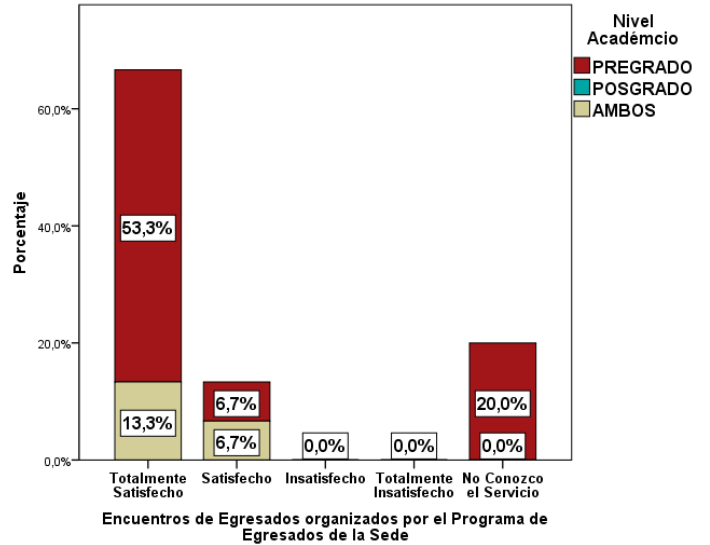
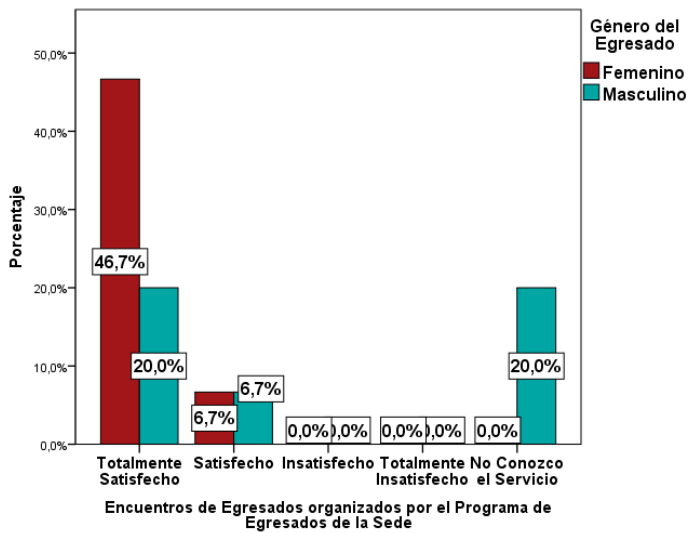




El 46,7% (7) de los egresados indican desconocer el servicio, siendo los hombres los que más lo desconocen, mientras que el 33,3 (5) egresados indican estar satisfechos y 20% (3) indican estar insatisfechos.

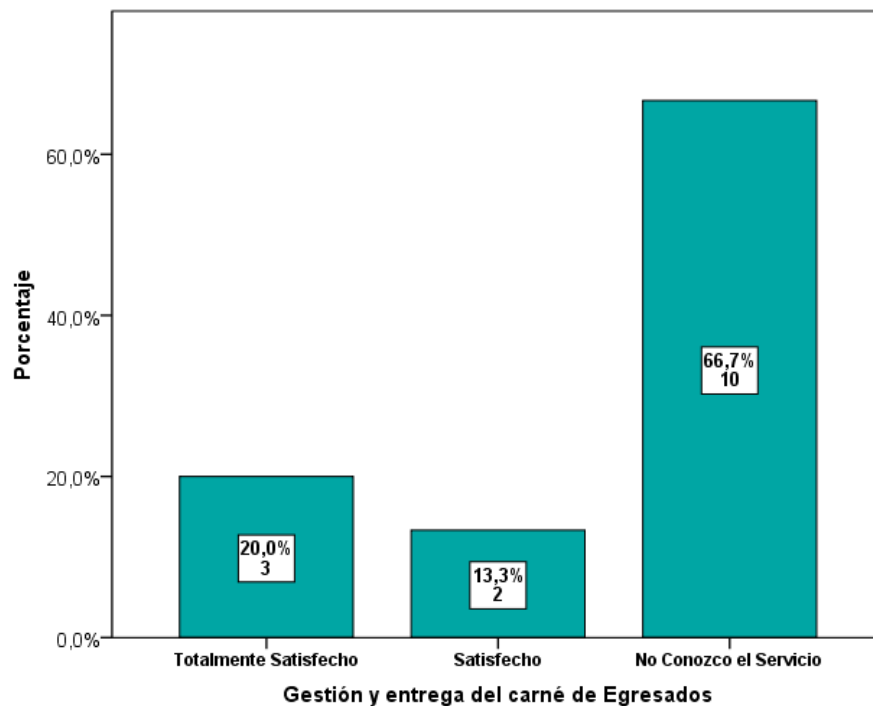
- **Encuentro de egresados:**

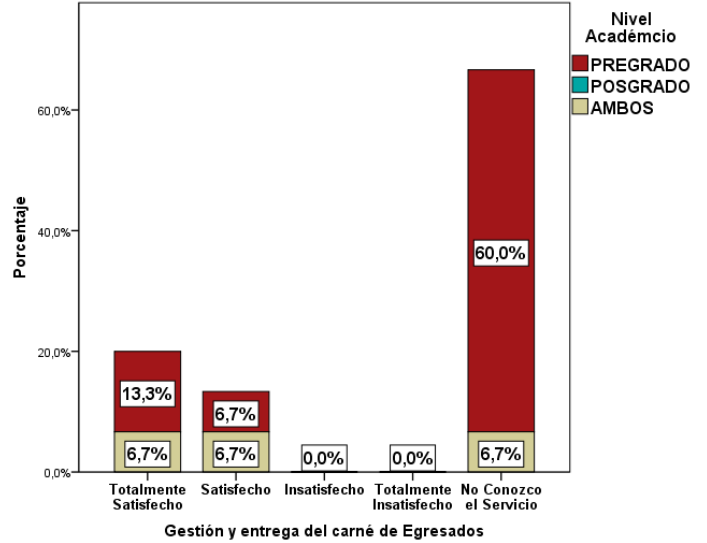
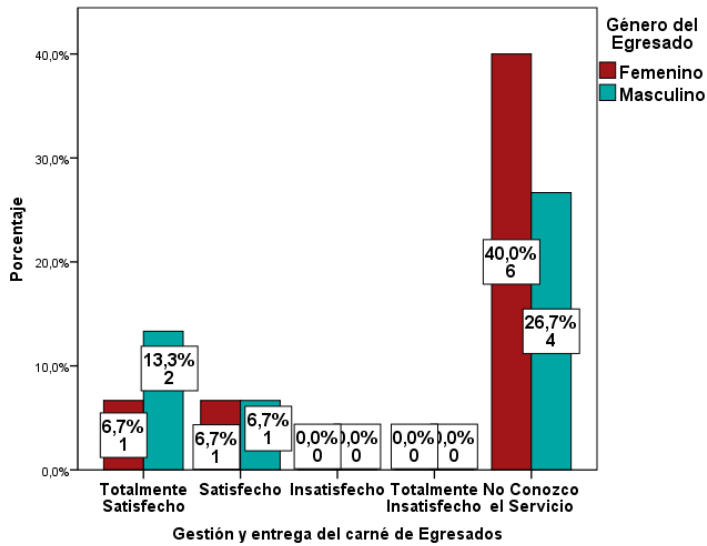




Con respecto a los encuentros de egresados organizados por la sede, se observa que el 66,7% (10) de los egresados que contestaron indican estar totalmente satisfechos, 20% (3) desconocen el servicio y 13,3 % (2) indican estar satisfechos con los encuentros, siendo las mujeres las más satisfechas.

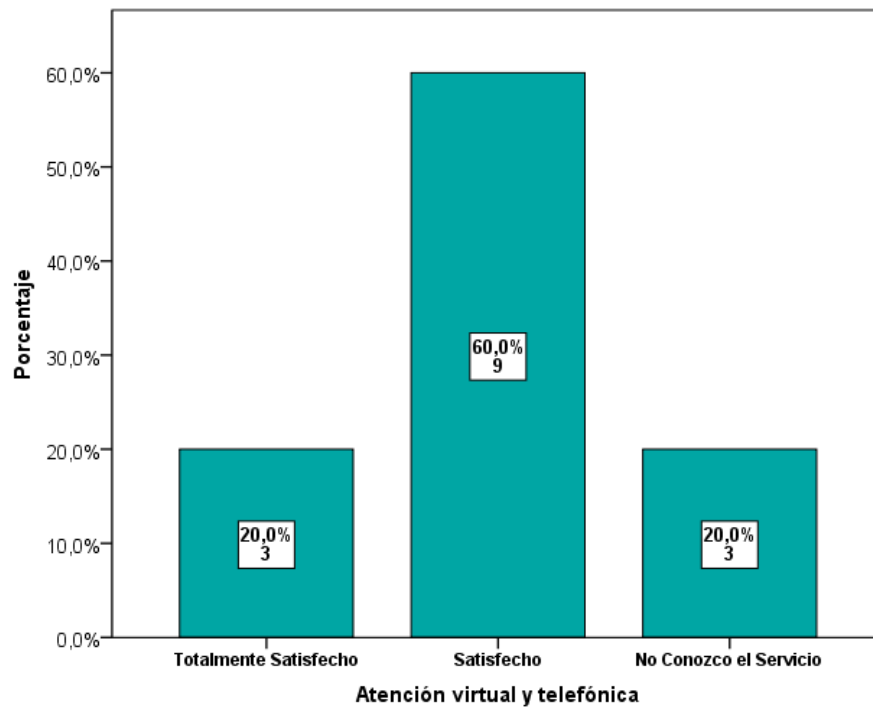
- **Gestión y entrega del carné:**

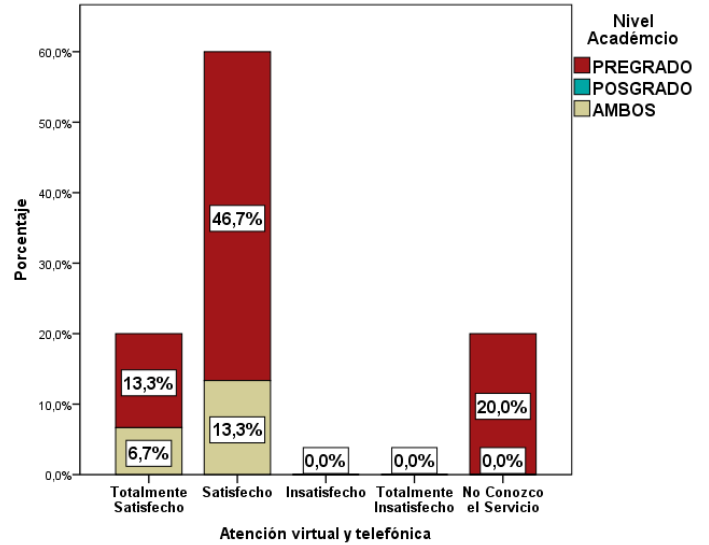
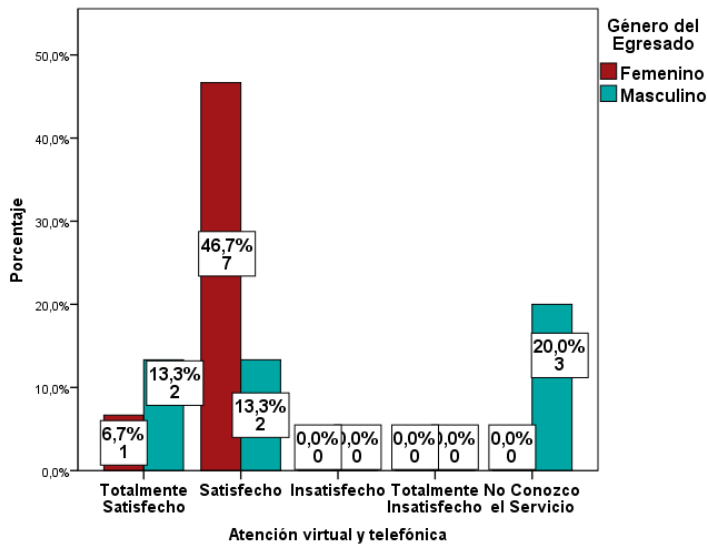




El 66,7% (10) de los egresados mencionan desconocer el servicio, 33,3% (5) está totalmente satisfechos o satisfechos con la gestión y entrega del carné, de éstos, la mayor participación corresponde a hombres egresados.

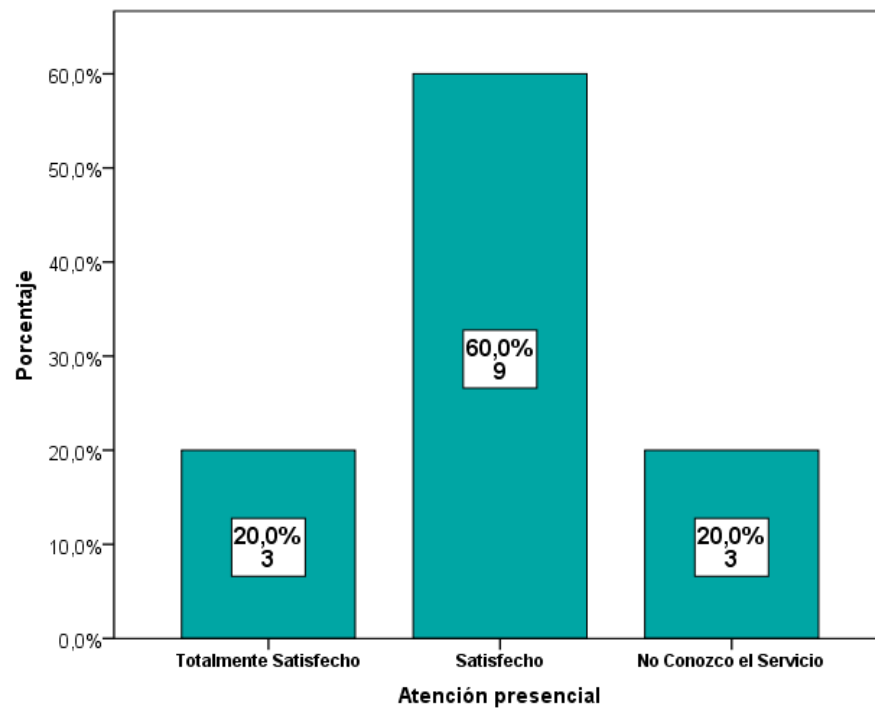
- **Atención virtual y telefónica:**

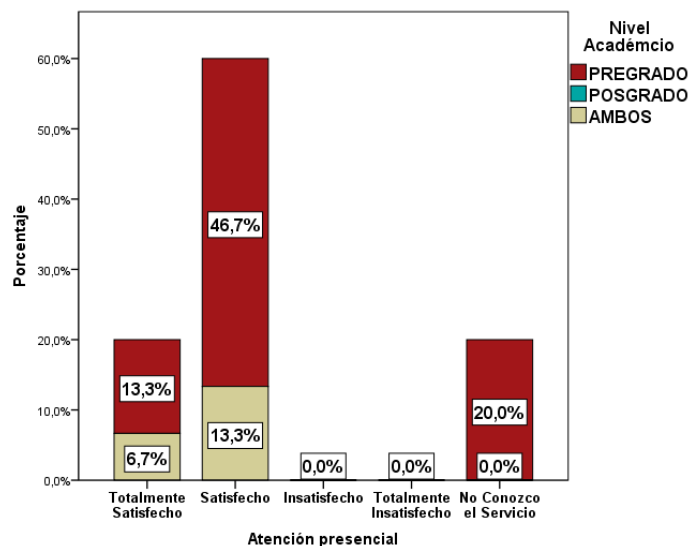
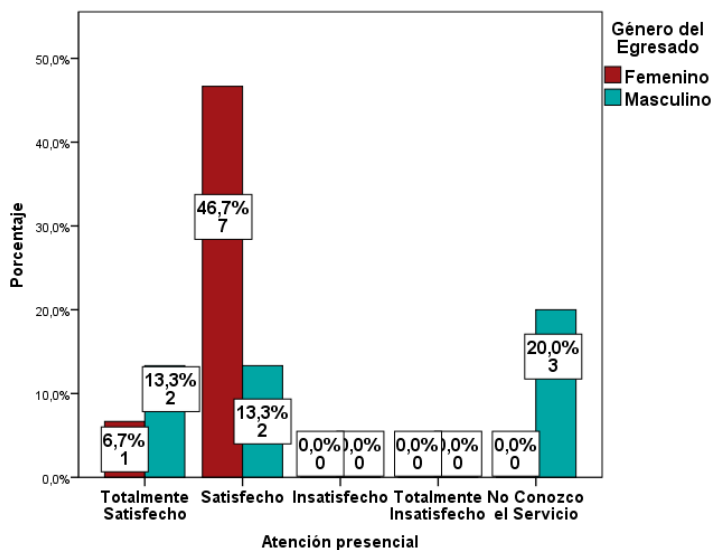




El 80% (12) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio de atención virtual y telefónica, en contra posición el 20% (3) indican no conocer el servicio.

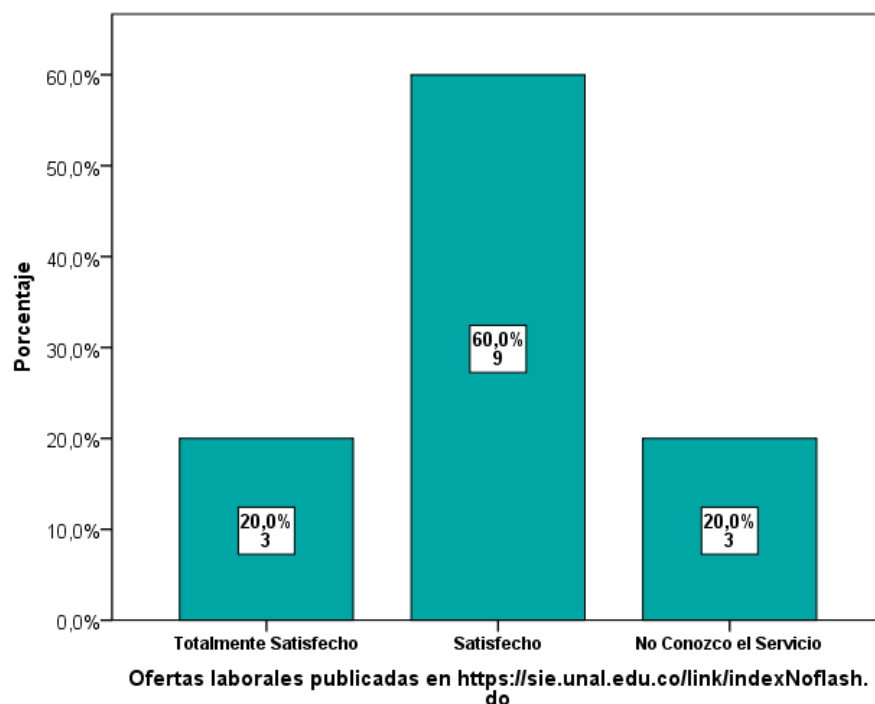
- **Atención Presencial:**

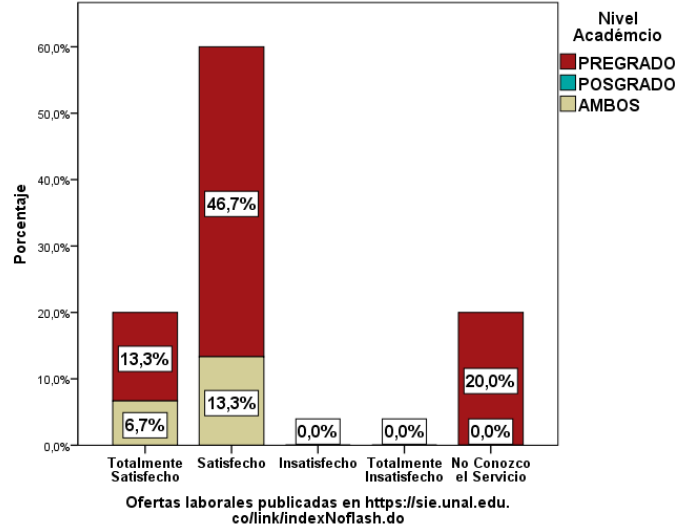
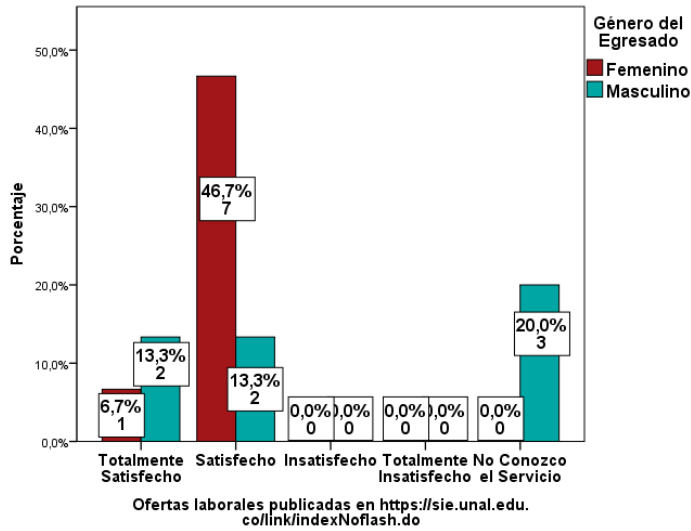




El 80% (12) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio de atención virtual y telefónica, en contra posición el 20% (3) indican no conocer el servicio.

- **Ofertas Laborales:**

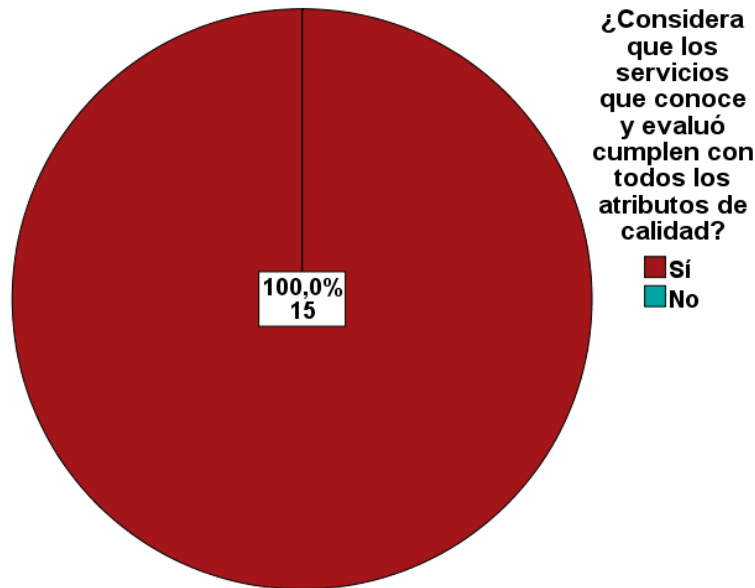




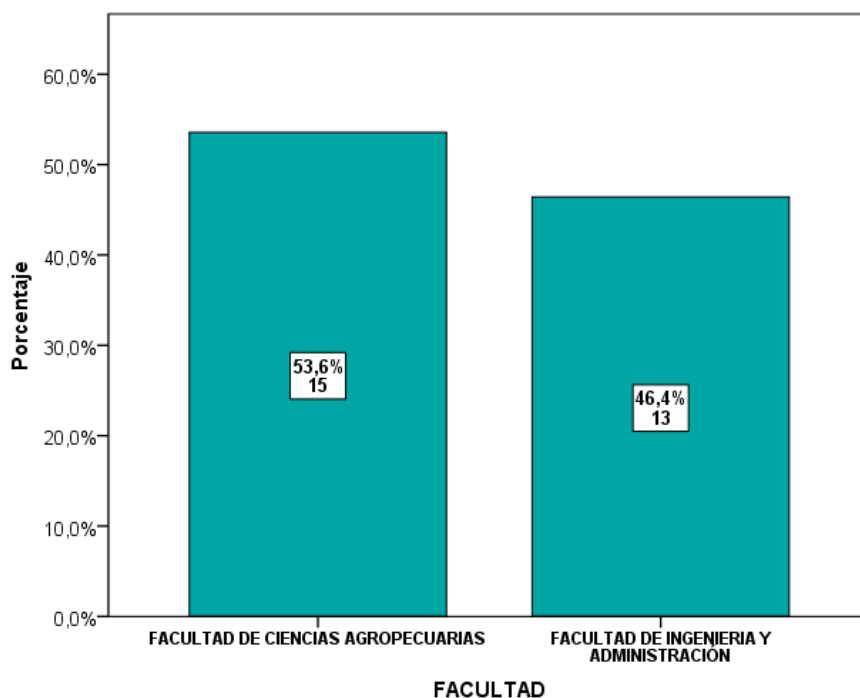
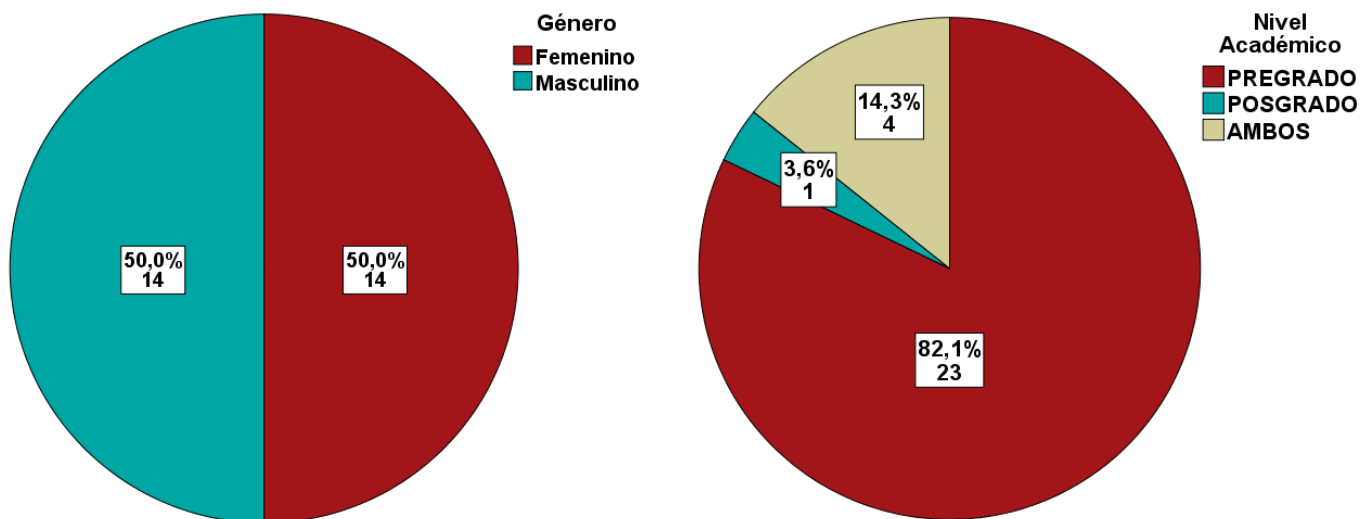
El 80% (12) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio de atención virtual y telefónica, en contra posición el 20% (3) indican no conocer el servicio.

Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Orinoquía:

El 100 % de los egresados considera que los servicios que conoce y evaluó cumplen con todos los atributos de calidad. Los atributos de calidad de los servicios evaluados corresponden a: oportunidad, accesibilidad de la información, confiabilidad, veracidad, amabilidad y empatía y pertinencia.



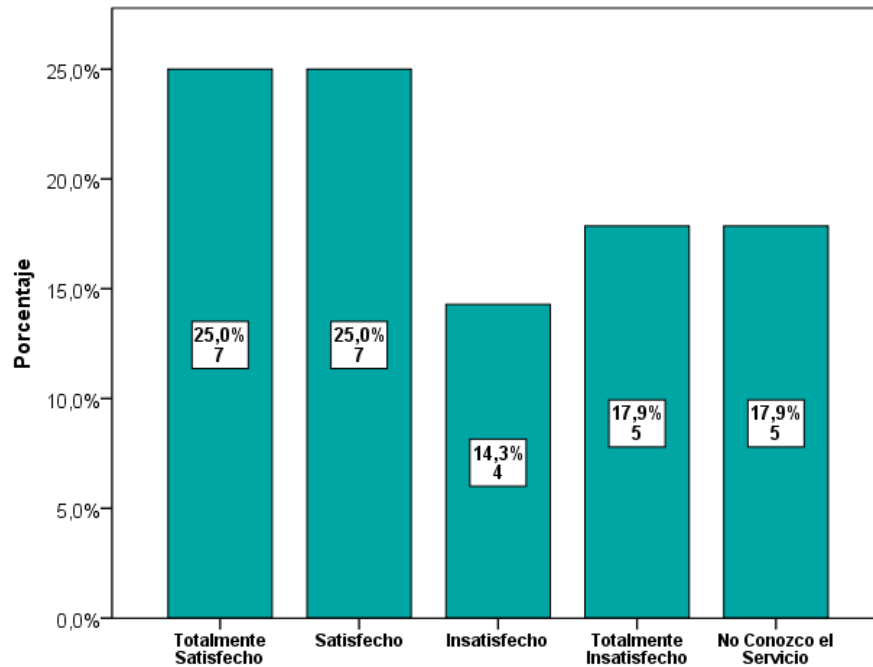
Niveles de Satisfacción, Sede Palmira



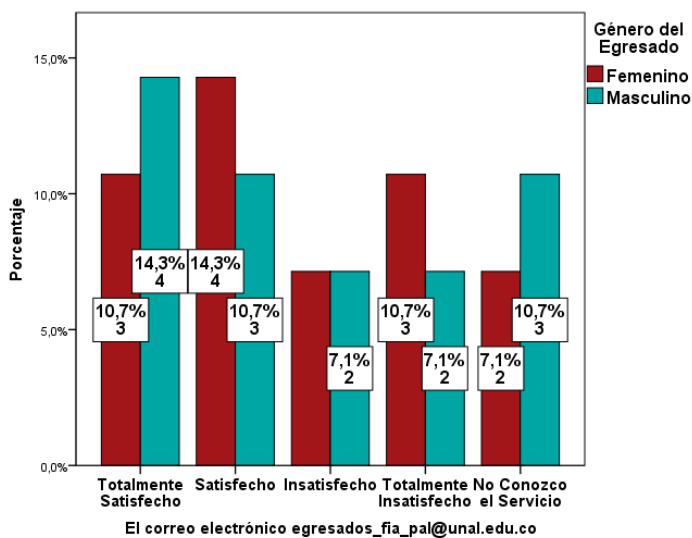
De la Sede Palmira participaron 28 egresados en la encuesta de satisfacción, de los cuales el 50 % (14) son hombres y 50% (14) son mujeres, el 82,1% (23) de los mismos tienen título solo de pregrado, el 3,6 % (1) solo de posgrado y el 14,3 % (4) tienen título tanto de pregrado como de posgrado.

En cuanto a la participación por facultad se observa que la facultad de ciencias agropecuarias conto con una participación del 53,6% (15) y la facultad de Ingeniería y administración una participación del 46,4 % (13).

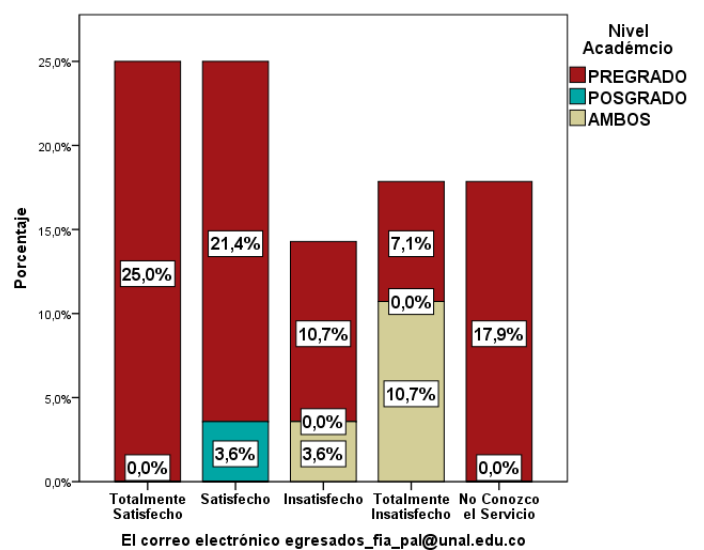
- **Correo Electrónico:**



El correo electrónico egresados_fia_pal@unal.edu.co



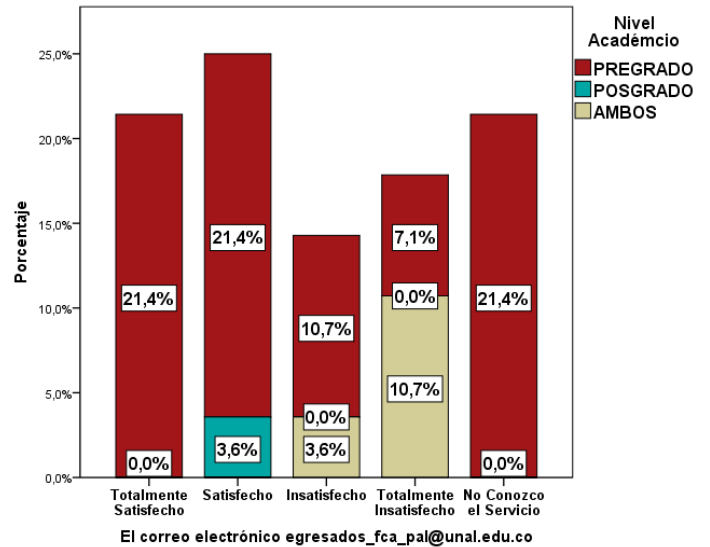
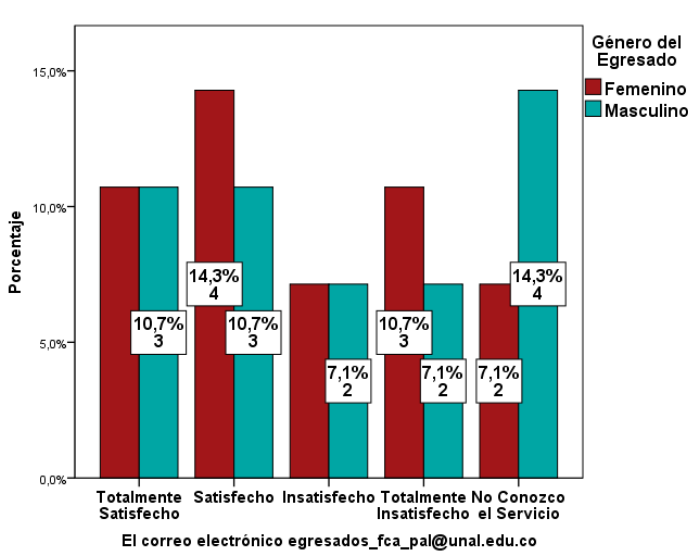
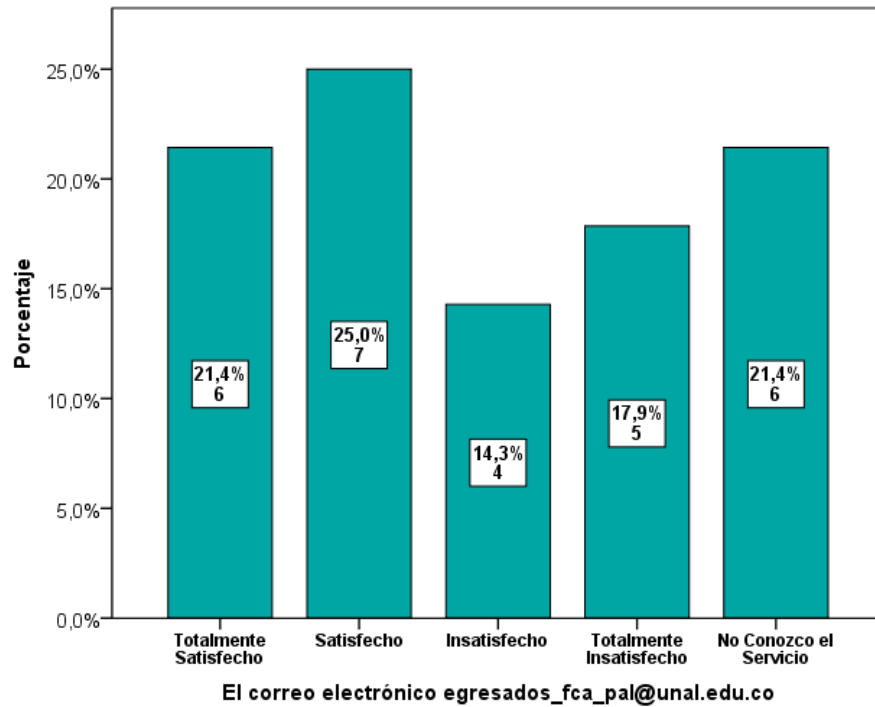
El correo electrónico egresados_fia_pal@unal.edu.co



El correo electrónico egresados_fia_pal@unal.edu.co

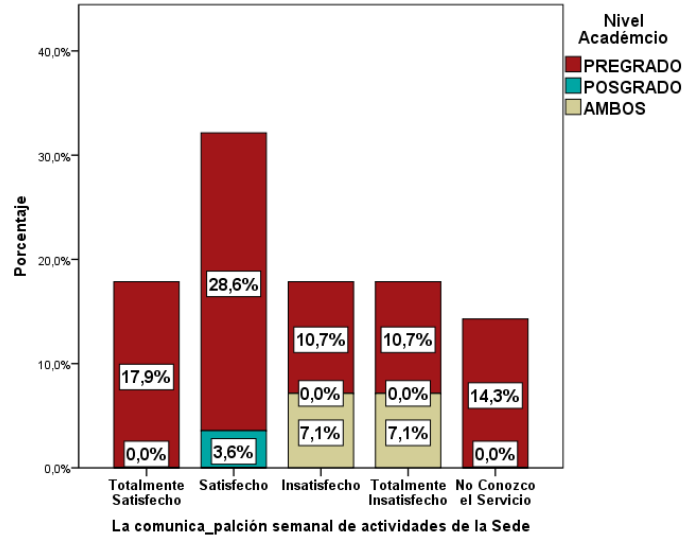
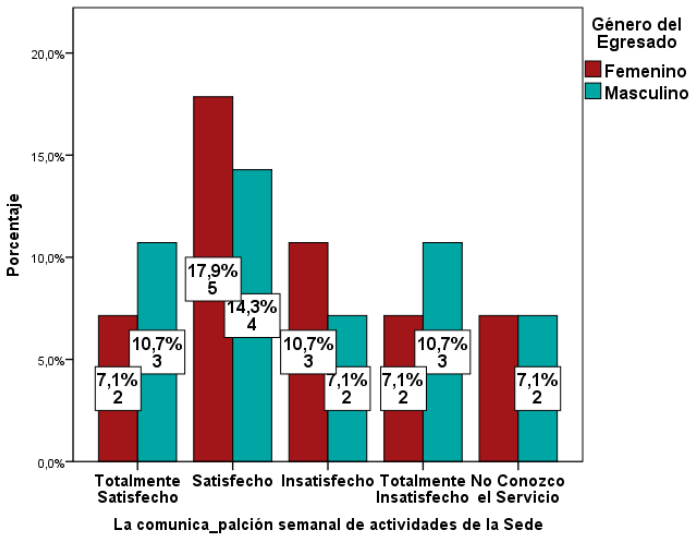
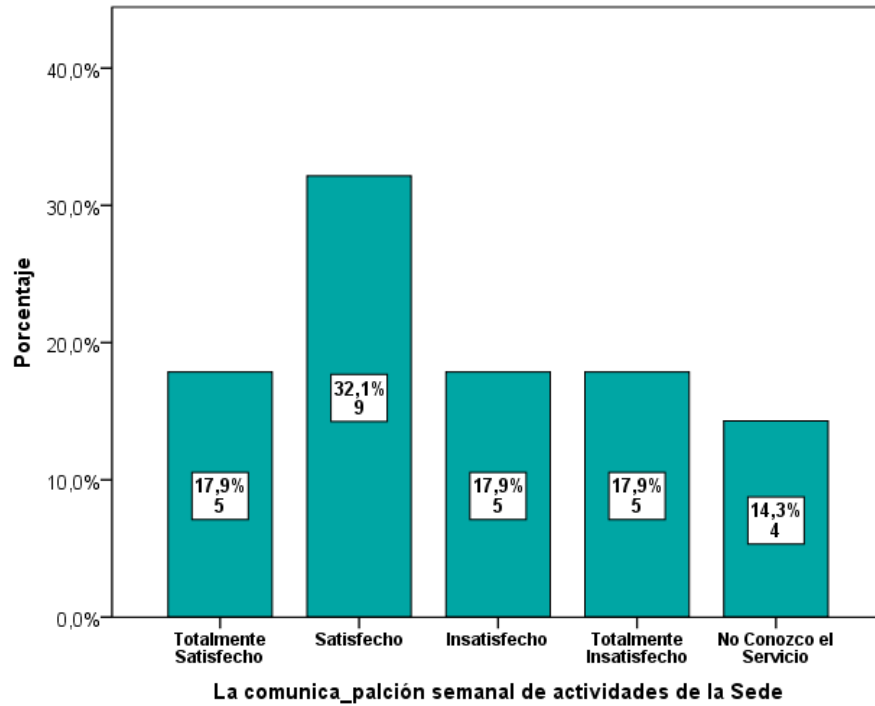
El 50 % (14) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio de difusión de información a través del correo electrónico

egresados_fia_pal@unal.edu.co, mientras que el 17,9% (5) indican no conocer el servicio.



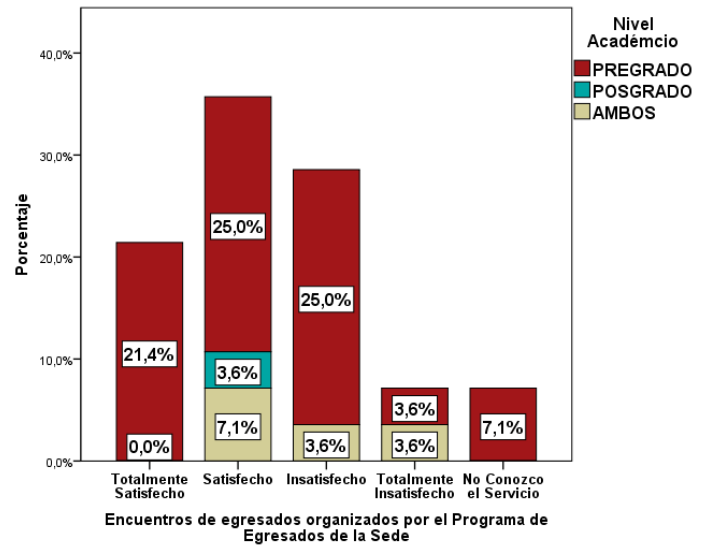
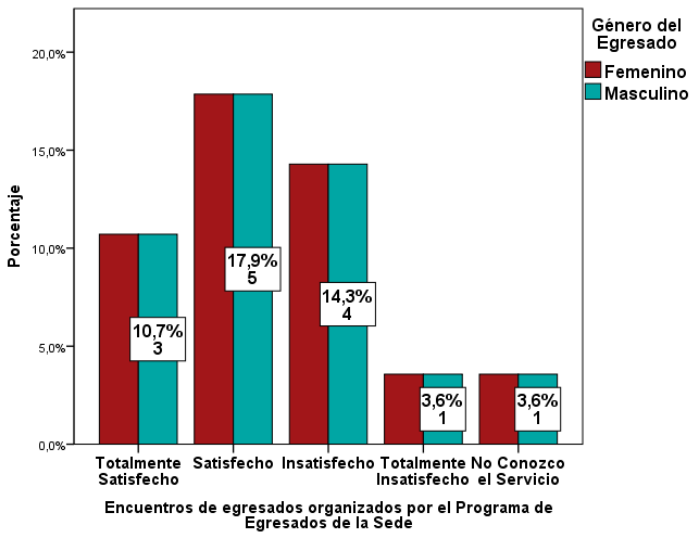
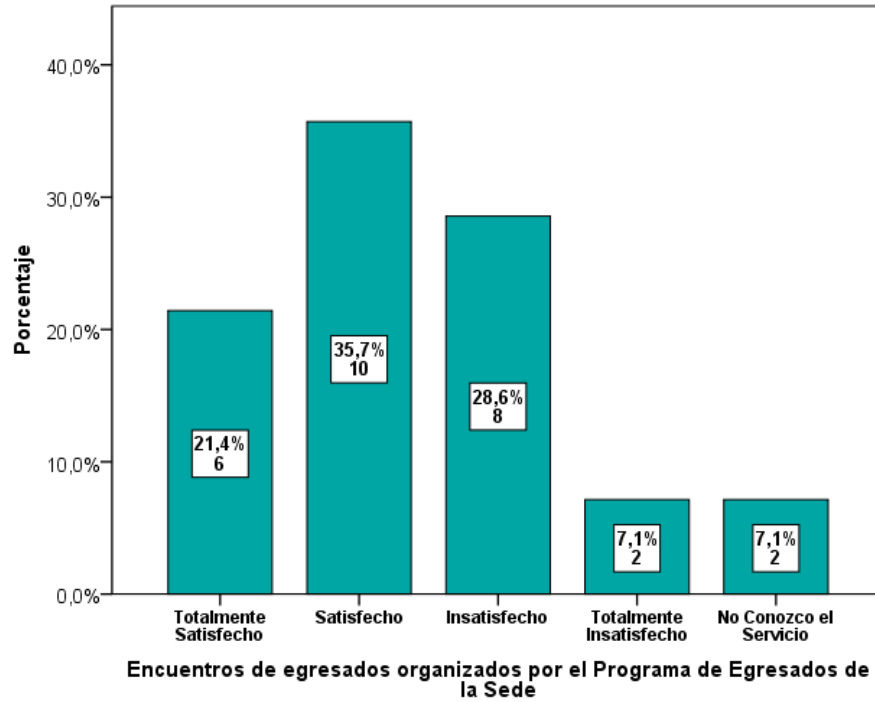
El 46,4 % (13) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio de difusión de información a través del correo electrónico egresados_fca_pal@unal.edu.co, mientras que el 21,4% (6) indican no conocer el servicio.

- **Comunicación semanal de actividades de la Sede:**



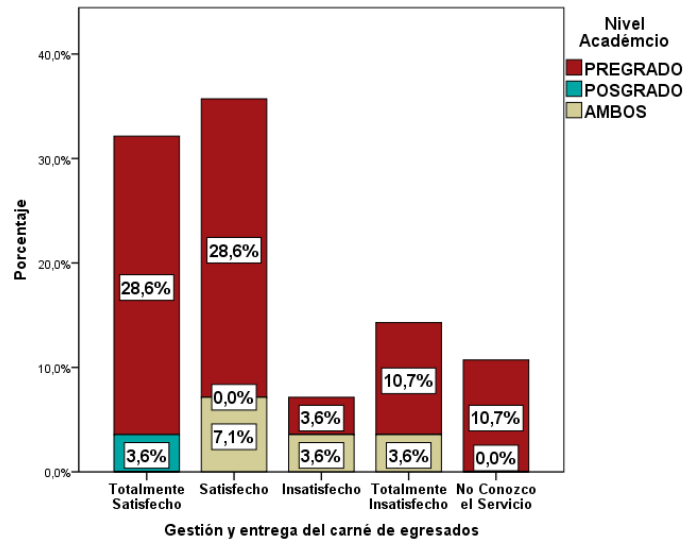
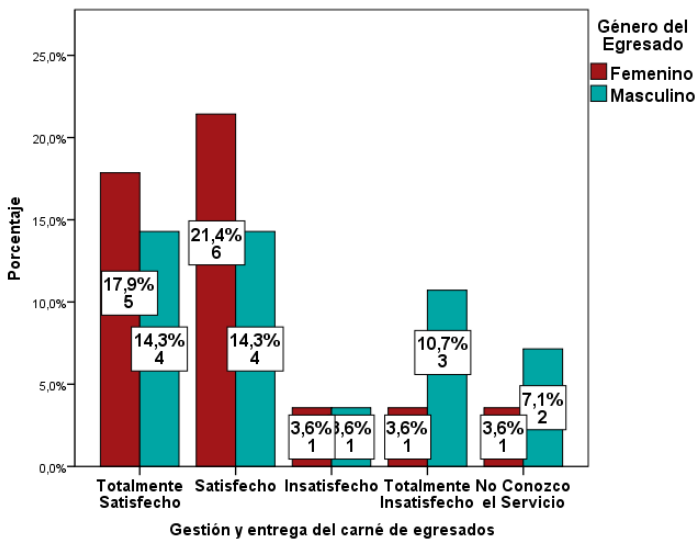
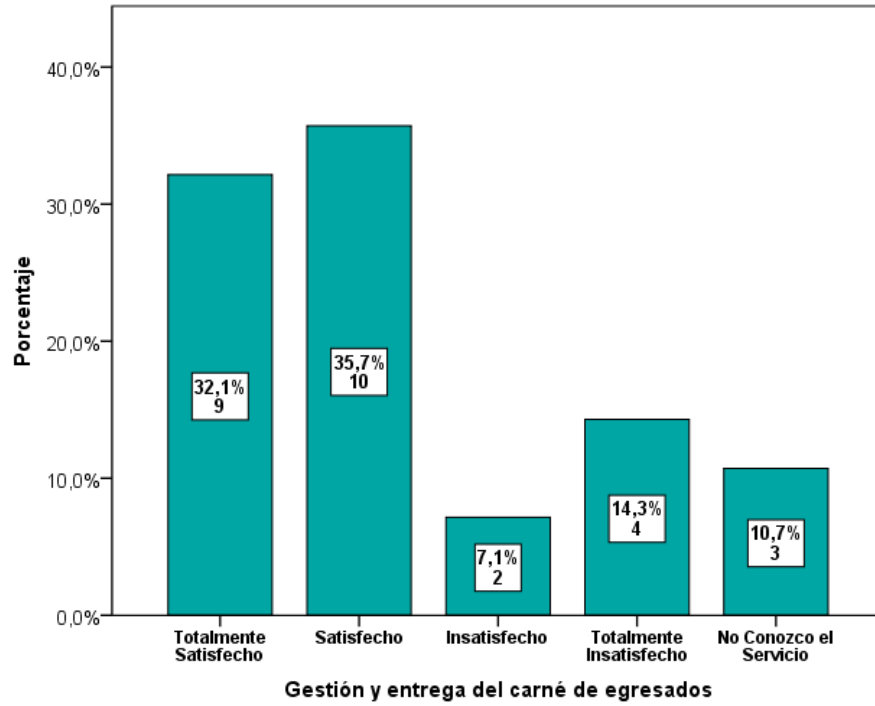
El 50% (14) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio, mientras que el 14,3% (4) egresados indican no conocer el servicio.

- Encuentro de egresados:



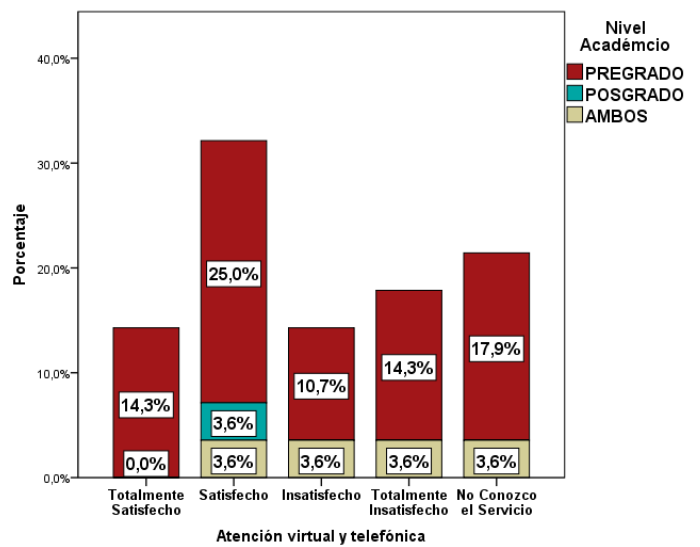
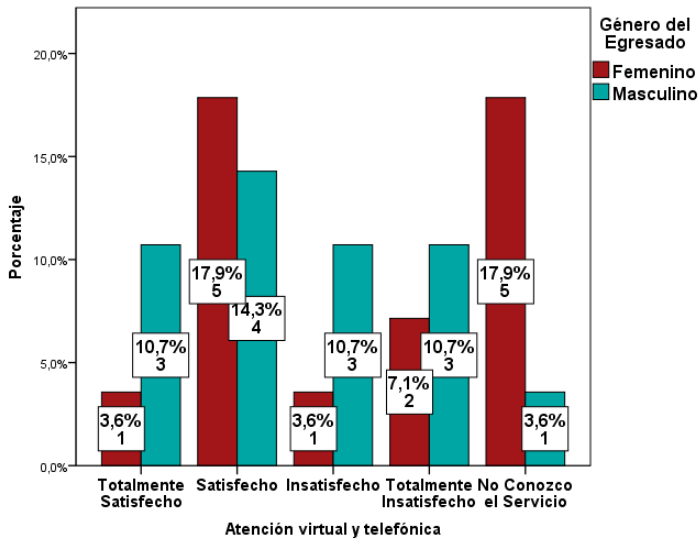
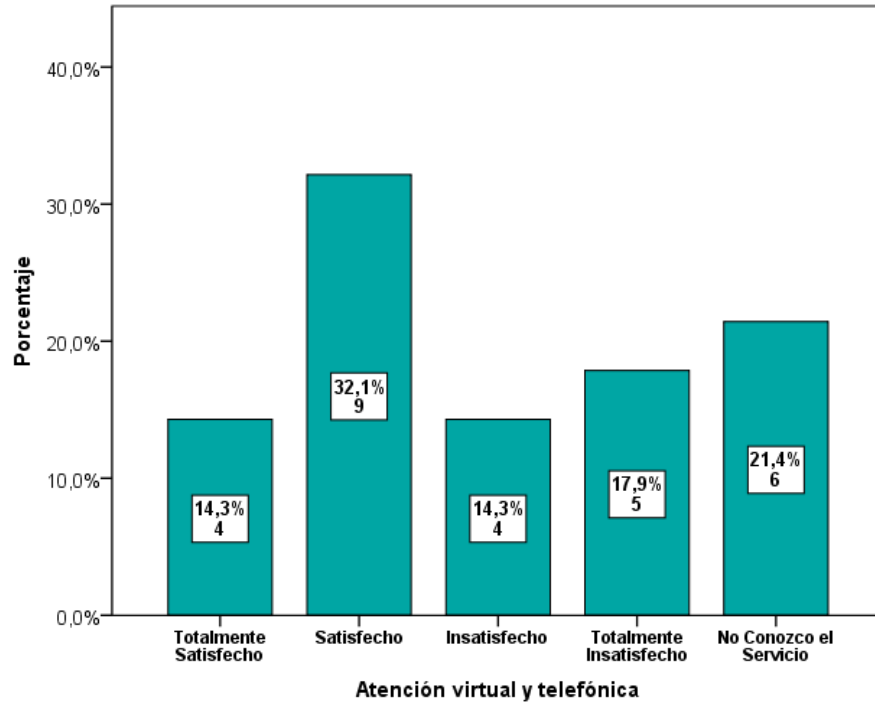
Con respecto a los encuentros de egresados organizados por la sede, se observa que el 57,1% (10) de los egresados que contestaron indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con los encuentros.

- **Gestión y entrega del carné:**



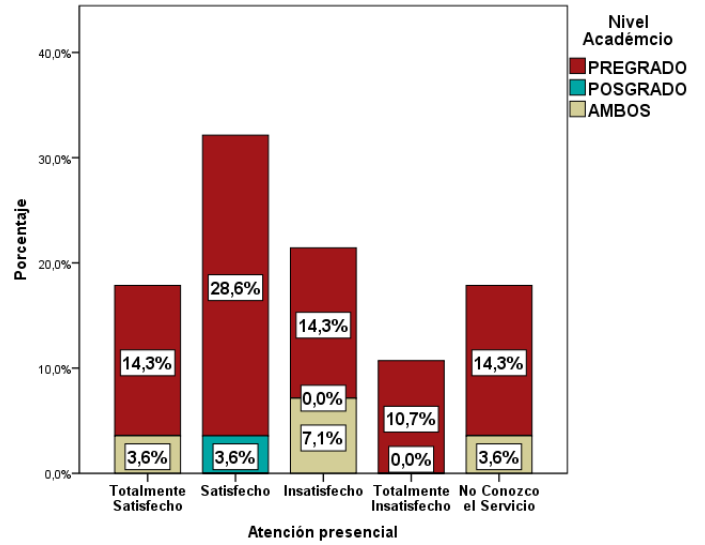
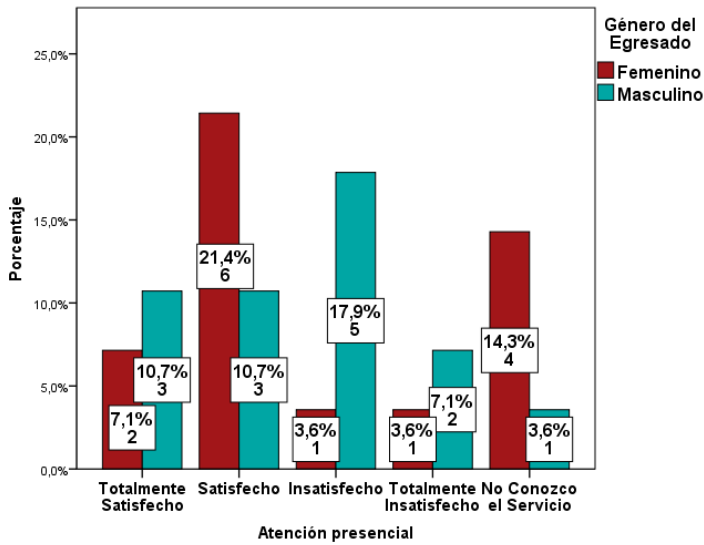
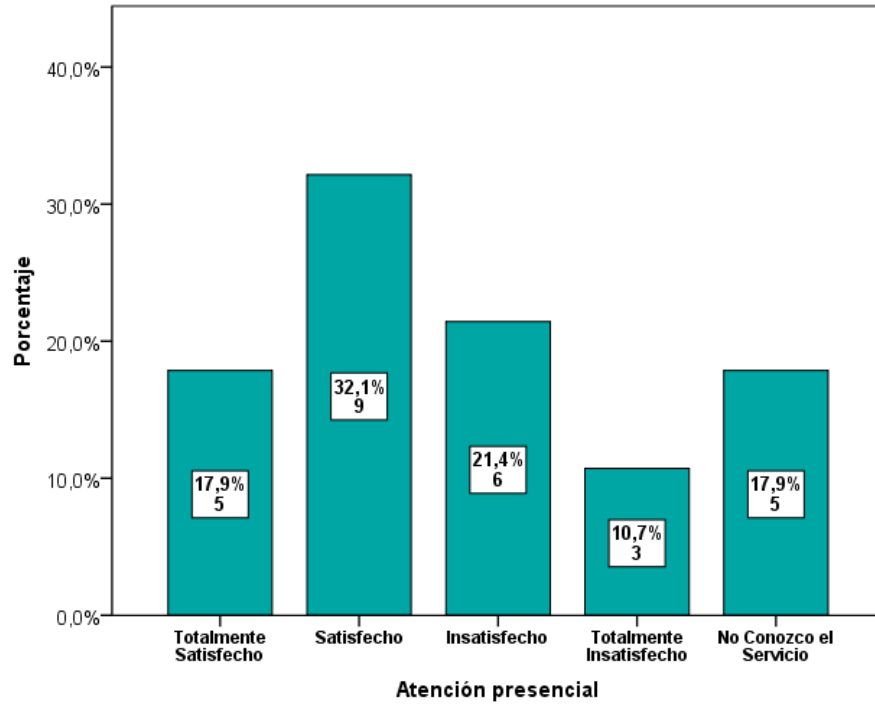
El 67,8% (19) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con la gestión y entrega del carné, de éstos, la mayor participación corresponde a mujeres egresadas.

- **Atención virtual y telefónica:**



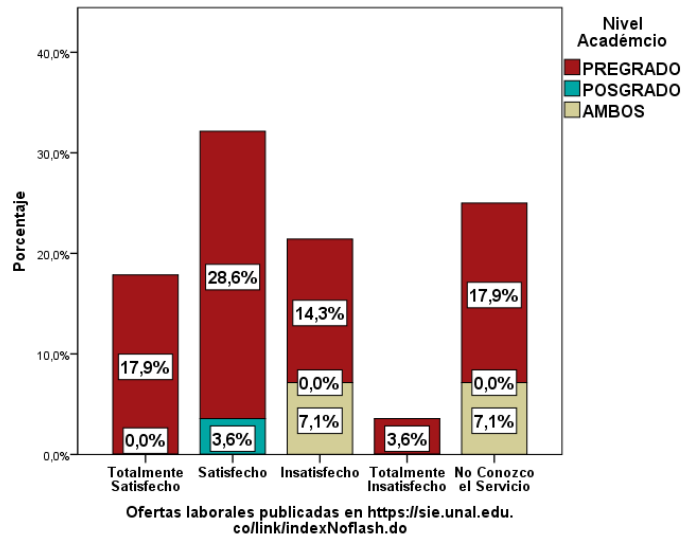
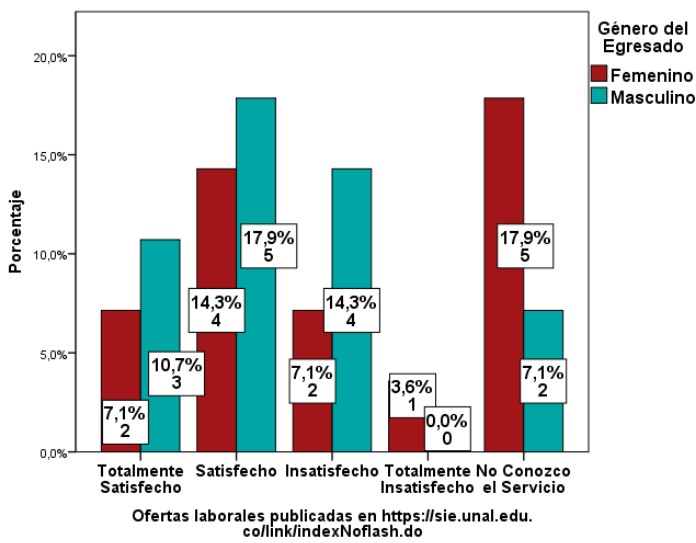
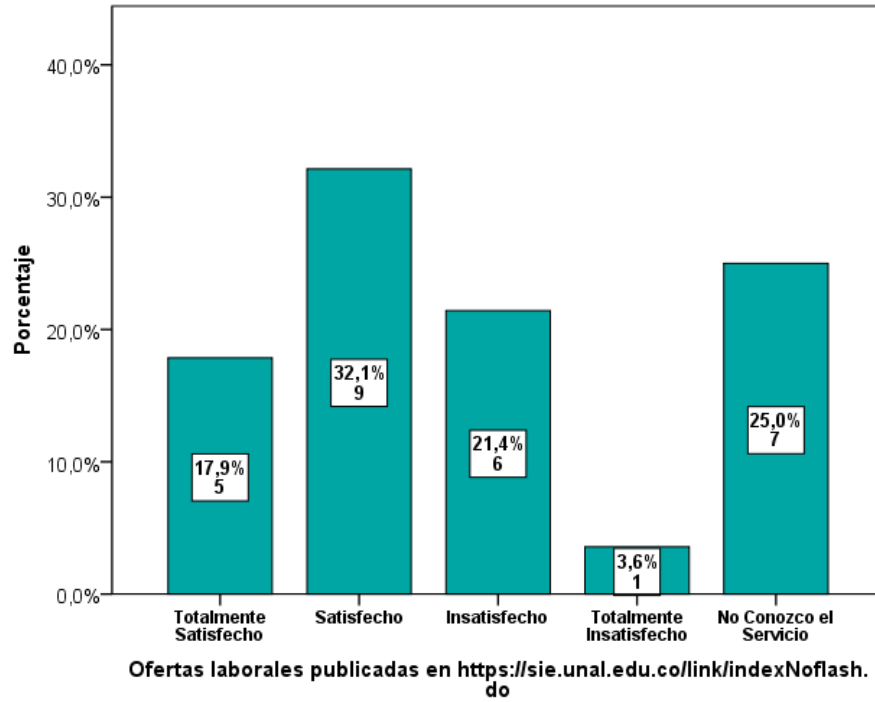
El 46,4% (13) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio de atención virtual y telefónica, de éstos, en contra posición el 21,4 % (6) indican no conocer el servicio.

- **Atención Presencial:**



El 50 % (14) de los egresados indican encontrarse satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio, mientras que, el 17,9% (5) indican no conocer el servicio.

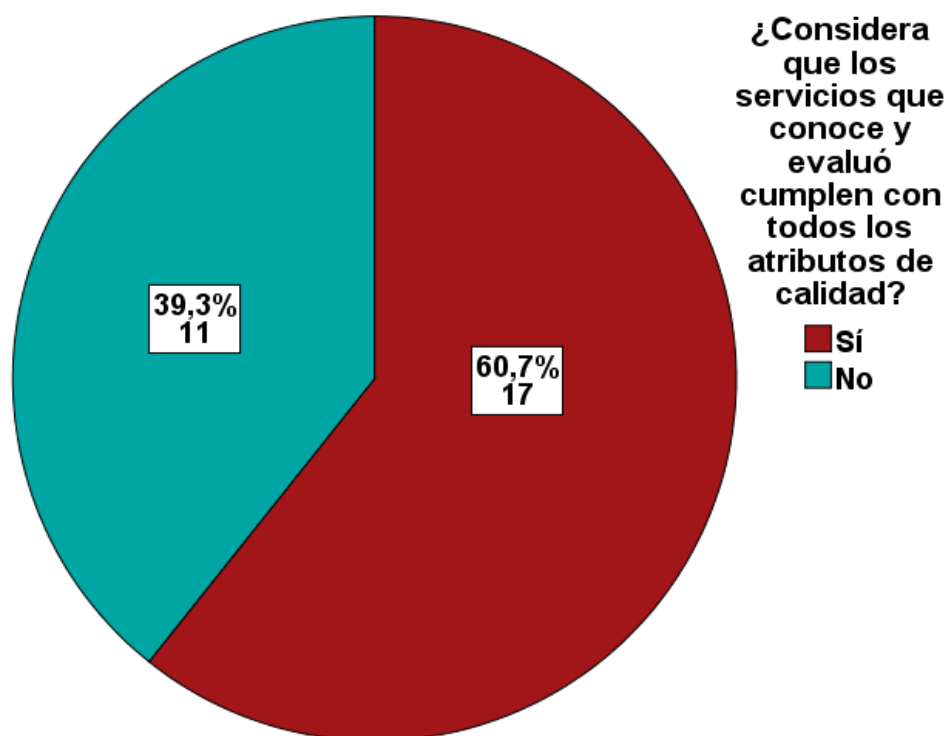
- **Ofertas Laborales:**



Con respecto a las ofertas laborales publicadas, se observa que el 50% (14) de los egresados que contestaron indican estas satisfechos o totalmente satisfechos, mientras que, el 25% (7) indican no conocer el servicio.

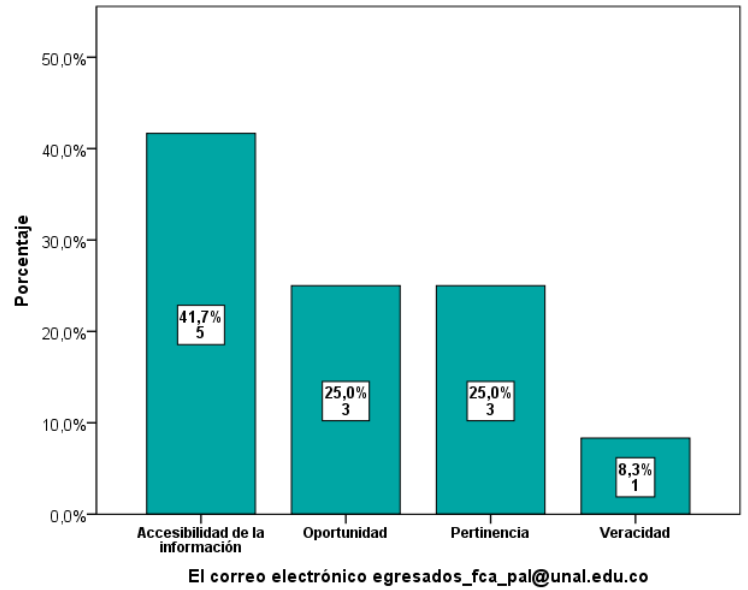
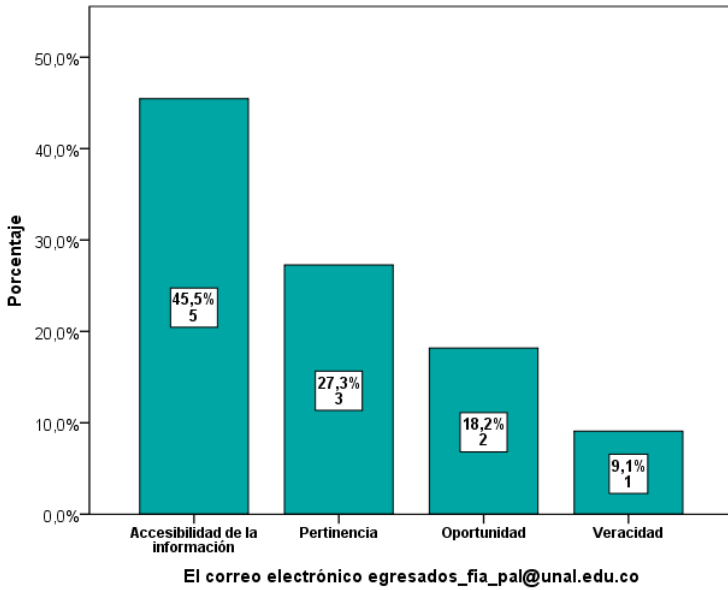
Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Palmira:

Los atributos de calidad de los servicios evaluados corresponden a: oportunidad, accesibilidad de la información, confiabilidad, veracidad, amabilidad y empatía y pertinencia. Los resultados fueron los siguientes:



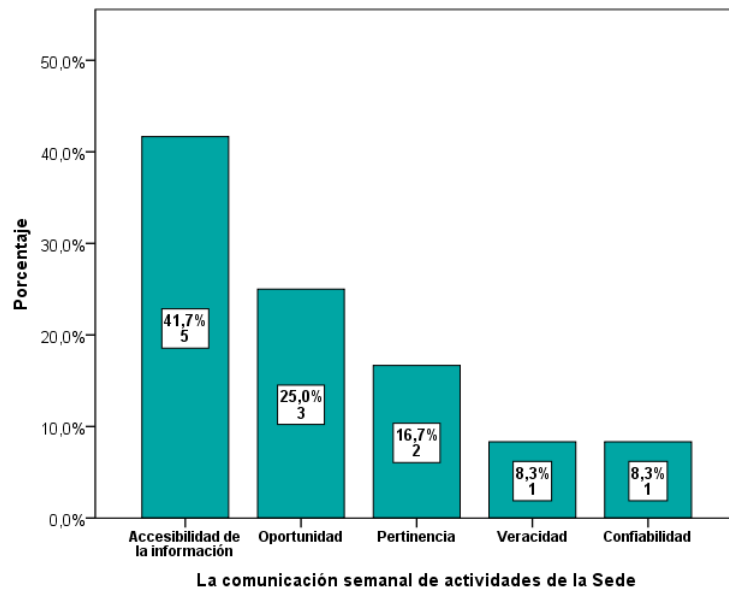
El 60,7 % de los egresados considera que los servicios que conoce y evaluó cumplen con todos los atributos de calidad, para aquellos que no (39,3%) se les pidió indicar cuales atributos deberían mejorar para cada servicio. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

- **Correo electrónico:**



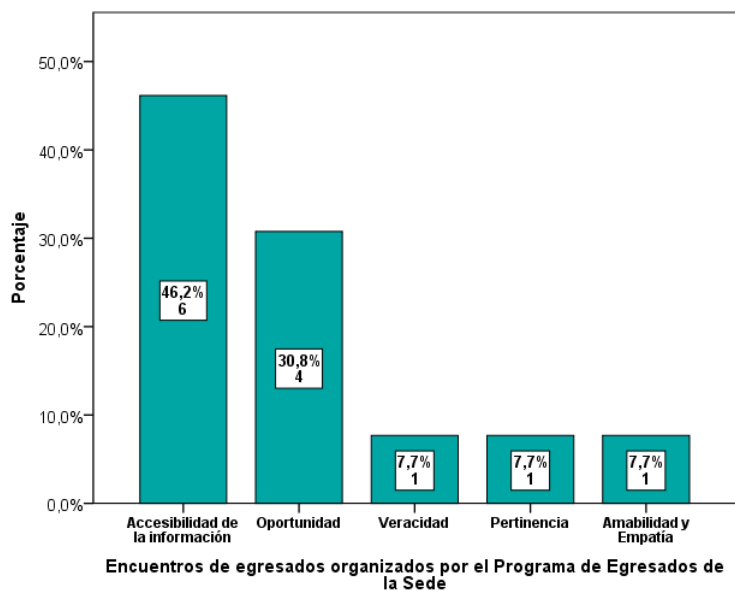
Se observa que, para el correo electrónico, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, pertinencia, oportunidad y veracidad.

- **Comunicación semanal de actividades de la Sede:**



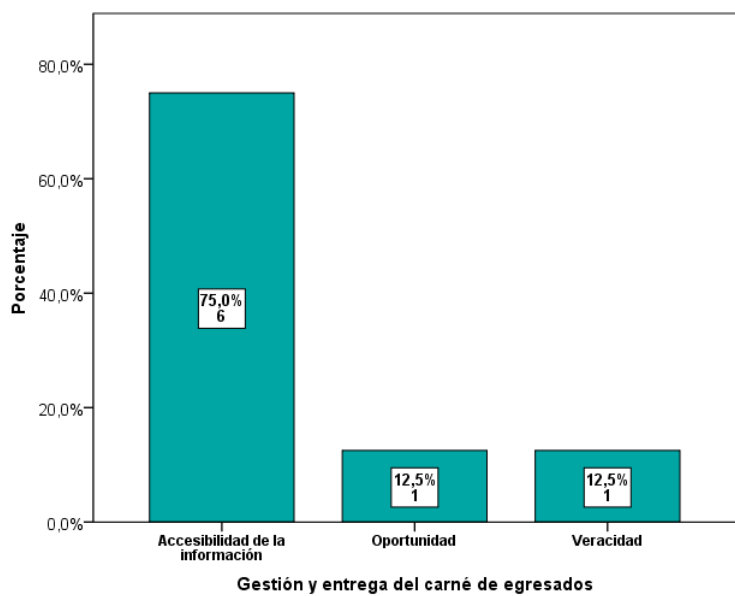
Se observa que, para el servicio de Comunicación semanal de actividades de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad y pertinencia.

- **Encuentro de egresados:**



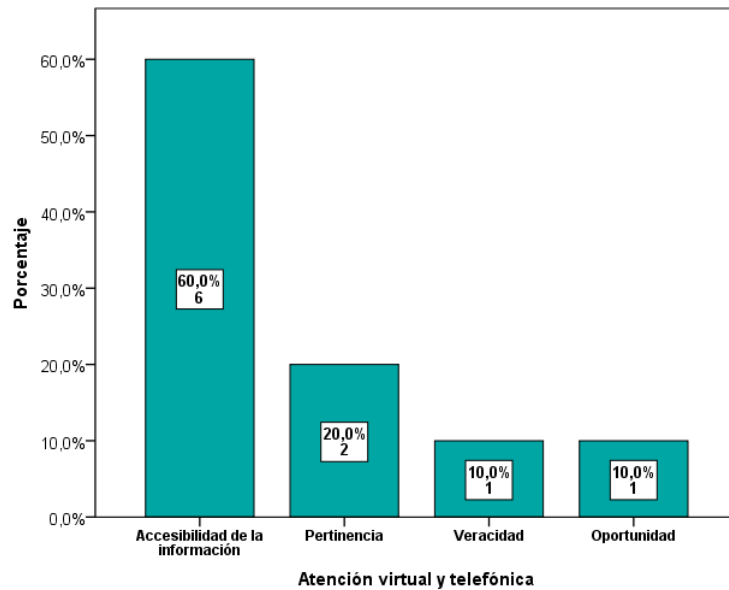
Se observa que, para el servicio de Encuentro de egresados de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad, y veracidad.

- **Gestión y entrega del carné:**



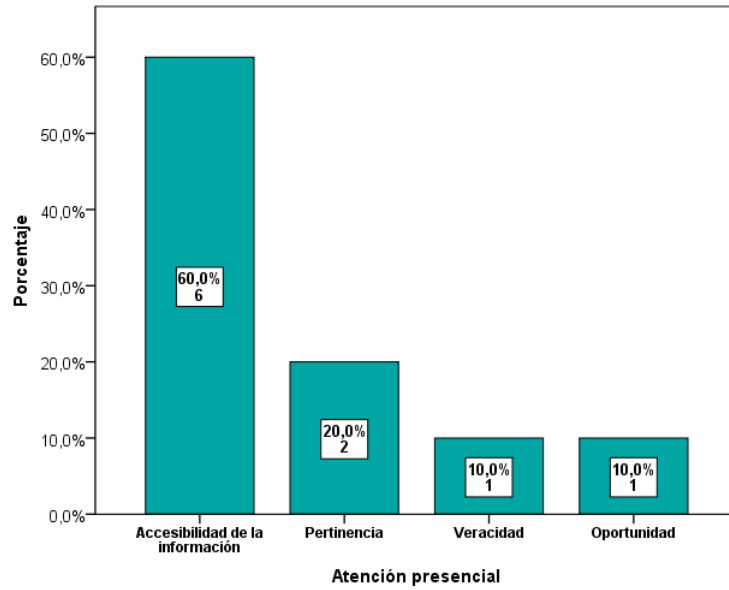
Se observa que, para el servicio de Gestión y entrega del carné, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad y veracidad.

- **Atención virtual y telefónica:**



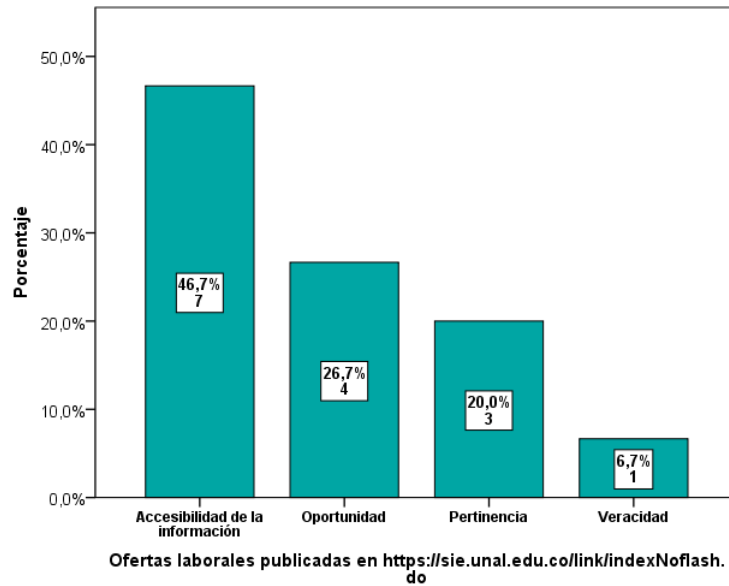
Se observa que, para el servicio de Atención virtual y telefónica de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, pertinencia y veracidad.

- **Atención Presencial:**



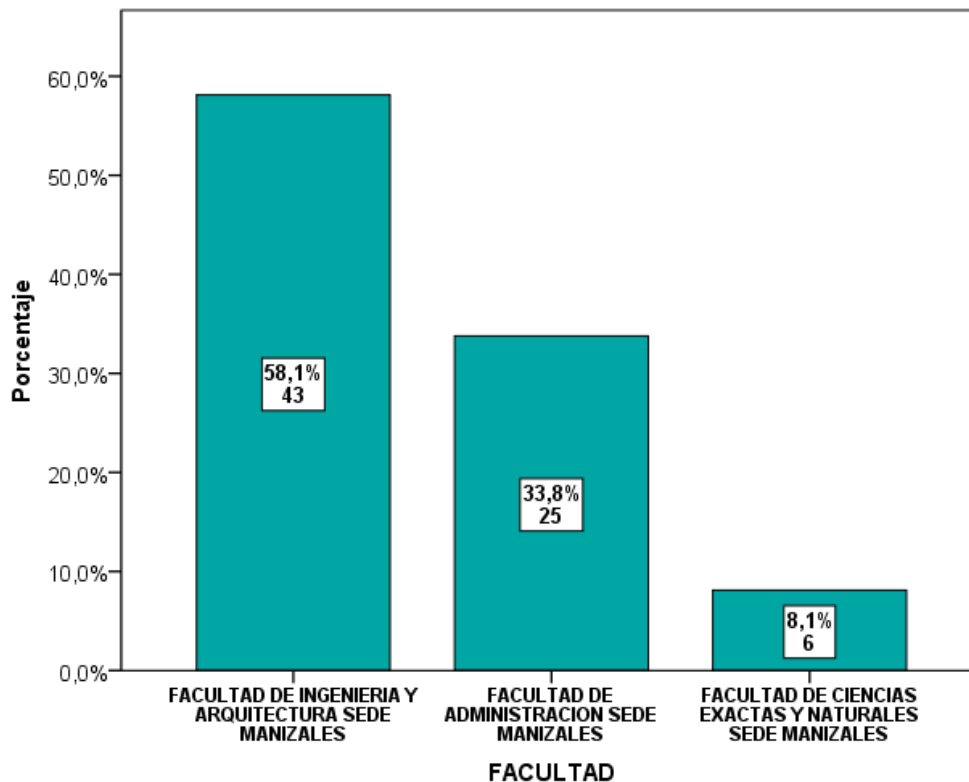
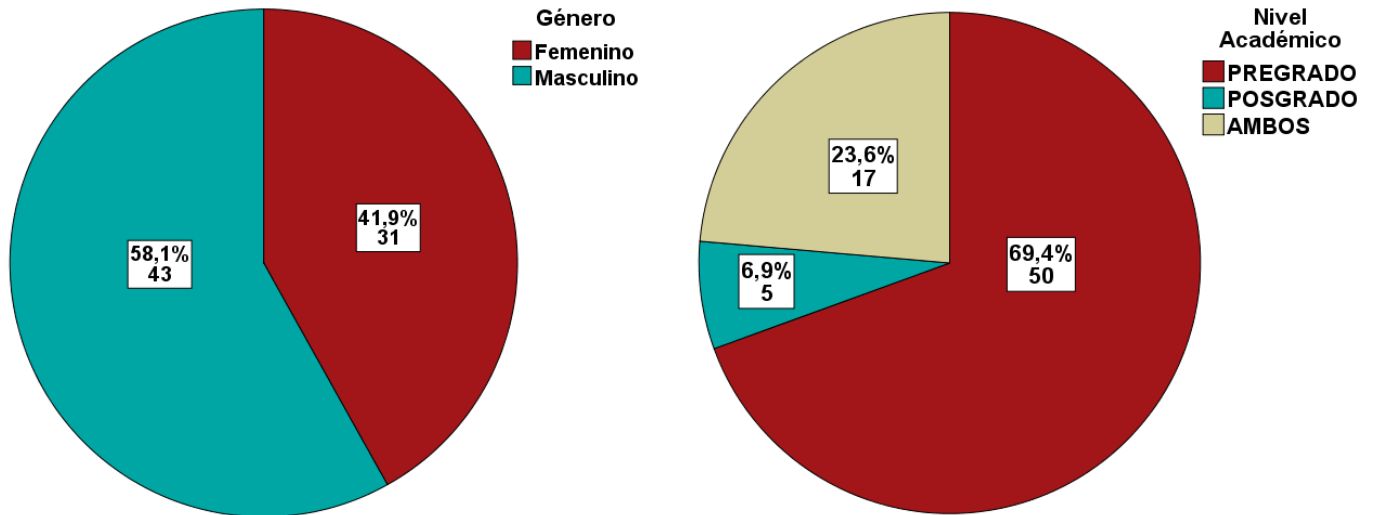
Se observa que, para el servicio de Atención Presencial de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, pertinencia y veracidad.

- **Ofertas Laborales:**



Se observa que, para el servicio de Ofertas Laborales, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad y pertinencia.

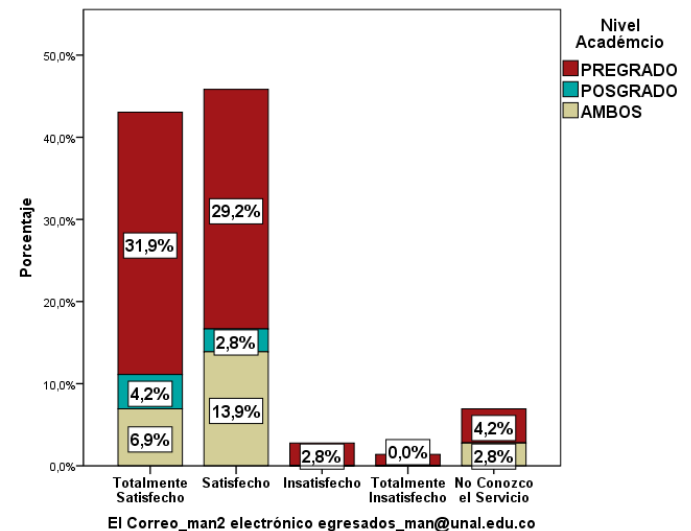
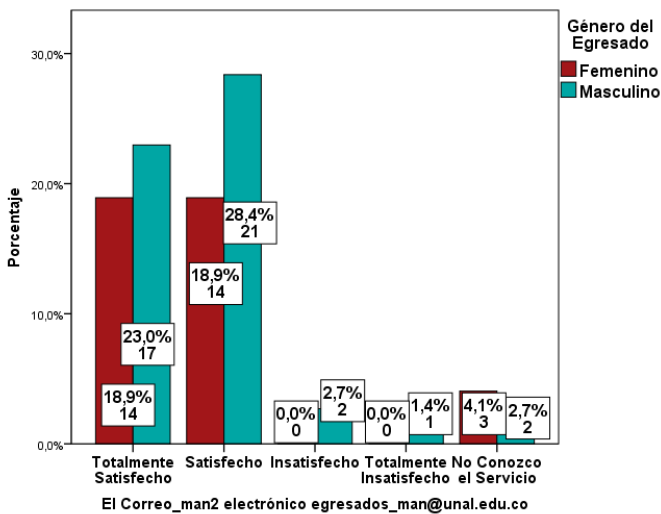
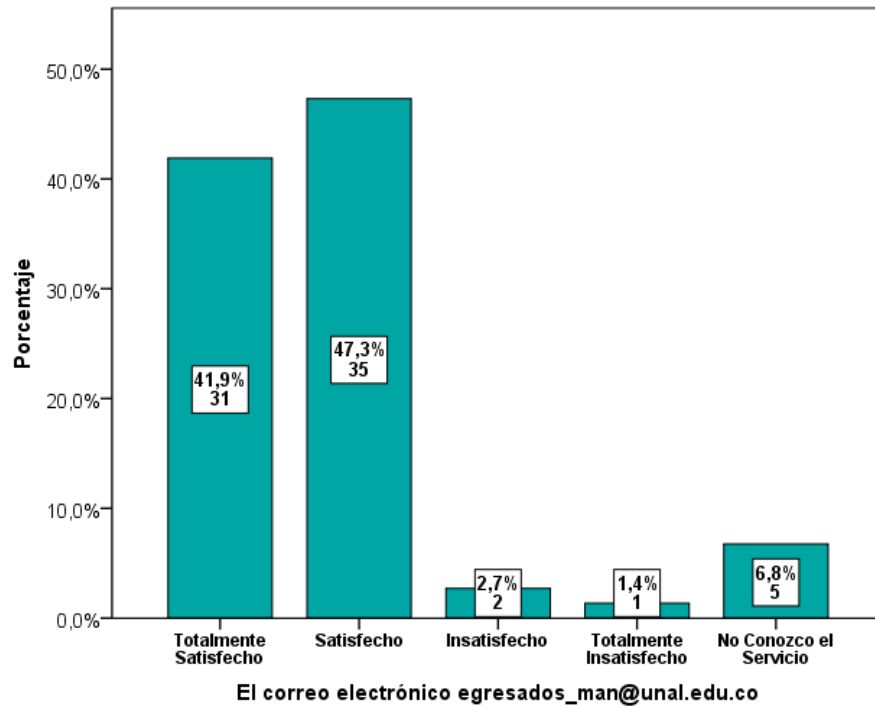
Niveles de Satisfacción, Sede Manizales



Se obtuvieron las respuestas de 72 egresados de la sede de Manizales, de los cuales el 58,1% (43) de los egresados son hombres y el 41,9% (31) son mujeres. Adicionalmente, el 69,4% (50) tienen título solo de pregrado, el 6,9% (5) solo de posgrado y el 23,6% (17) tiene ambos títulos de la sede.

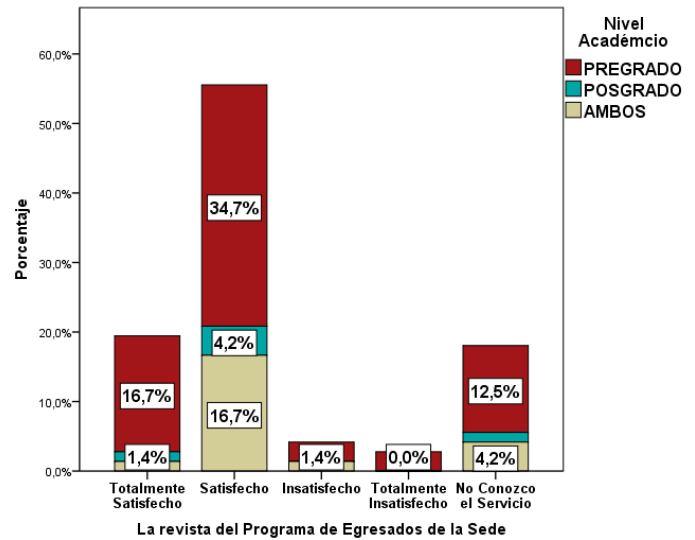
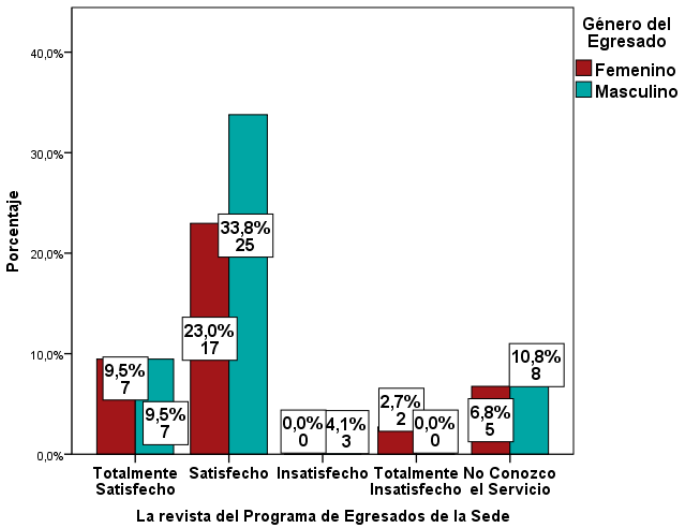
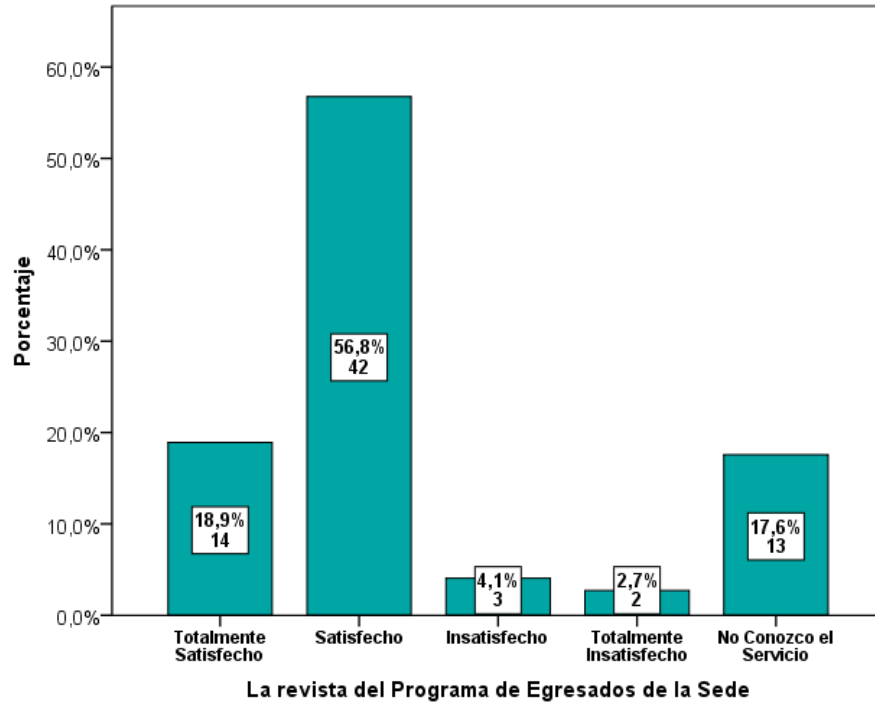
En cuanto a facultades, se observa que la mayor participación fue de la facultad de Ingeniería con el 58,1%, seguida de Administración con el 33,8% y finalmente un 8,1% de la facultad de Ciencias Exactas y Naturales.

- **Correo Electrónico:**



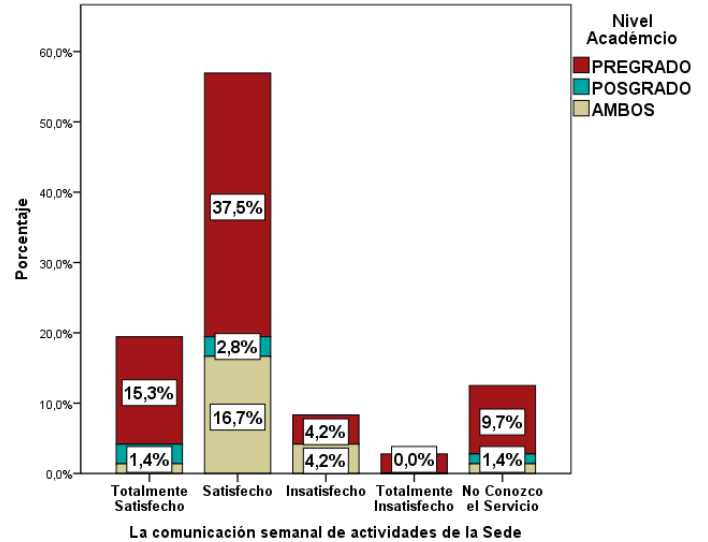
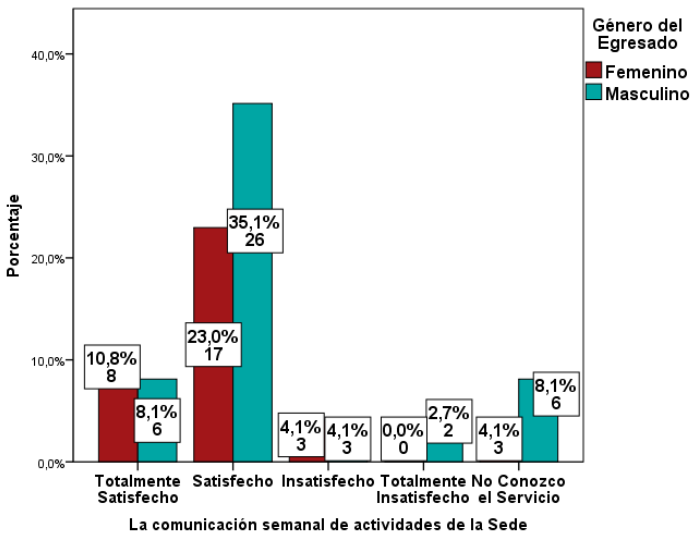
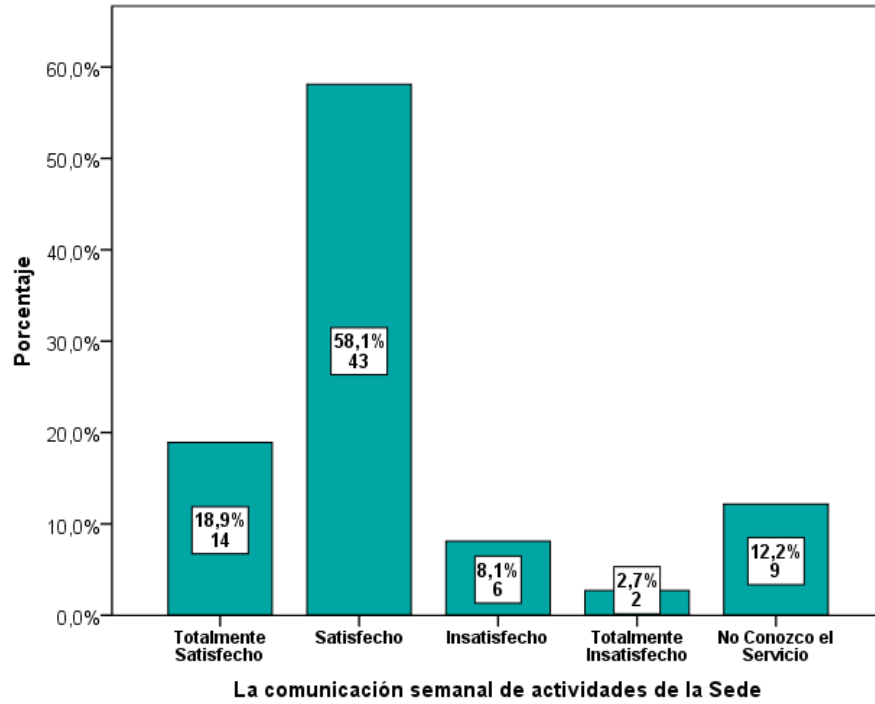
El 89,1% (66) de los egresados se encuentran satisfechos o totalmente satisfechos con la información recibida vía correo electrónico

- Revista:



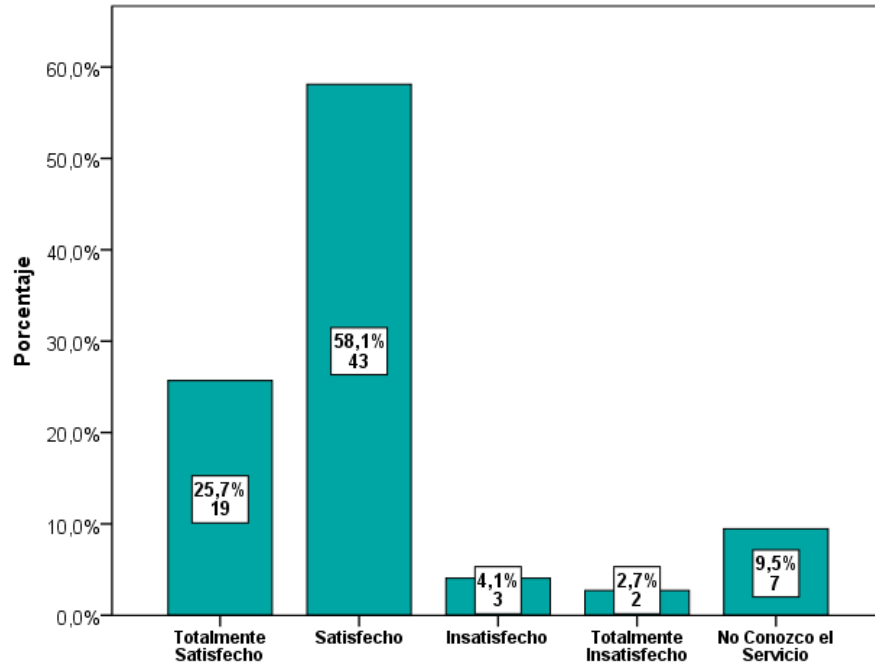
Con respecto al servicio de divulgación de información vía la revista del programa de egresados de la sede se observa que el 75,7% (56) de los egresados que contestaron se encuentran satisfechos o totalmente satisfechos.

- **Comunicación semanal de actividades de la Sede:**

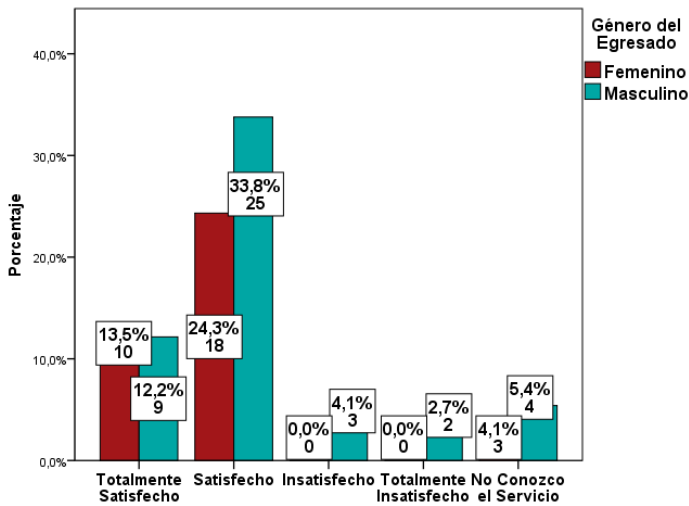


Con respecto al servicio de comunicación semanal de las actividades de la sede se observa que el 77% (57) de los egresados que contestaron se encuentran satisfechos o totalmente satisfechos.

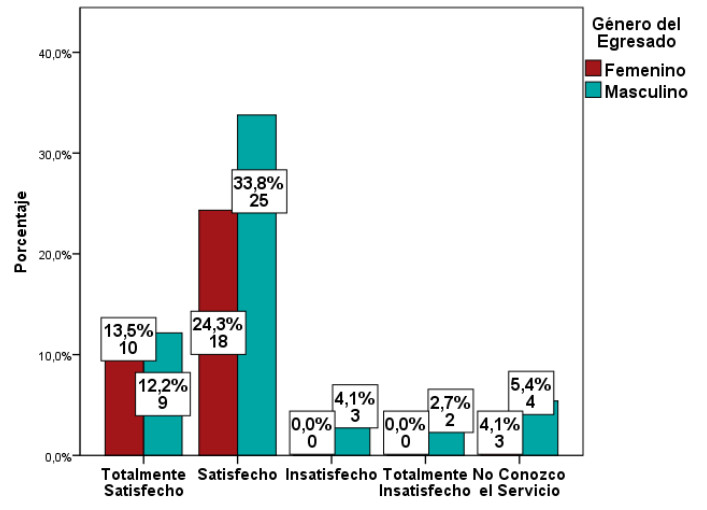
- **Página Web:**



La página <http://egresados.manizales.unal.edu.co/>



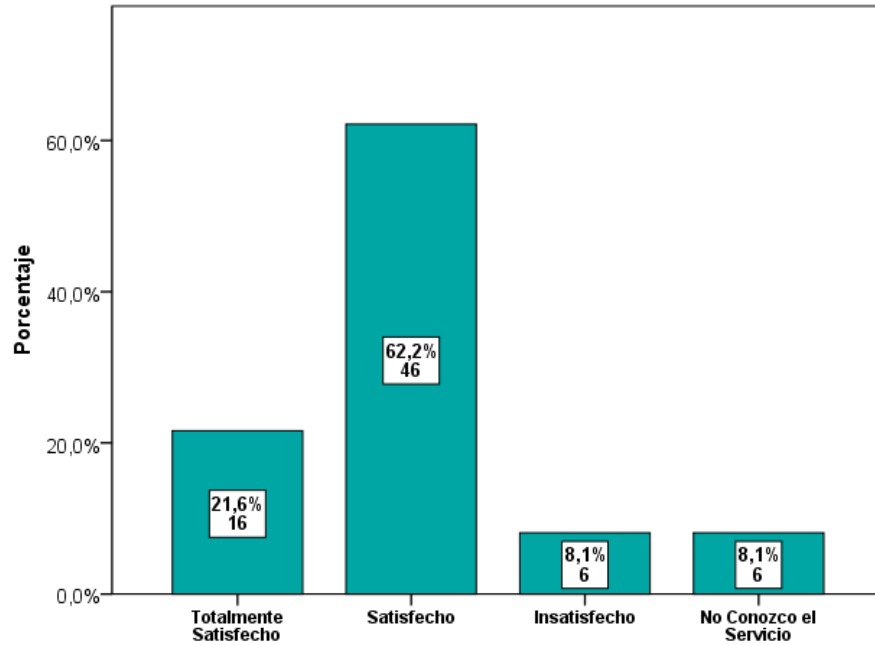
La página <http://egresados.manizales.unal.edu.co/>



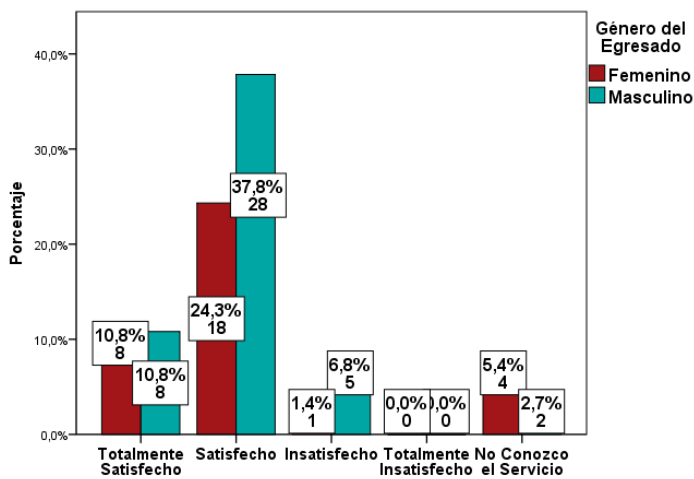
La página <http://egresados.manizales.unal.edu.co/>

Se observa que el 83,8% (62) de los egresados se encuentran satisfechos o totalmente satisfechos, mientras que el 9,5% (7) no conocen el servicio

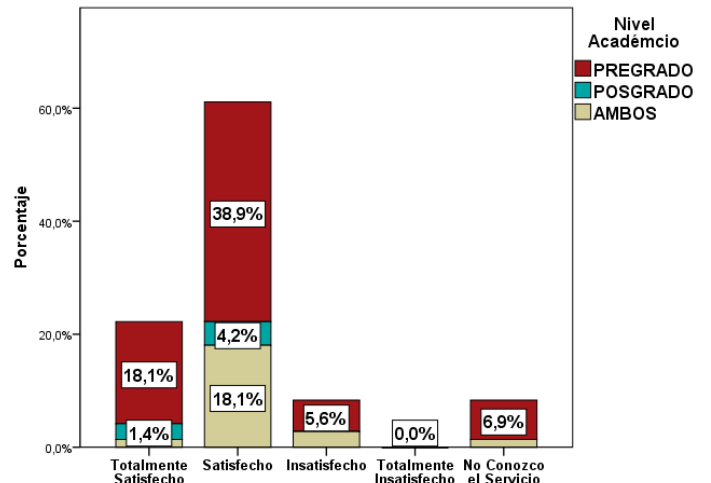
- **Redes Sociales de la Sede:**



Las redes sociales del Programa de Egresados de la Sede, Programa De Egresados UN Manizales en Facebook y @EgresadosUnalMa en Twitter



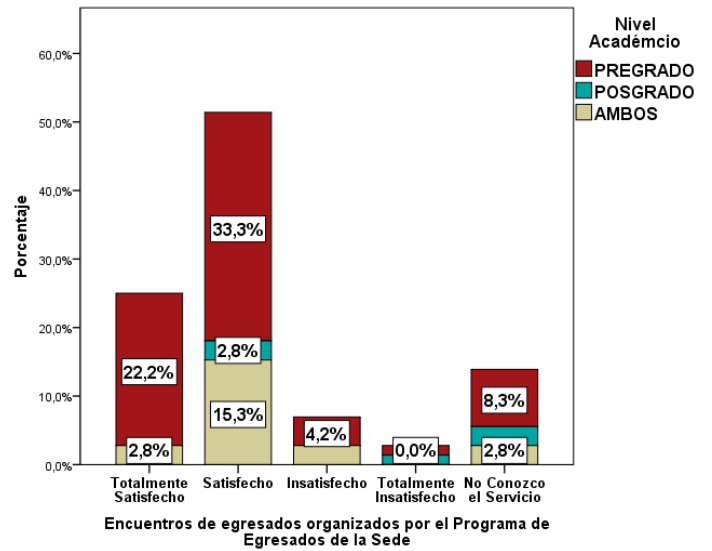
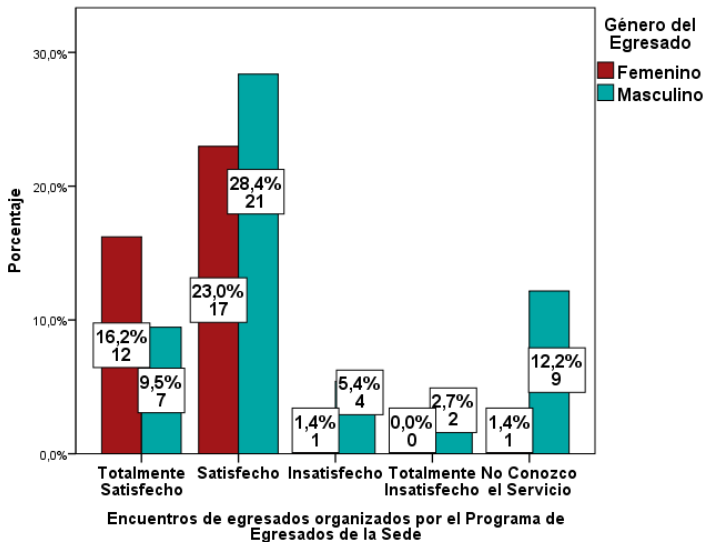
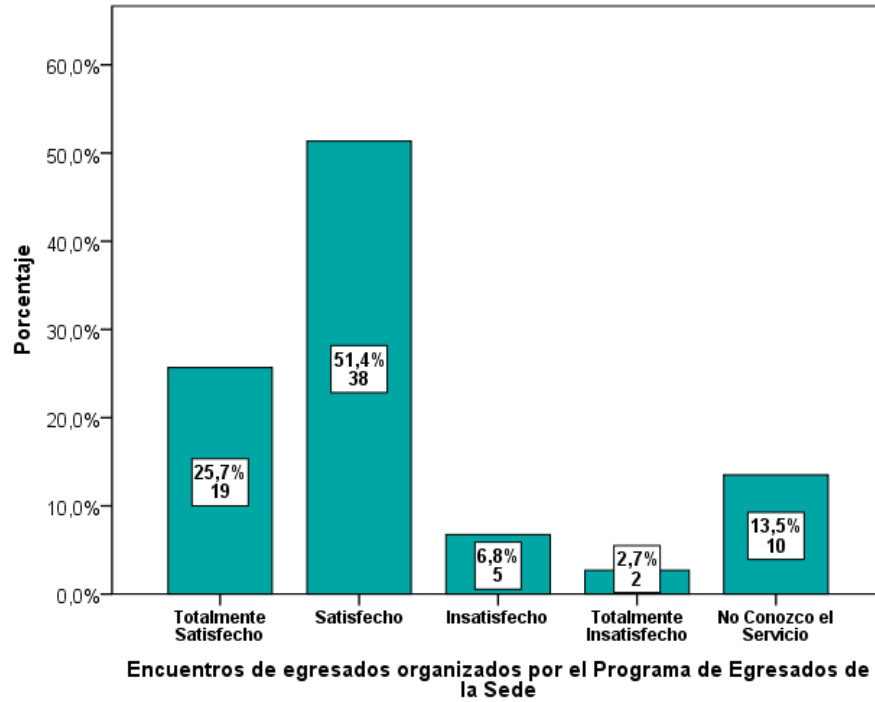
Las redes sociales del Programa de Egresados de la Sede, Programa De Egresados UN Manizales en Facebook y @EgresadosUnalMa en Twitter



Las redes sociales del Programa de Egresados de la Sede, Programa De Egresados UN Manizales en Facebook y @EgresadosUnalMa en Twitter

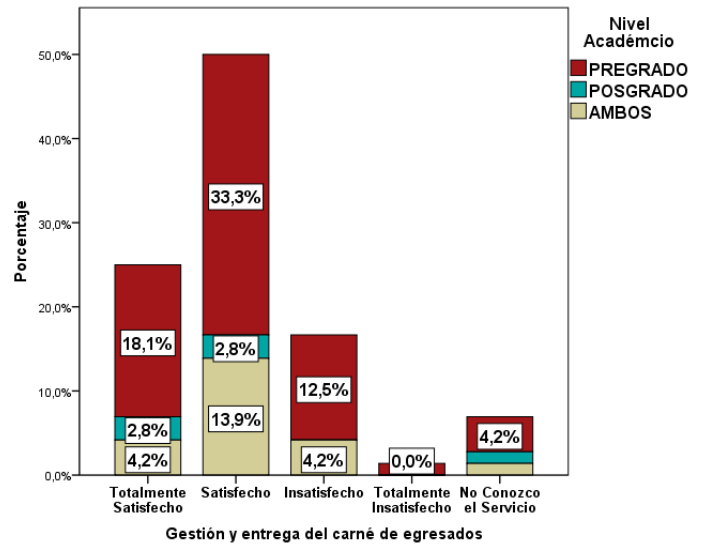
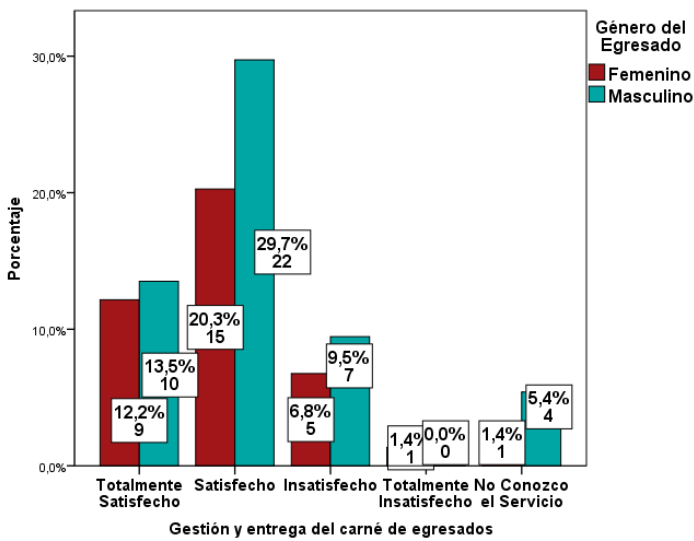
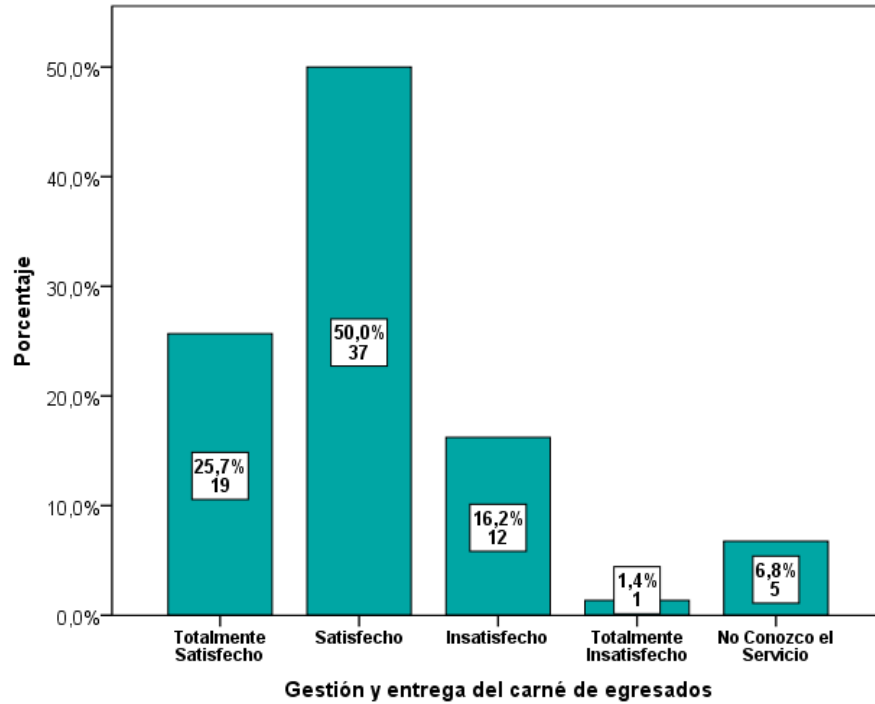
El 83,8% (62) de los egresados se encuentran satisfechos o totalmente satisfechos, mientras que el 8,1% (6) no conocen el servicio

- Encuentros de Egresados de la Sede:



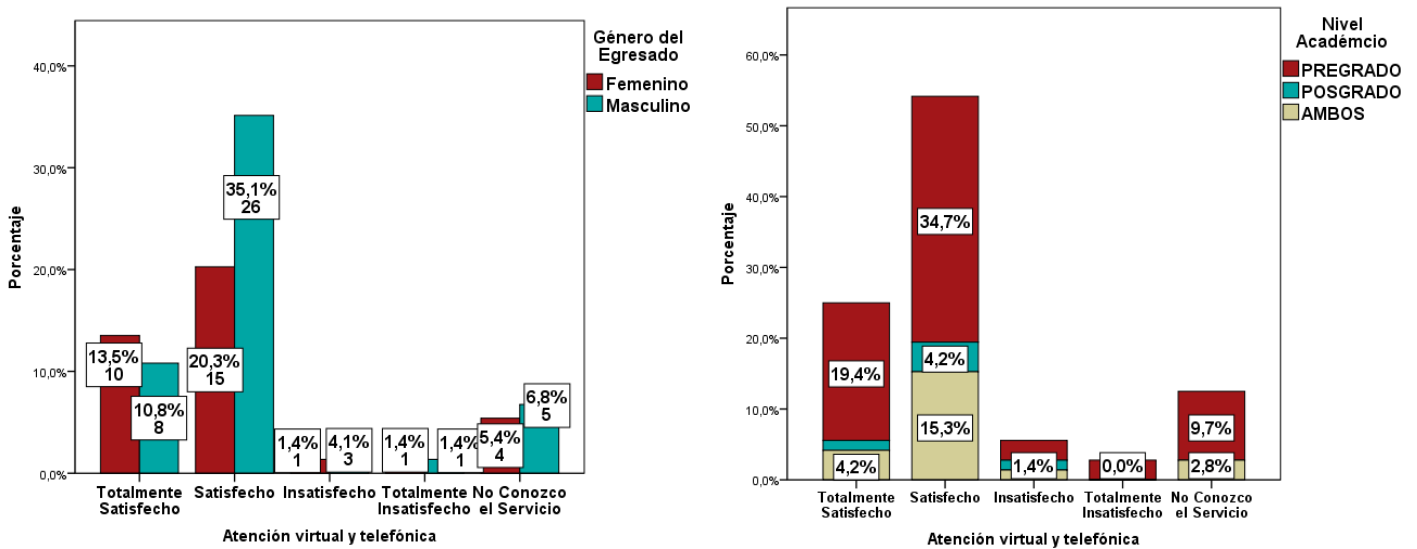
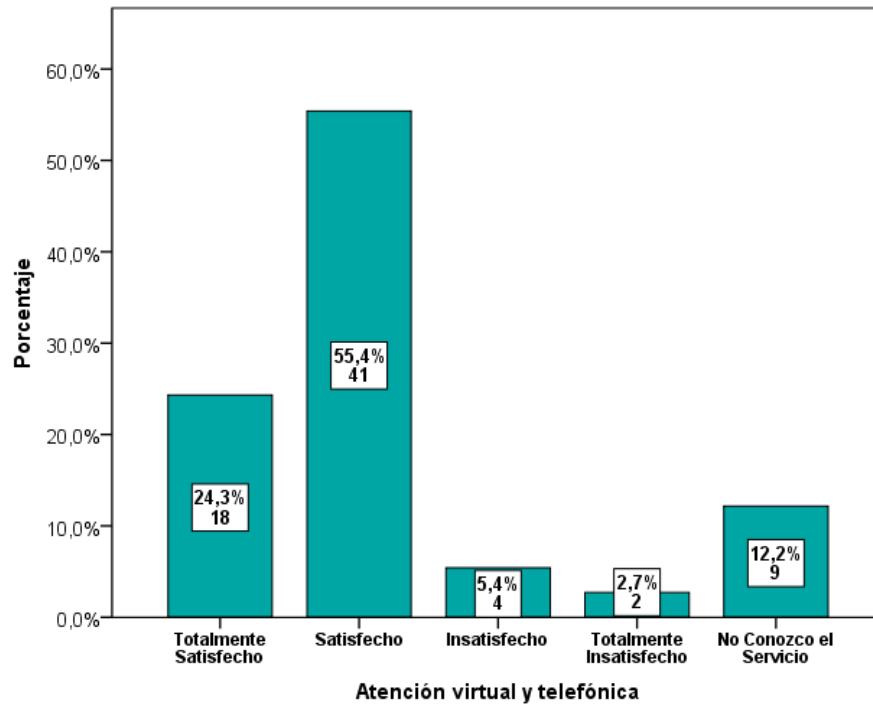
En cuanto a los encuentros de egresados se observa que el 76,1% (47) de los egresados se encuentran satisfechos o totalmente satisfechos.

- **Gestión y Entrega del Carné de Egresado:**



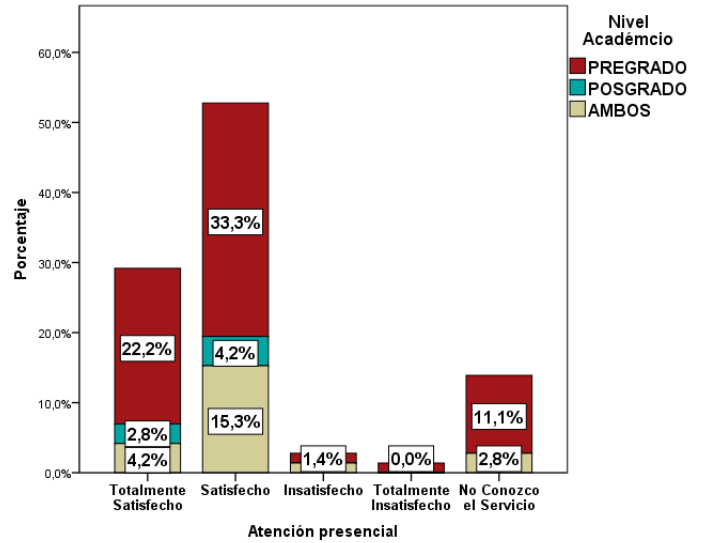
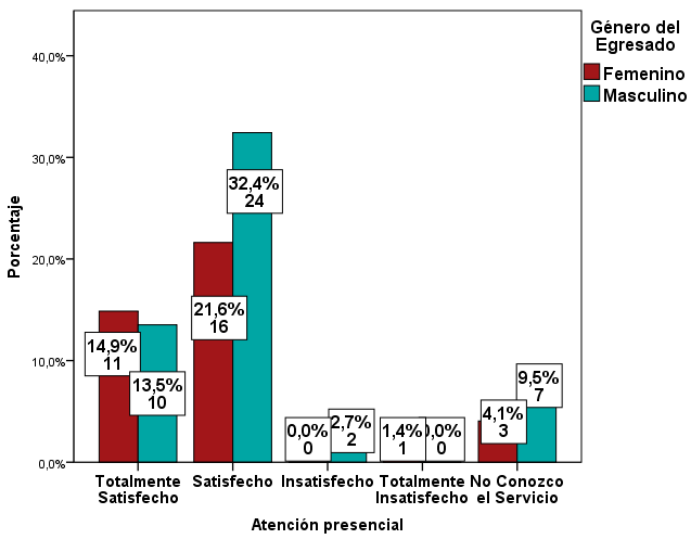
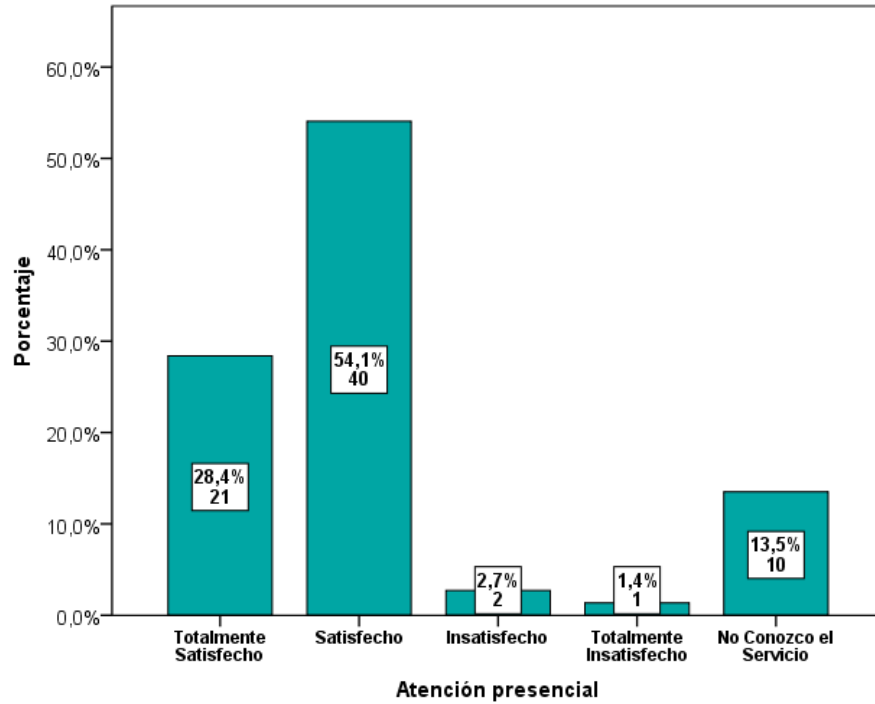
En lo referente a la gestión y entrega del carné de egresado, el 75,7% (56) de los egresados que contestaron la encuesta y se graduaron en la sede Manizales mencionan sentirse satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio.

- **Atención virtual y telefónica:**



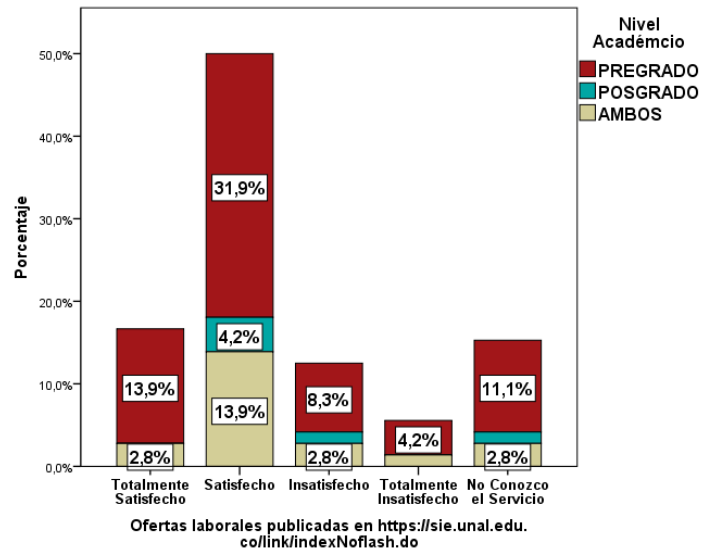
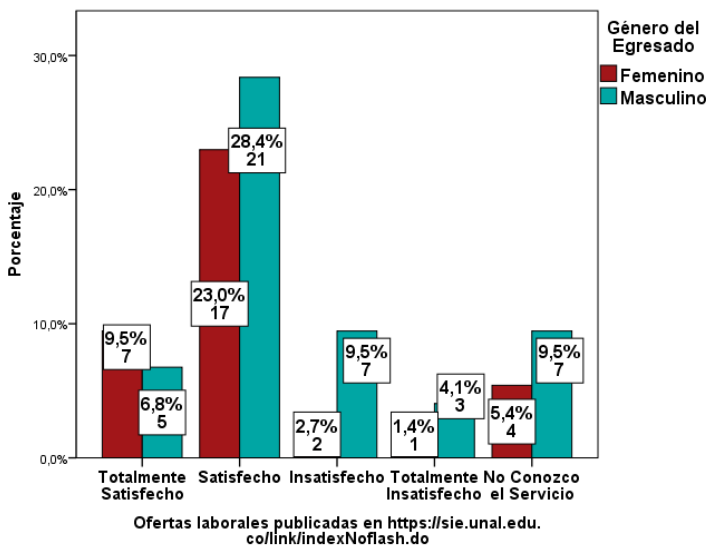
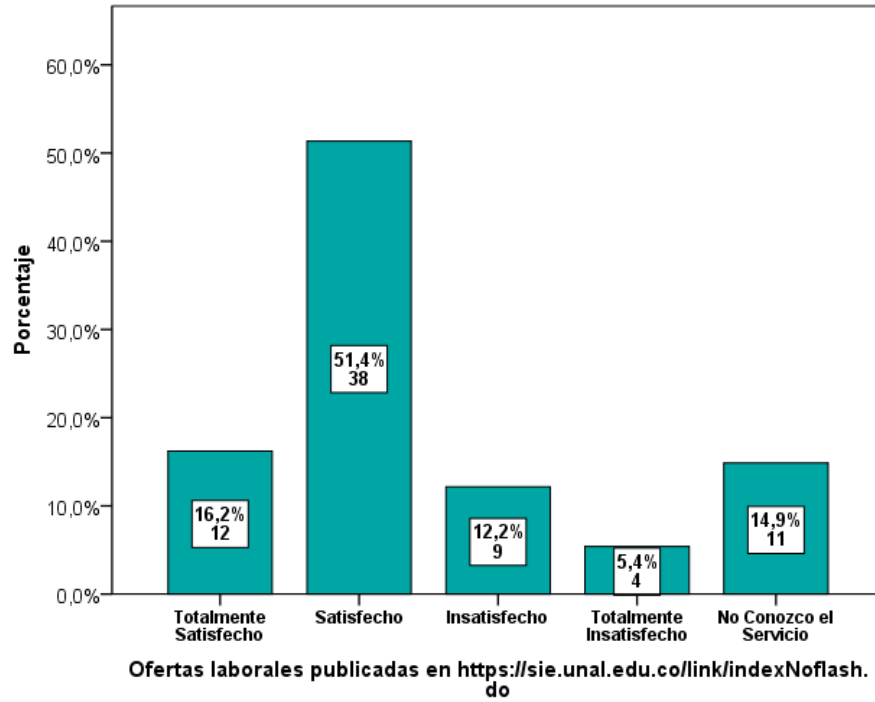
El 12,2% (9) de los egresados informan desconocer el servicio, mientras que el 79,7% (49) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio.

- **Atención Presencial:**



El 13,5% (10) de los egresados mencionan no conocer el servicio, mientras que el 82,5% (61) de los egresados indican estar satisfechos o totalmente satisfechos con la atención presencial.

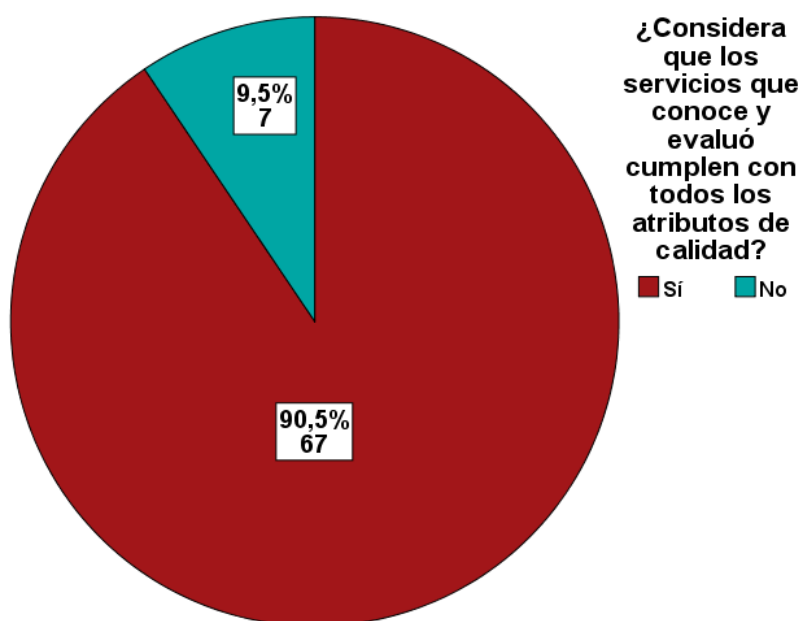
- **Ofertas Laborales:**



Finalmente, el 67,6% (50) de los egresados mencionan estar satisfechos o totalmente satisfechos con respecto a las ofertas laborales publicadas, mientras que el 14,9% (1) de os egresados mencionan no conocer el servicio.

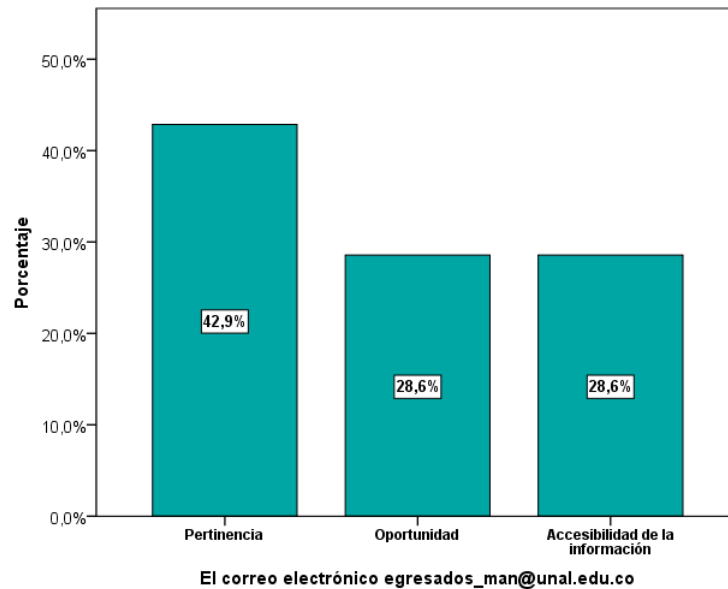
Atributos de calidad de los servicios evaluados, Sede Manizales

Los atributos de calidad de los servicios evaluados corresponden a: oportunidad, accesibilidad de la información, confiabilidad, veracidad, amabilidad y empatía y pertinencia. Los resultados fueron los siguientes:



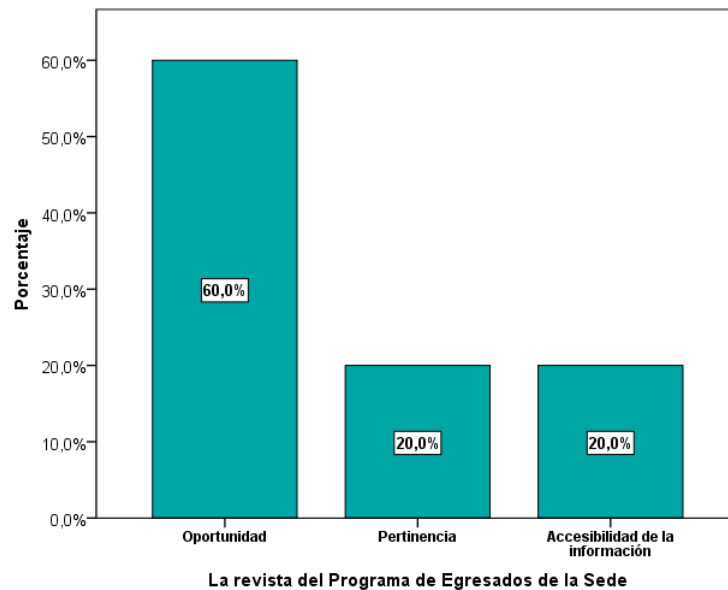
El 90,5 % de los egresados considera que los servicios que conoce y evaluó cumplen con todos los atributos de calidad, para aquellos que no (9,5%) se les pidió indicar cuales atributos deberían mejorar para cada servicio. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

- **Correo electrónico:**



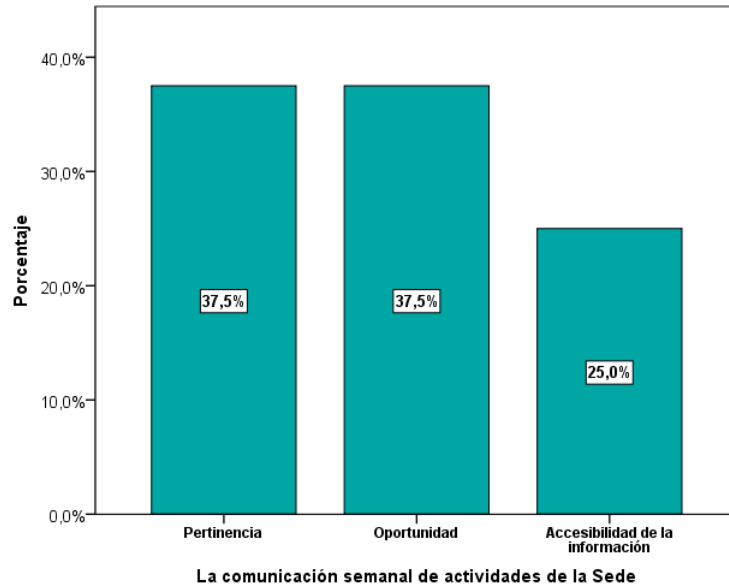
Se observa que, para el correo electrónico, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son pertinencia, oportunidad y accesibilidad de la información.

- **Revista:**



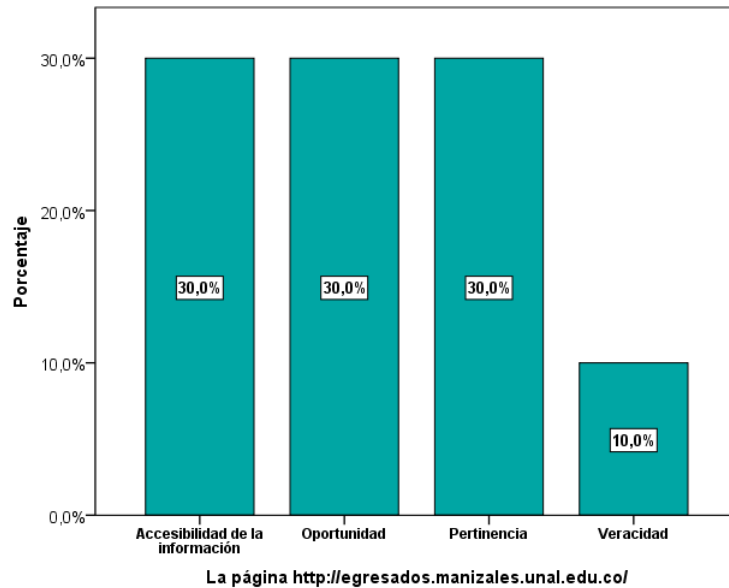
En relación con el servicio de revista, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, pertinencia y accesibilidad de la información.

- **Comunicación semanal de actividades de la Sede:**



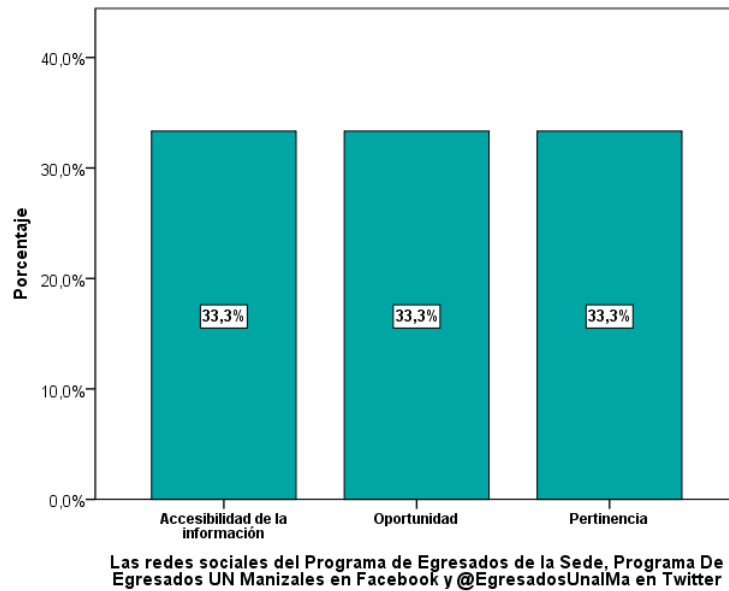
Para el servicio de comunicación semanal de actividades de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son pertinencia, oportunidad y accesibilidad de la información.

- **Página Web:**



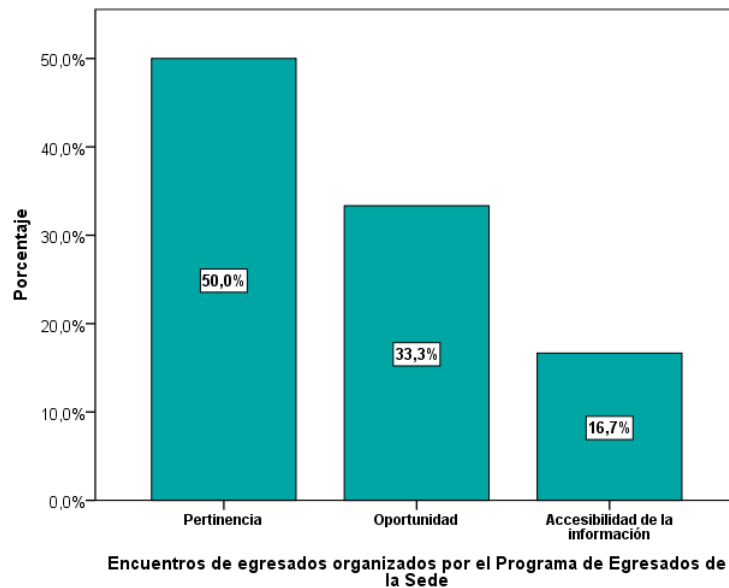
Respecto al servicio de Página Web de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad, pertinencia y veracidad.

- **Redes Sociales de la Sede:**



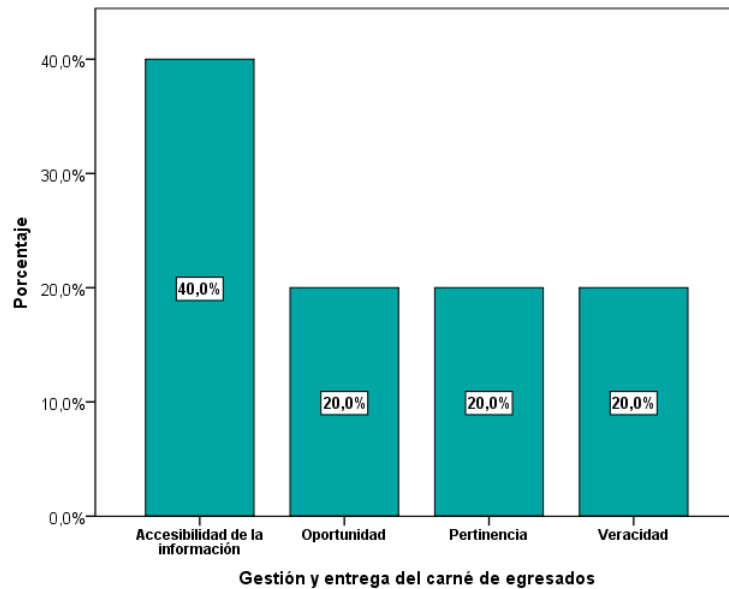
Referente al servicio de Redes Sociales de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad y pertinencia.

- **Encuentros de Egresados de la Sede:**



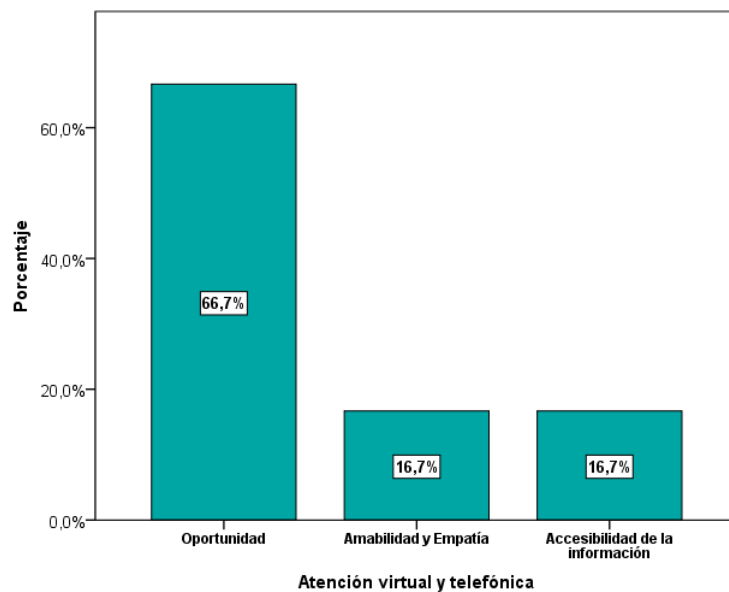
Para el servicio de Encuentros de Egresados de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son pertinencia, oportunidad y accesibilidad de la información.

- **Gestión y Entrega del Carné de Egresado:**



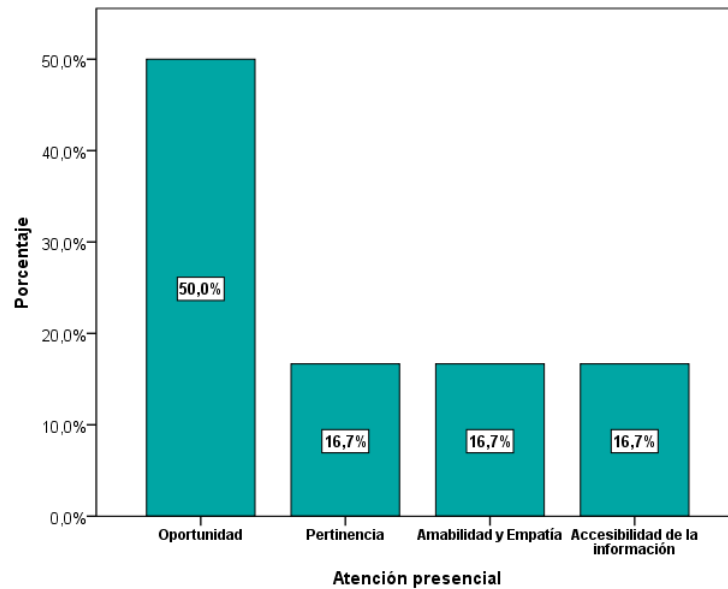
Para el servicio de Gestión y Entrega del Carné de Egresado, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son accesibilidad de la información, oportunidad, pertinencia y veracidad.

- **Atención virtual y telefónica:**



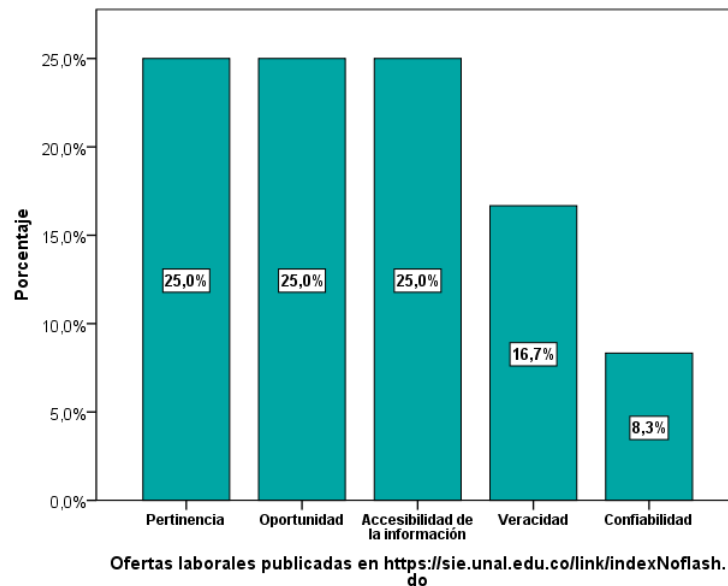
Para el servicio de Atención virtual y telefónica, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, amabilidad y empatía y accesibilidad de la información.

- **Atención Presencial:**



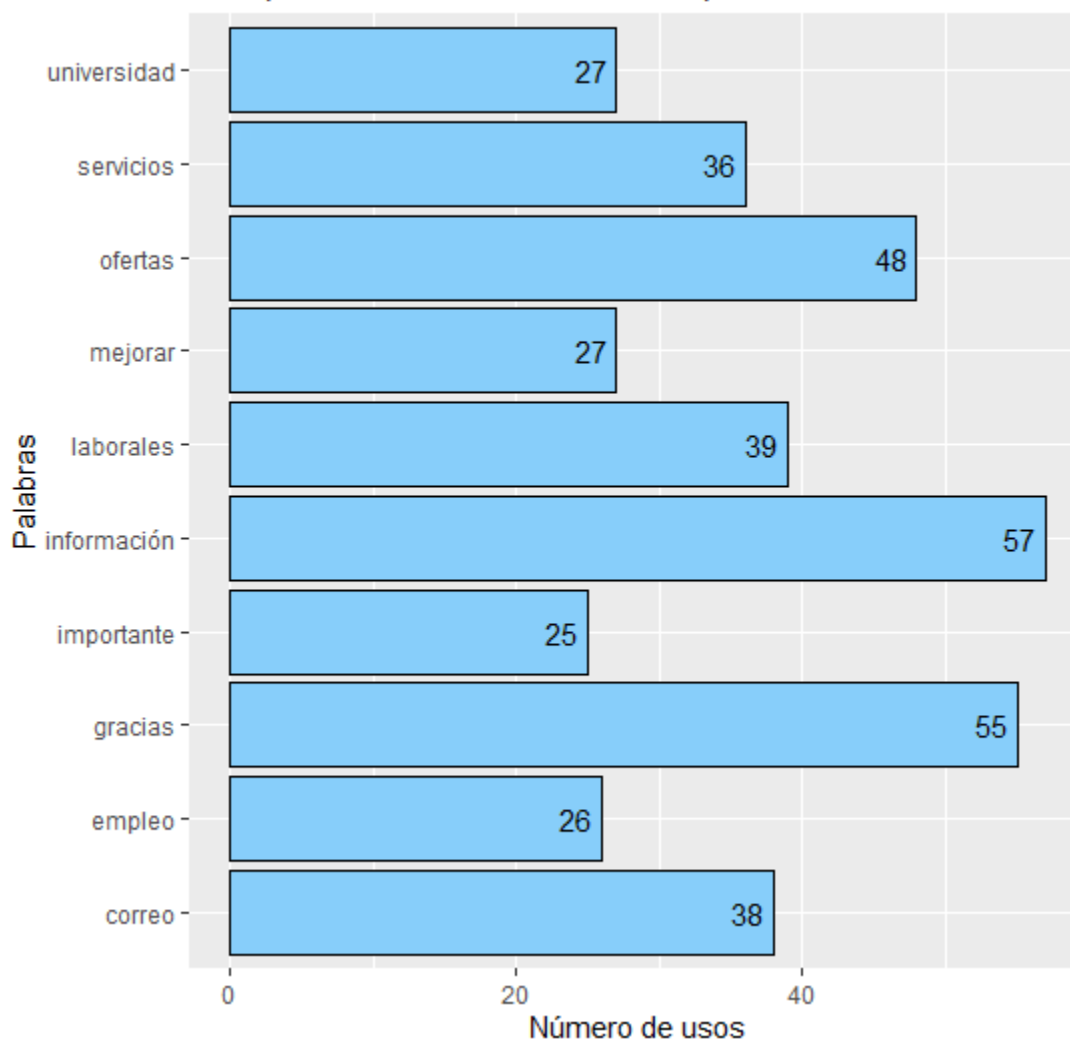
Para el servicio de Atención Presencial de la Sede, los atributos que se solicita mejorar con mayor frecuencia son oportunidad, pertinencia y amabilidad y empatía.

- **Ofertas Laborales:**



Para el servicio de Ofertas Laborales de la Sede, los atributos que solicita mejorar con mayor frecuencia son pertinencia, oportunidad y accesibilidad de la información.

Diez palabras más frecuentes en Opiniones



Al hacer una lectura general de las opiniones relacionadas con estas palabras, se puede concluir que los egresados agradecen los espacios que se han brindado en este año, particularmente conociendo las dificultades generadas por los efectos de la pandemia relacionada con el COVID-19, de igual manera agradecen que se les brinde información respecto a torneos, cursos y actividades que se vayan a realizar el próximo año, sin embargo solicitan que la información sea suministrada con mayor anticipación, pues expresan que en varias ocasiones, cuando reciben la información, el evento es el mismo día o incluso en horas próximas.

En cuanto a ofertas laborales, los egresados sugieren que desde el SIE se pueda enviar directamente la hoja de vida a un correo de la empresa solicitante, también sugieren fortalecer la bolsa de empleo, particularmente con ofertas enfocadas a profesionales de posgrado e incrementar la difusión oportuna, calidad y cantidad de ofertas que se manejan en el portal a través de alianzas con diferentes empresas nacionales y multinacionales que potencien el servicio.

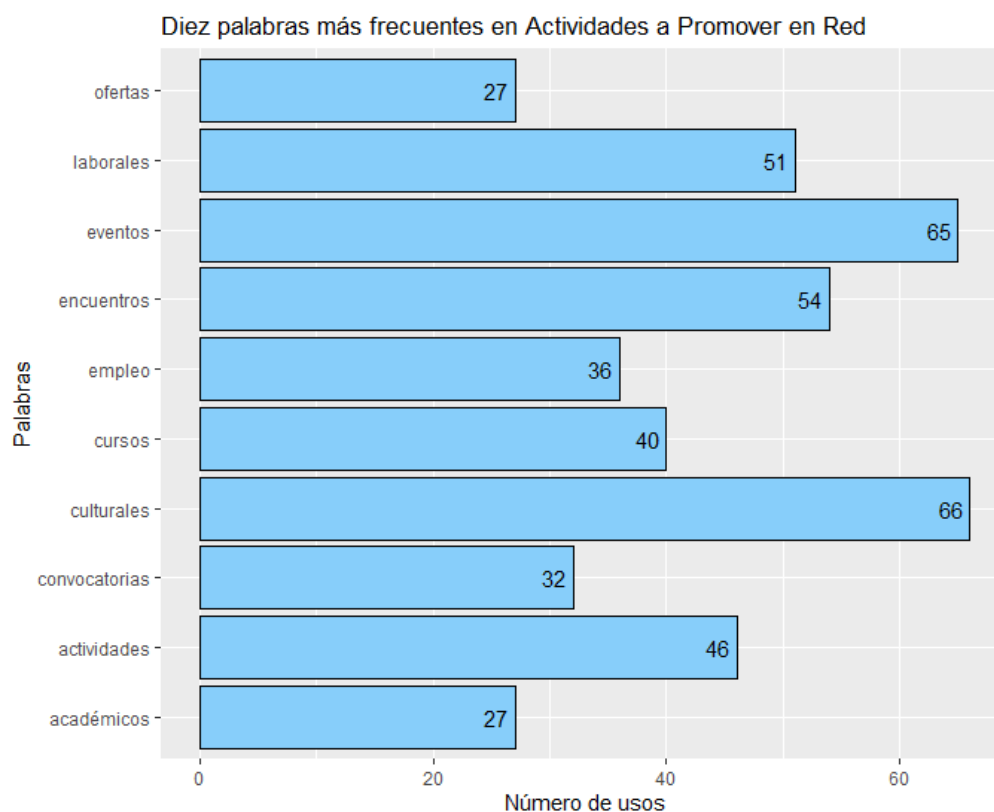
Red de Egresados UNAL

Posterior al espacio de quejas y sugerencias, para la versión 2020 de la Encuesta Anual de Satisfacción, se incluyó un módulo relacionado con la Red de Egresados UNAL, estrategia que permitirá intercambiar y potenciar todas las actividades y servicios que brinda el Programa de Egresados, algunas de las consultas que se realizaron en este módulo, corresponden a las actividades o eventos que deberían promoverse en la Red de Egresados, los convenios y alianzas que son de interés de los egresados, en que Universidad extranjera les gustaría hacer un posgrado, en caso de tener la oportunidad, y el gentilicio de la UNAL, entre otros, los resultados de este módulo se muestran a continuación

- **Actividades que deberían promoverse en la Red de Egresados:**

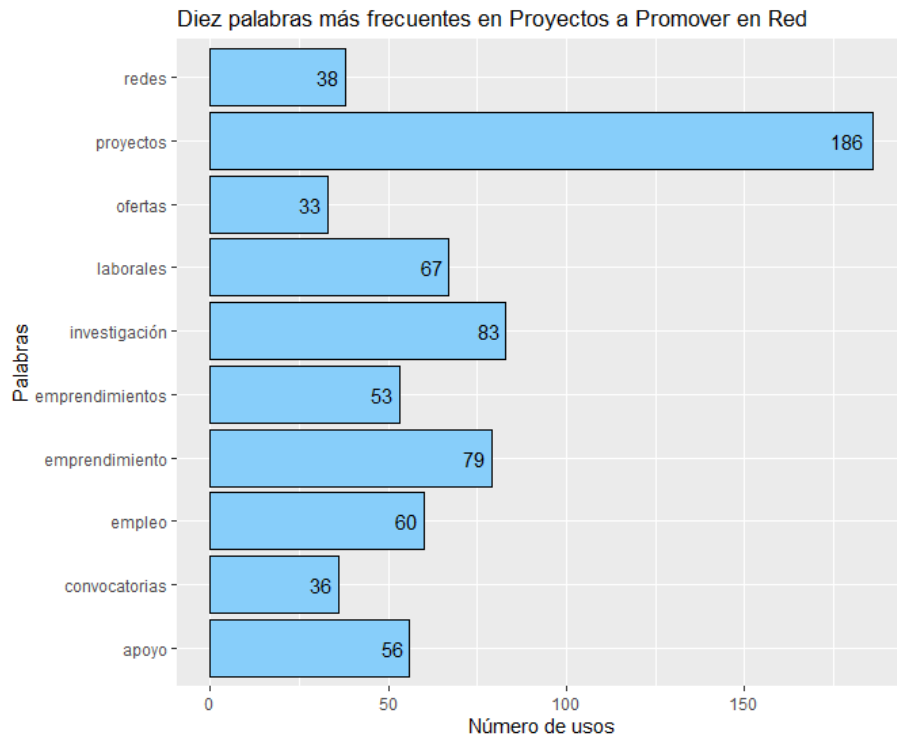


En este espacio se pidió que los egresados, luego de dar un contexto breve respecto a la finalidad de la Red de Egresados, indicaran que actividades deberían promoverse a través de ésta, observando que las palabras que se usaron con mayor frecuencia, corresponden a encuentros y actividades laborales, culturales y eventos, seguidas de cursos, y convocatorias.



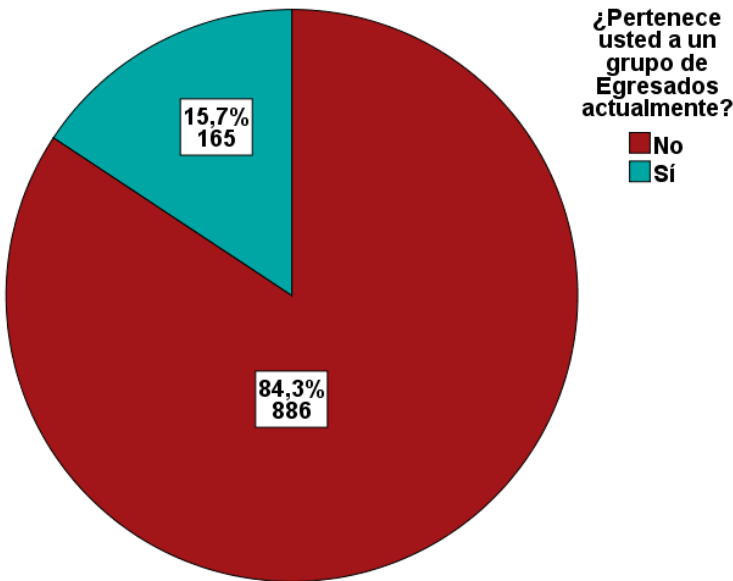
Realizando la lectura general, asociada a estas palabras más frecuentes, se puede decir que los egresados buscan en los eventos de la Red de Egresados, actividades culturales en las que les permitan participar, no como grupo aislado, sino en conjunto con la comunidad académica.

En cuanto a eventos, los egresados proponen un mosaico de actividades que van, desde ruedas de negocios para ampliar las redes comerciales, actividades relacionadas con fortalecer las habilidades blandas a nivel profesional, talleres de capacitación y actualización, charlas con expertos de temas de interés por carreras, hasta torneos deportivos y lúdicos, todos en el marco de fortalecer el vínculo entre la Universidad y sus egresados.

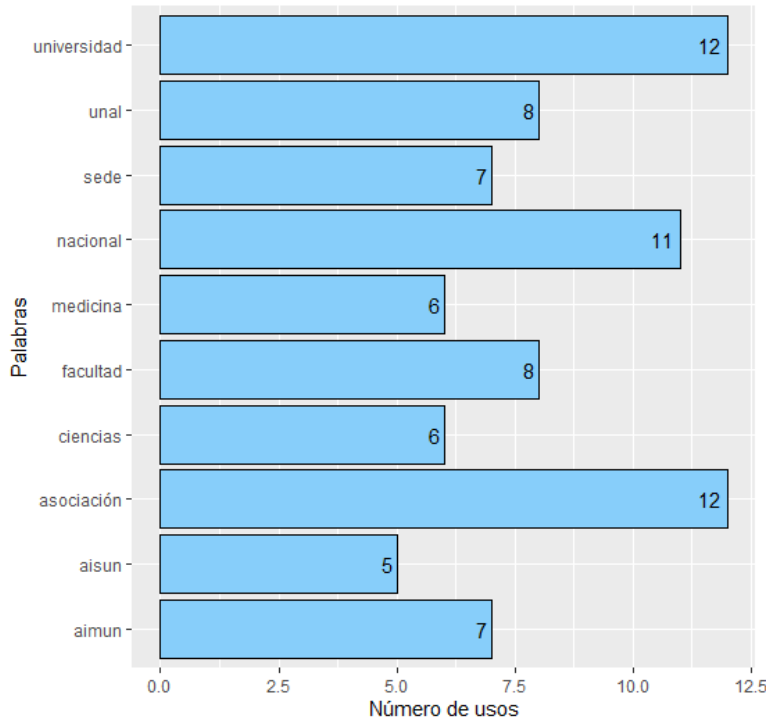


Los egresados proponen en este espacio, que los proyectos correspondan a emprendimientos que permitan visibilizar y crear redes o networking con otros egresados, con estudiantes y con empresas a través de ferias empresariales, ruedas de negocios y demás eventos que los puedan potenciar. De igual manera, los egresados expresan que los emprendimientos deben ser sostenibles e innovadores, que permitan solucionar las nuevas necesidades de los diferentes sectores como por ejemplo el agroindustrial y el tecnológico.

- Grupos de Egresados

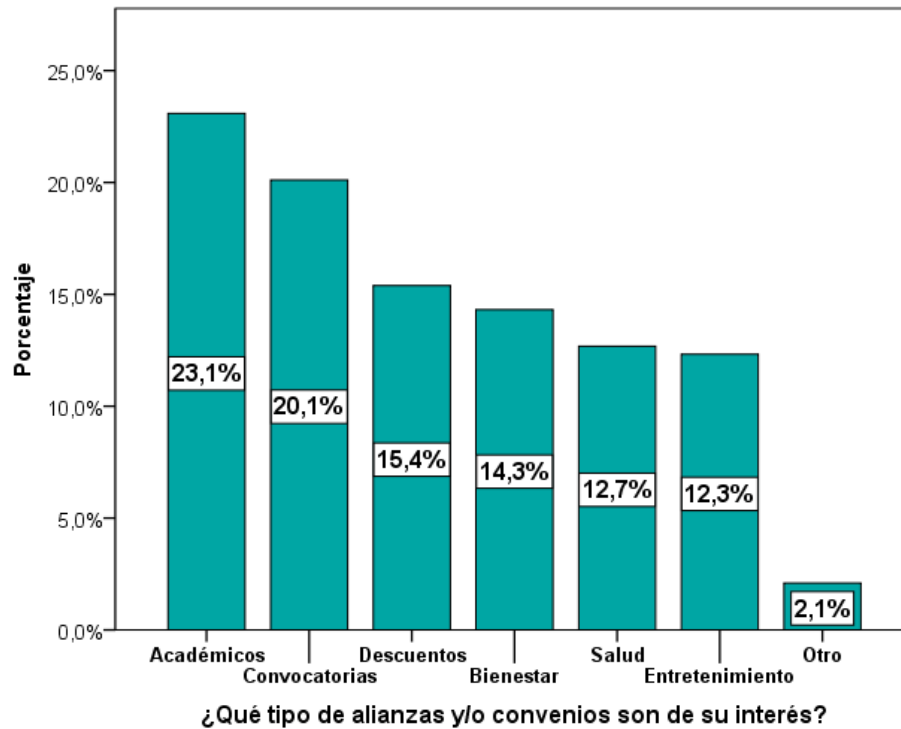


Diez palabras más frecuentes en grupos de Egresados



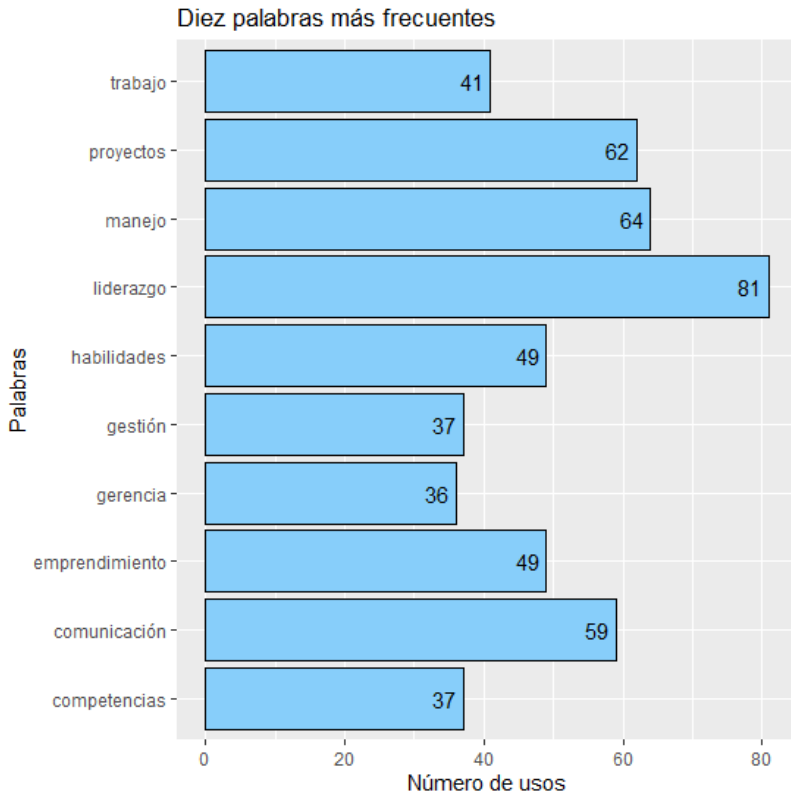
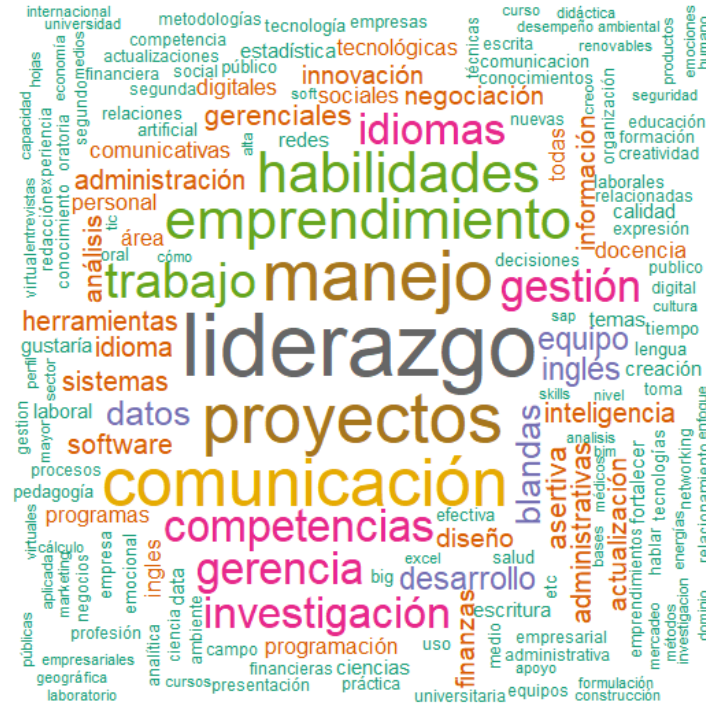
Se observa que, del total de egresados que respondieron, el 15.7% (165 egresados) indican pertenecer a algún grupo, que puede ser una asociación de egresados, como lo son AIMUN, AISUN y ADEUN, como muchos otros que pueden estar o no formalmente constituidos y van desde asociaciones, como grupos de facultad y sede, a grupos deportivos y grupos informales de redes sociales.

- Alianzas y Convenios de Interés



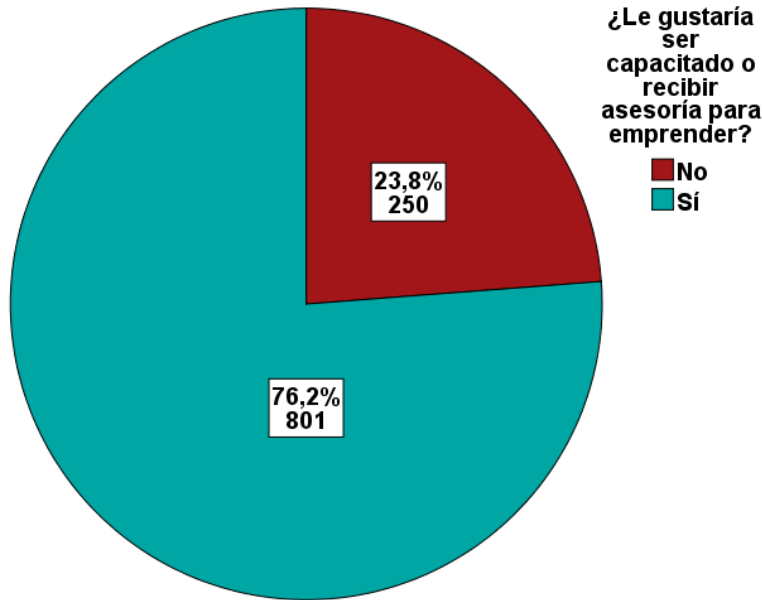
En cuanto a convenios se refiere, se observa que los egresados expresan mayor interés en los que tienen que ver con actividades académicas, convocatorias principalmente laborales, descuentos, siendo los tres más seleccionados.

- **Habilidades que quisiera fortalecer**



Se observa que las habilidades principales que los egresados desean mejorar son liderazgo, comunicación, idiomas, habilidades de gestión, gerencia e investigación

- **Capacitaciones de emprendimiento**

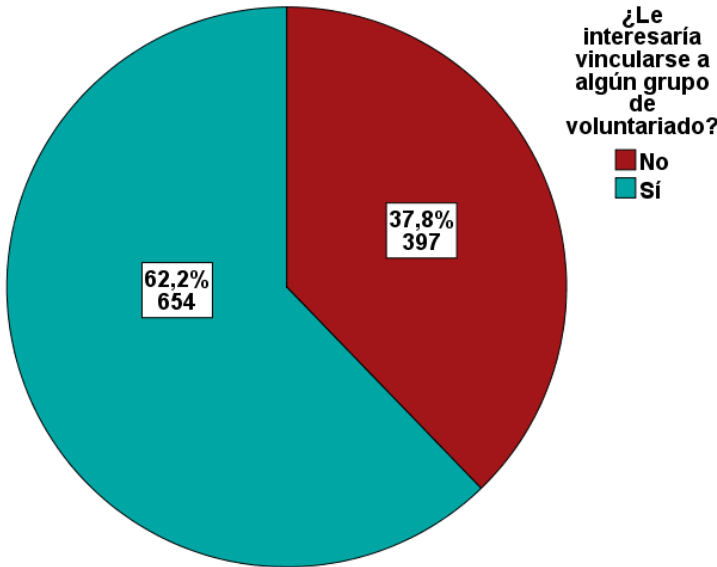


Respecto a la pregunta de capacitación o asesoramiento para emprender, la gran mayoría mencionó que si le gustaría obtener esta asesoría

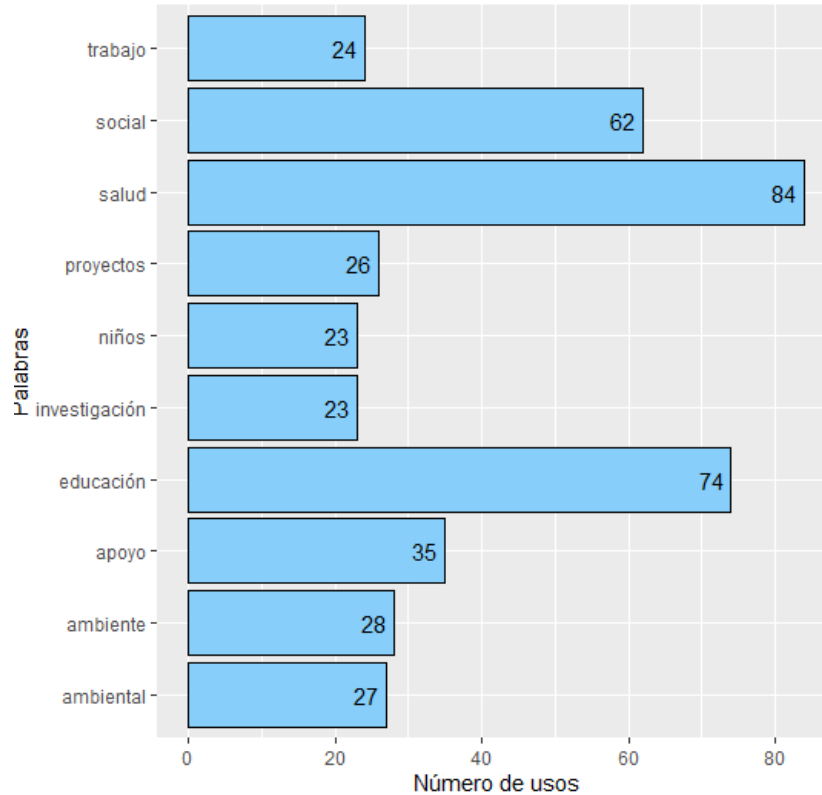


Se les preguntó si ya tenían alguna idea de emprendimiento, sin embargo, muchos de los que contestaron aún no tienen algún proyecto en particular

• **Voluntariado**

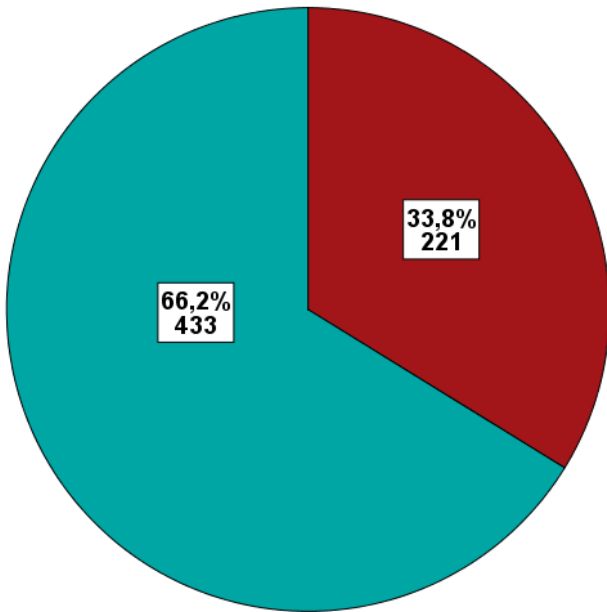


Diez palabras más frecuentes



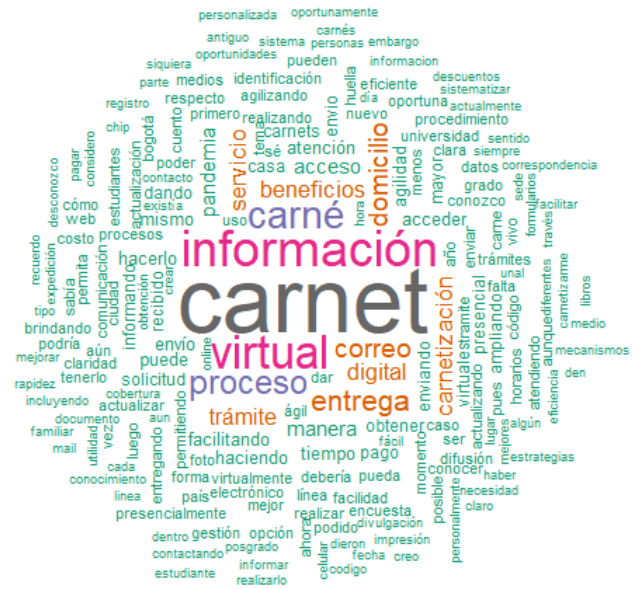
Se consultó a los egresados si les gustaría ingresar a un voluntariado, mostrando que más del 60% de los que respondieron la encuesta, les gustaría estar vinculado a uno, particularmente, se observa que las temáticas de interés son educación, salud, ambiente, comunidades e investigación.

- Mejoras en el servicio del Carné

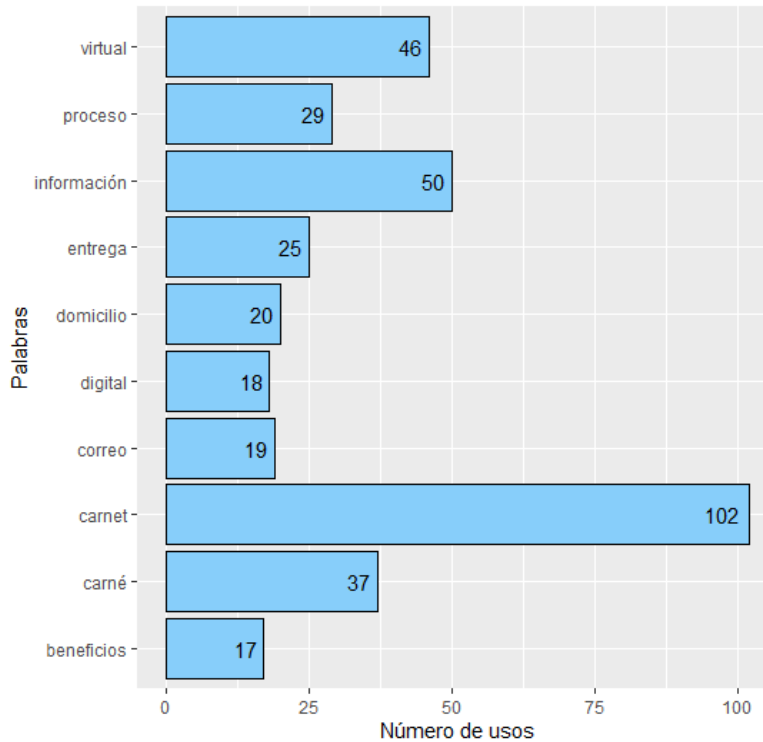


¿Considera usted que el servicio de carnetización podría mejorarse?

No
Sí

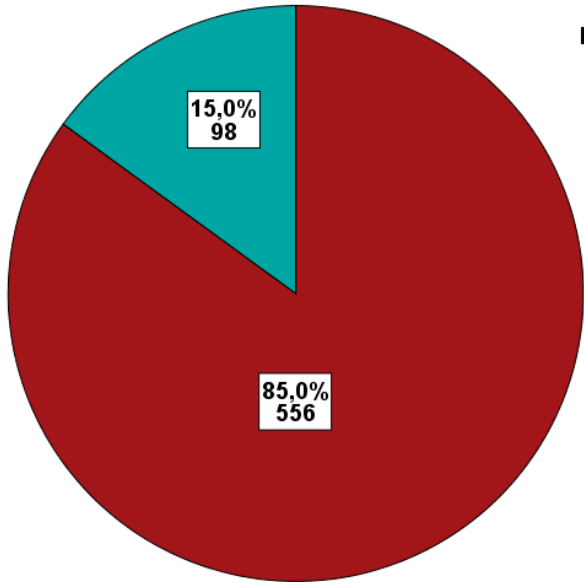


Diez palabras más frecuentes



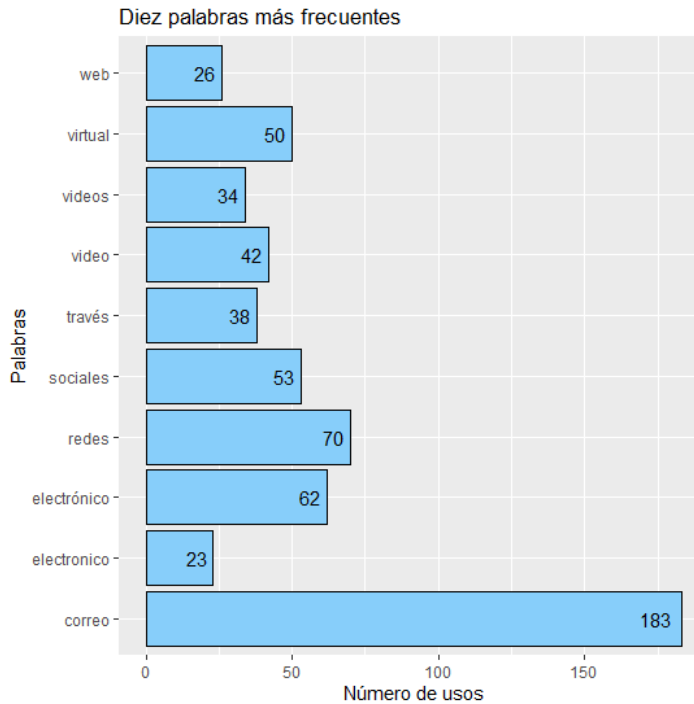
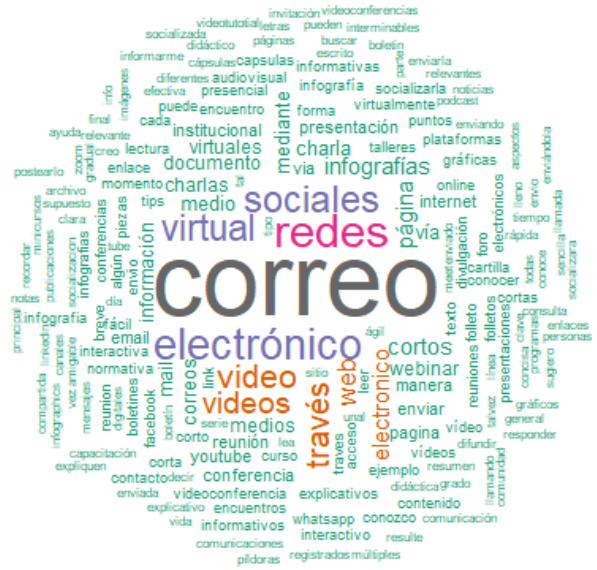
Respecto al servicio de carnetización, la mayoría de egresados considera que se puede mejorar, a través de la digitalización del documento o generando mecanismos como la entrega a domicilio o en un horario más cómodo.

• **Normatividad**



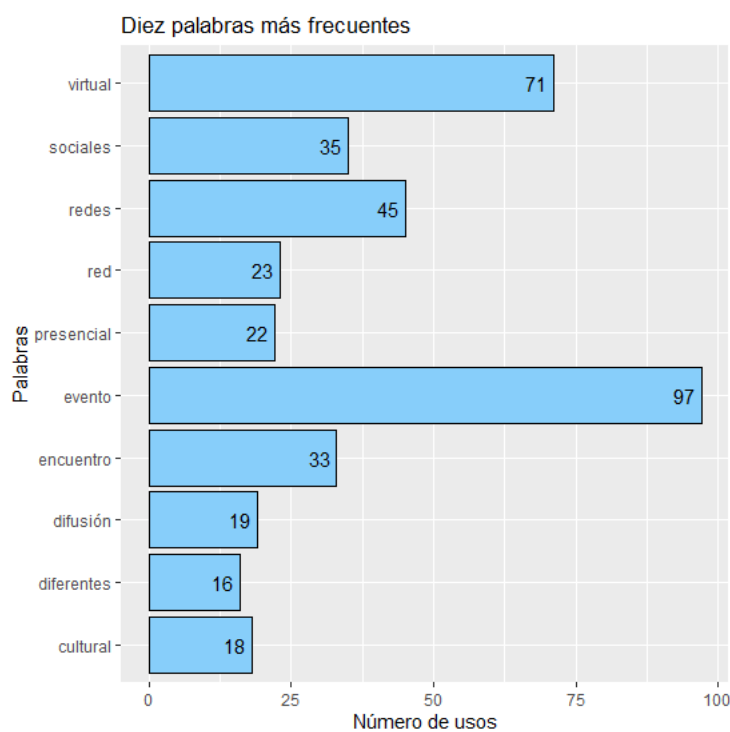
¿Conoce usted la normativa del Programa de Egresados?

■ No
■ Si



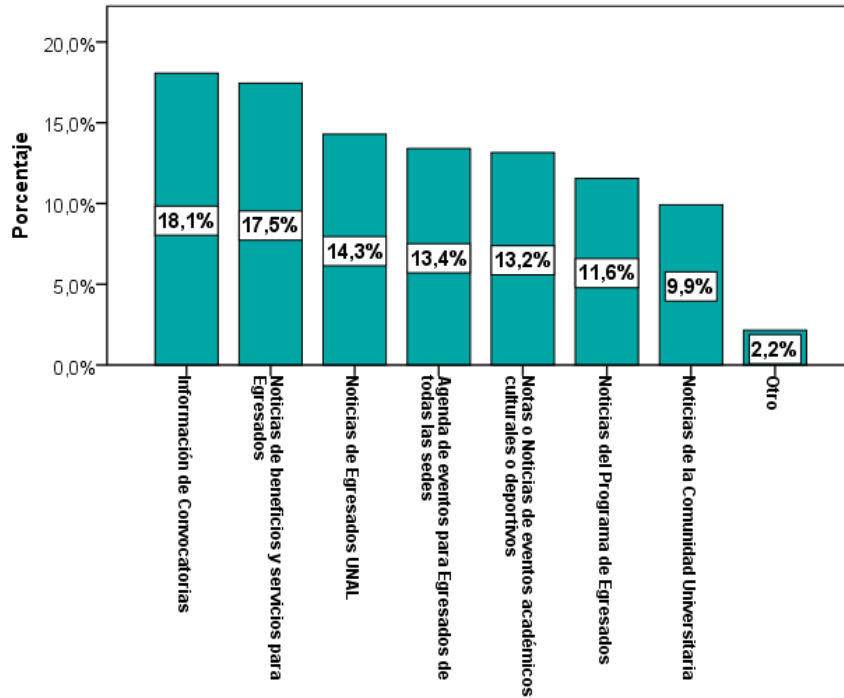
Respecto a la normatividad del Programa de Egresados, se indica en general que no se conoce, por lo cual se realizó la consulta de cual sería la mejor manera para darla a conocer, a los que los egresados contestaron que, en general, mediante el correo electrónico, apoyándose en piezas de video o infografías que pueden ser compartidas por redes sociales o de manera virtual.

- **Propuestas para el lanzamiento de la Red en 2021**



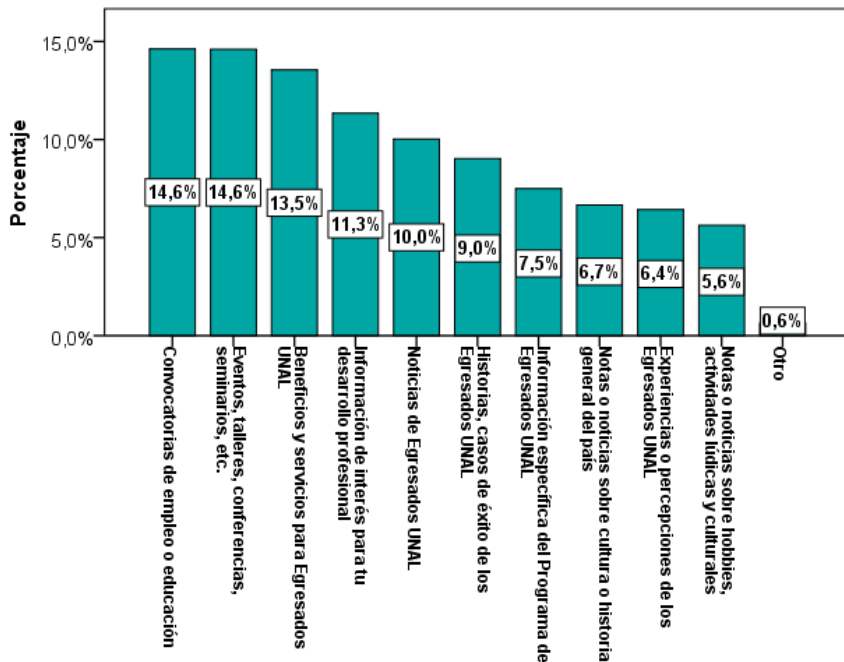
Consultando a los egresados, respecto a propuestas para el lanzamiento de la Red, se propone generar eventos virtuales y presenciales para la presentación, así como aprovechar los eventos culturales y los encuentros de egresados.

- Información en redes sociales y páginas web



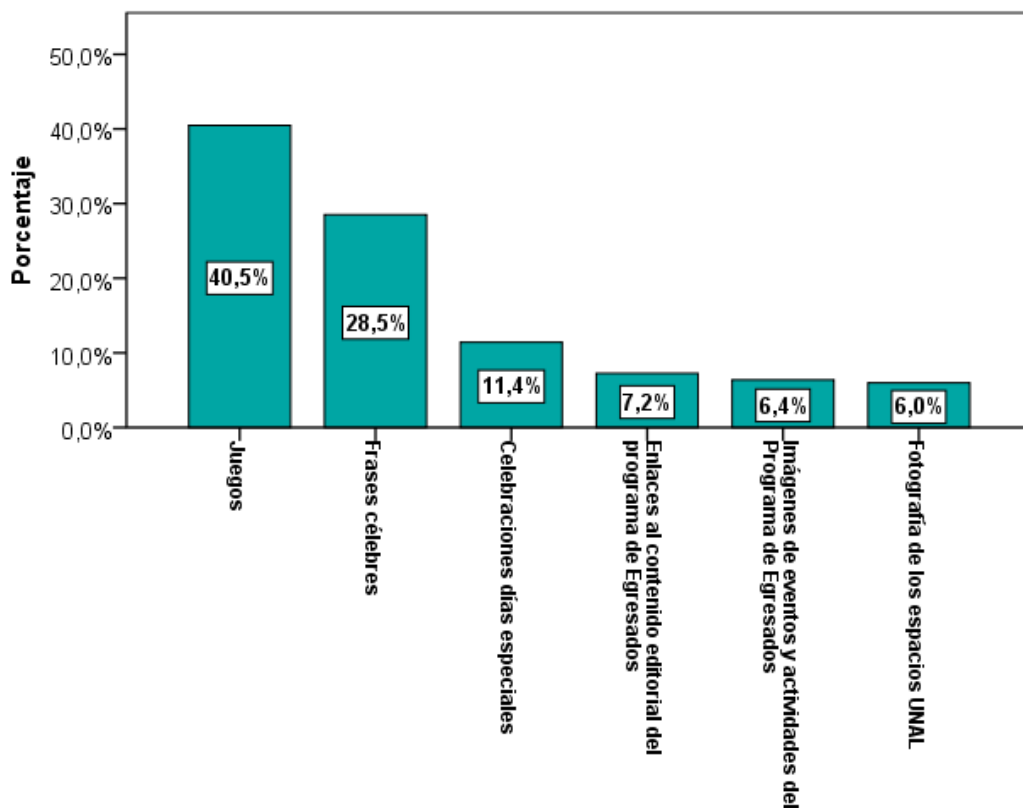
Noticias y publicaciones de interés en la página web del Programa

Se consultó a los egresados sobre las noticias de interés en la página web del programa, quienes informaron en general, que están interesados en ver publicaciones de convocatorias, noticias de beneficios para egresados y noticias de egresados UNAL, siendo estos tres tipos de contenido los más seleccionados.



Información de interés para leer en redes sociales del Programa

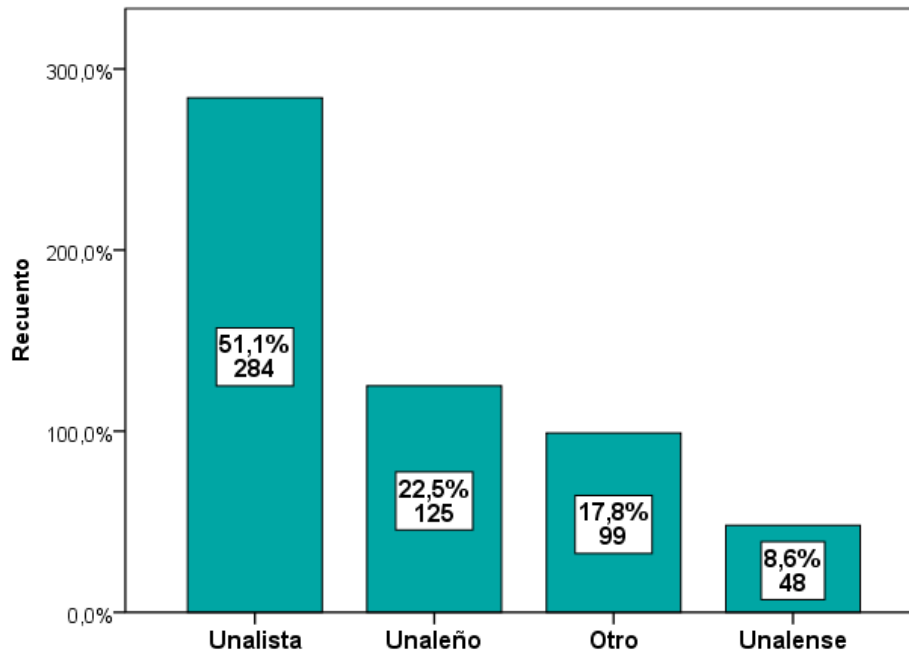
De igual manera se consultó respecto al contenido de las redes sociales, indicando que, para los egresados, es de interés ver información de convocatorias de empleo, eventos talleres y seminarios, así como conocer sobre beneficios y servicios para egresados UNAL.



Información de poco interés en redes sociales del Programa

De igual manera, los egresados informan que no les interesa ver en sus redes sociales, información de juegos, frases célebres.

- **Gentilicio**



Estas son las opciones de gentilicio que se han construido, por favor indique la opción de su preferencia o si lo desea, puede proponer una opción nueva.

Finalmente, se evaluó el gentilicio de la UNAL, que corresponde a la palabra que indica pertenencia a la Universidad, siendo Unalista la opción más votada, seguido de Unaleño.