



ACREDITADA EN ALTA CALIDAD
VICERRECTORÍA DE EXTENSIÓN
Y PROYECCIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

CENTRO DE EGRESADOS

INFORME DE SEGUIMIENTO A LOS RECIÉN
GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL
MAGDALENA. PROGRAMAS ACADÉMICOS
DE PREGRADO PRESENCIAL- 2023



AÚN+
incluyente
e innovadora
PERIODO 20.24

Directivos:

PABLO HERNÁN VERA SALAZAR PhD.
Rector

OSCAR GARCÍA VARGAS Ph.D.
Vicerrector Académico

JORGE ELIAS CARO Ph.D.
Vicerrector de Investigación

ÁLVARO JOSÉ MÉNDEZ NAVARRO MSC.
Vicerrector de Extensión y Proyección Social

JAIME NOGUERA SERRANO MSc.
Vicerrector Administrativo

Centro de Egresados:

IVIS ALVARADO MONTENEGRO Esp.
Directora

BRENDA MANJARRÉS SÁNCHEZ Esp.
Profesional de Seguimiento a Graduados

ROGER BARROS RODRÍGUEZ Esp.
Técnico Administrativo Seguimiento a Graduados

RAFAEL PINEDA GUERRERO Esp.
Ingeniero y Profesional de Seguimiento a Graduados

JASON BUSTAMANTE ALVAREZ.
Profesional de Seguimiento a Graduados

CENTRO DE EGRESADOS

Cra. 32 No 22 – 08, Bloque VIII, Primer Piso - 4217940 Ext. 3150 – 3275
egresados@unimagdalena.edu.co

Campus central Universidad del Magdalena – Santa Marta, Colombia

<http://egresados.unimagdalena.edu.co/>

1. Introducción

El Centro de Egresados desarrolla un proceso de seguimiento a los graduados desde el momento del grado y después de uno y cinco años posteriores a la titulación. A partir de ahí, se inicia un ejercicio que permite recolectar información vital que sirve para el análisis del acceso al mercado laboral, identificar las competencias requeridas para elevar la productividad y competitividad general y conocer las percepciones sobre la calidad de la educación impartida, la pertinencia de los programas y el impacto en el entorno, entre otros aspectos.

Dentro de las estrategias que la Universidad del Magdalena emplea para hacer seguimiento y mantener los datos de los graduados actualizados, se destacan: los encuentros de egresados, la aplicación de encuestas de seguimiento en los diferentes momentos de graduación, las ferias de servicios y beneficios, convocatorias laborales a través de la bolsa de empleo, jornadas de carnetización y actualización de datos en el marco de los eventos institucionales, actividades de bienestar universitario, jornadas de formación y capacitación, entre otros. La actualización de la base de datos de los graduados constituye un factor determinante en el conocimiento del impacto real que los graduados tienen en el medio.

Es preciso destacar que, en el año 2018, se inicia la campaña institucional Siembra por Unimagdalena, la cual hace referencia a la Campaña de Sensibilización Institucional hacia la Calidad Educativa Sostenible, enmarcada en una visión colectiva de la ruta de mejoramiento y autoevaluación para la renovación de la acreditación institucional de alta calidad y la formulación del nuevo plan de desarrollo de la Universidad del Magdalena. En ese sentido, se reestructura la imagen institucional y las relaciones interinstitucionales del Centro de Egresados, con el fin de que el graduado se sienta parte de la Gran Familia Unimagdalena, generando un mayor acercamiento.

El principal objetivo de la campaña dirigida a los graduados es el fortalecimiento del Sistema de Seguimiento y Acompañamiento y renovar la imagen institucional, a través de una plataforma dinámica en la que pueden acceder a servicios como actualización de datos, bolsa de empleo, oferta de posgrados, solicitud de carné de graduado y los beneficios ofrecidos por nuestros aliados prime.

La Institución promueve diversos canales de comunicación con los graduados, en la Tabla 1 se detallan los más utilizados:

TABLA 1.
Canales De Comunicación Empleados Por La Universidad Del Magdalena Para Mantener Contacto Con Los Graduados.

TIPO DE CANAL	CANALES
PRESENCIALES	Representación en órganos de dirección y administración académica
	Encuentros de Graduados: general y por programas
	Jornadas de actualización y carnetización
	Eventos institucionales
	Ferias de servicios y beneficios
	Asociaciones de graduados
	Programa de radio <i>La Voz del Egresado</i>
	Comités de autoevaluación con fines de acreditación
DIGITALES	Portal web y redes sociales institucionales
	Portal web y redes sociales del Centro de Egresados
	Sistema de Intermediación Laboral
	Revista institucional <i>Alumni</i>
	<i>Mailing</i> institucional de graduados

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados.

Dentro de los canales de comunicación empleados por la Universidad del Magdalena para mantener contacto con los graduados, se destacan, los espacios de integración y retroalimentación académica y profesional generados a través de los encuentros de graduados. Desde el año 2005 se han desarrollado encuentros en diferentes lugares del país, buscando con ello actualizar datos de los graduados, socializar la oferta de posgrados y educación continuada, mantener al graduado actualizado e informado frente a los procesos y servicios institucionales, obtener la percepción del graduado acerca de la formación académica y las competencias profesionales impartidas en los programas para retroalimentar los procesos académicos, además de ofrecer jornadas lúdicas y deportivas.

Asimismo, estos espacios de encuentro se constituyen en un escenario para hacer reconocimiento a los graduados destacados por su trayectoria profesional. Otra importante estrategia dispuesta para mantener comunicación con los graduados son las ferias de servicios y beneficios, donde se ofrece el portafolio de favorabilidades a los que pueden acceder los egresados con la Red de Aliados Prime, además de todos los servicios académicos, deportivos y culturales.

Asimismo, se estimula la creación y organización de asociaciones a nivel institucional y por programas, que permiten el desarrollo de actividades de

inserción laboral; diseñar, gestionar y ejecutar proyectos y oportunidades de mejoramiento de las competencias profesionales; desarrollar iniciativas de emprendimientos; desarrollar iniciativas de fortalecimiento de la pertinencia y calidad de los currículos de la oferta académica; y, fortalecer el tejido social, la solidaridad y la confraternidad entre los graduados de la Universidad del Magdalena; todo ello, en asocio con las Asociaciones de Graduados de los programas académicos.

Igualmente, se cuenta con canales de comunicación digitales para lograr un mayor acercamiento con los graduados. Estos canales se convierten en un punto de encuentro con la Institución, sobre todo con aquellos graduados que no residen en la ciudad de Santa Marta y que apoyan los procesos institucionales a través de estos medios, de los cuales se destaca el sistema de mailing de graduados, las redes sociales, el programa de radio La voz del Egresado y la revista Alumni. Estos canales de comunicación con los graduados permiten su activa participación en los diversos procesos académicos, de investigación y de extensión que lidera la Universidad del Magdalena.

Atendiendo a los lineamientos legales que rigen en la Universidad, se mantienen relaciones con sus graduados a través de la participación en los órganos de gobierno universitario: Consejo Superior, Consejo Académico, Consejos de Facultad y Consejos de Programa; en los diferentes Comités de Autoevaluación y Acreditación de los programas académicos y las Asociaciones de Egresados. Estos espacios facilitan canalizar sus aportes y experiencias, para contribuir al fortalecimiento de los procesos de planeación institucional y autoevaluación y aseguramiento de la calidad. De igual manera, los graduados participan en las mesas de trabajo para la resignificación del PEI y en la formulación del Plan de Desarrollo Institucional, entre otros.

A continuación, se presentan los espacios de participación de los graduados en la vida institucional.

TABLA 2.
Espacios De Participación De Los Graduados En La Vida Curricular E Institucional.

Espacios de participación
Encuentros de Egresados
Feria de servicios y beneficios
Beneficiados con estímulos académicos

Vinculados laboralmente a través de la Bolsa de Empleo
Participantes en actividades de Bienestar Universitario
Graduados carnetizados y actualizados
Convocatorias del Voluntariado Universitario

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Egresados.

En definitiva, se determina que la Universidad del Magdalena cuenta con un Sistema de Acompañamiento y Seguimiento y una variedad de canales de comunicación que le permiten una permanente interacción y un eficaz monitoreo del impacto del graduado en los ámbitos empresarial, social, económico, cultural, deportivo, académico, investigativo, entre otros. Esta interacción permite obtener diversos insumos para fortalecer los procesos misionales y proyectos estratégicos de la Universidad.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de seguimiento a los recién graduados de los programas académicos de pregrado presencial de la Universidad del Magdalena en el año 2023.

2.2. Objetivos Específicos

- a. Describir las principales variables sociodemográficas de los recién graduados con base en datos relevantes de tipo personal y de su entorno familiar.
- b. Caracterizar el contexto laboral en el que se desenvuelven los recién graduados.
- c. Conocer el nivel de satisfacción de los recién graduados con respecto a la formación recibida y su identidad con la Institución.

3. Metodología

El presente trabajo se llevó a cabo utilizando un enfoque cuantitativo y descriptivo. Se detallaron las características y perfiles de los recién graduados de los programas de pregrado presenciales en la Universidad del Magdalena, tanto en programas tecnológicos como universitarios. La investigación se realizó al momento de la graduación, analizando variables sociodemográficas y el entorno familiar de los graduados. Además, se examinó el contexto laboral en el que se encontraban, se evaluó su nivel de satisfacción con la educación recibida y se investigó su identificación con la institución educativa.

Para llevar a cabo este análisis, se utilizaron herramientas para recopilar información. Se diseñó un instrumento de recolección de datos, cuyas características se detallan a continuación.

3.1. Diseño de instrumentos

Para la recolección de datos se diseñó un formato de encuesta con base en la establecida por el OLE, el cual permite conocer la percepción que tienen los recién titulados al momento de graduarse, el nivel de satisfacción con la Institución, el programa al que pertenecen y la relación que tiene con el desempeño en el ámbito laboral. Este instrumento consta de diez componentes, los cuales se detallan a continuación:

- a. Información personal y familiar:** Datos de identificación del recién graduado como el género, estado civil, nivel de estudios de los padres y su ocupación actual.

- b. Historia académica y financiación:** Información sobre los estudios de secundaria y las principales fuentes de financiación de su pregrado.

- c. Competencias:** Este componente indaga sobre el conocimiento de lenguas extranjeras; se examina si estudiaron en un colegio bilingüe y el grado de influencia que tiene la Institución en la formación de otros idiomas. También se mide la percepción que tienen los recién graduados con las competencias adquiridas durante su formación.
- d. Plan de vida:** Información acerca de las actividades que desean desarrollar los recién graduado a largo plazo, que comprende desde crear empresa, hasta estudiar en otro país.
- e. Situación laboral:** Actividades que desarrolló el recién egresado la última semana, los canales de búsqueda que utilizaron para obtener su empleo actual y a su vez, la relación que tiene el empleo actual con lo estudiado a lo largo de su pregrado.
- f. Recién graduados como trabajadores independientes:** Información acerca de las actividades económicas del recién graduado como trabajador independiente, el interés que tiene por crear empresa y la dificultad para desarrollar emprendimientos.
- g. Aspectos generales de las actividades laborales:** Información acerca de la contribución del trabajo actual al desarrollo y crecimiento personal del recién graduado y su nivel de satisfacción con relación al trabajo que ejerce.
- h. Recién graduados que están buscando empleo:** Indaga acerca de los canales de búsqueda implementados por los recién graduados a la hora de buscar empleo y la dificultad para relacionar las actividades laborales con la carrera estudiada en el pregrado.

- i. **Nivel de identidad con la Institución de educación superior:** Información acerca de otros estudios que desearían realizar los recién graduados, el posible interés de estos en volver a estudiar en la Universidad del Magdalena y las razones que soportarían esa decisión.

- j. **Satisfacción con los recursos ofrecidos por la Universidad del Magdalena:** Información que permita conocer la percepción sobre la Institución con respecto a la calidad educativa, la calidad del programa, el grado de satisfacción con el personal docente, el apoyo a los estudiantes, la gestión administrativa y de recursos físicos disponibles a lo largo de los estudios de pregrado.

3.2. Diseño estadístico

Tipo de operación estadística: Censo. Las encuestas fueron diligenciadas por los futuros graduandos a través de la página web: <http://egresados.unimagdalena.edu.co/encuestas>

Universo: El universo poblacional de este estudio lo conformaron los recién graduados en el momento de grado 2023, correspondiente a los programas académicos de pregrado presencial en los niveles tecnológico y universitario.

Población objetivo: Está conformada por los recién graduados de los programas de pregrado presencial de la Universidad del Magdalena para el año 2023. En consideración a los propósitos y alcance del estudio se excluyó a los recién graduados de pregrado de la metodología a distancia y de la modalidad de posgrados.

Período de recolección: El censo se llevó a cabo entre enero y diciembre de 2023.

3.3. Recolección de datos

Tabla 3. Ficha técnica y Metodológica de la encuesta

Actividad	Encuestas de Seguimiento a Graduados Año 0 (Momento de grado)
Objetivo General	Realizar un estudio de seguimiento a los recién graduados de los programas de pregrado presencial de la Universidad del Magdalena en el año 2023
Universo	Todos los graduados de los programas académicos de pregrado presencial en el año 2023.
Población	2182 recién graduados, que diligenciaron la encuesta para optar al título de tecnólogo o universitario.
Método de recolección	Encuestas diligenciadas por los futuros graduandos, realizadas a través de la página web: http://egresados.unimagdalena.edu.co/encuestas
Período	De enero a diciembre de 2023

Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

La distribución por programas, fue la siguiente:

Tabla 4. Programas Modalidad Presencial

Programas	N° de encuestas	Participación (%)
Administración De Empresas	167	7,65%
Administración De Empresas Turísticas Y Hoteleras	20	0,92%
Antropología	54	2,47%
Biología	36	1,65%
Cine Y Audiovisuales	50	2,29%
Contaduría Pública	169	7,75%
Derecho	167	7,65%
Economía	70	3,21%
Enfermería	94	4,31%
Historia Y Patrimonio	10	0,46%
Ingeniería Agronómica	67	3,07%
Ingeniería Ambiental Y Sanitaria	144	6,60%
Ingeniería Civil	115	5,27%
Ingeniería De Sistemas	89	4,08%
Ingeniería Electrónica	123	5,64%
Ingeniería Industrial	148	6,78%
Ingeniería Pesquera	45	2,06%
Licenciatura En Educación Básica Con Énfasis En Ciencias Sociales	1	0,05%
Licenciatura En Educación Campesina Y Rural	8	0,37%
Licenciatura En Educación Infantil	49	2,25%
Licenciatura En Informática	15	0,69%
Licenciatura En Preescolar	41	1,88%

Medicina	84	3,85%
Negocios Internacionales	146	6,69%
Odontología	89	4,08%
Psicología	108	4,95%
Tecnología En Gestión Hotelera Y Turística	73	3,35%
TOTAL	2182	100,00%

Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

3.4. Análisis de los datos y elaboración del informe

Después de finalizar el proceso de recopilación de datos a través de encuestas y asegurarse de contar con toda la información necesaria, se avanzó en la conversión de estos datos a formato digital. Posteriormente, se procedió a la ordenación de los datos y se crearon representaciones gráficas de acuerdo con los indicadores y elementos previamente definidos en la herramienta de recolección de datos.

Una vez que las gráficas fueron construidas, se procedió a llevar a cabo un análisis de los resultados por cada uno de los componentes definidos. A partir de este análisis, se formularon las conclusiones del estudio, las cuales están detalladas en el presente informe.

4. Antecedentes

En Colombia ha habido un proceso de organización y fortalecimiento de los sistemas de información, especialmente los de carácter académico. En este sentido se observa que el seguimiento a los graduados está recibiendo adecuados soportes tecnológicos (CNA, 2006), que se reflejan en la implementación de sistemas de información, portales de intermediación laboral, instrumentos de evaluación del desempeño e impacto de los graduados; permanentes estrategias de comunicación, encuentro con las comunidades de egresados residentes en el país o en el exterior y mayor acercamiento con el sector productivo.

Por su parte, la Universidad del Magdalena desde el año de 1999 inició la incorporación de la cultura de la Planeación Institucional y sus principios

fundamentales para la formulación y el seguimiento de Planes Anuales de Acción orientados al mejoramiento de las áreas críticas.

Fue así como a partir del año 2000 se formuló en el marco del Plan Decenal de Desarrollo 2000-2009, una estrategia de "*construcción de la comunidad universitaria*", compuesta por los planes de *Desarrollo de la cultura universitaria*, el *Sistema integral de bienestar universitario* y el programa de *Promoción de los egresados*. También se encuentran la Agenda de Altísima Prioridad y los lineamientos generales del Proyecto Educativo Institucional, evidenciando así el interés por el fortalecimiento del seguimiento y la evaluación del impacto de los graduados en los distintos Planes Anuales de Acción.

Posteriormente en el año 2002, en el marco del Plan de Acción Institucional y dentro de la Estrategia No. 2, sobre la Articulación con el Entorno, se estableció el proyecto 221 denominado *Impulso a la creación y consolidación de la asociación de egresados*, cuyas metas fueron la organización gremial de los graduados con alto nivel de interlocución interna y externa, su constitución legal y la propiciación de un clima adecuado para la integración de los egresados a los procesos internos, proyecto que tuvo como resultado la creación de la Asociación de Egresados.

Para el año 2004, dentro de la estrategia No. 1 sobre la Calidad Académica, se formularon dos proyectos en relación a la articulación de los graduados, de los cuales se estableció el 161 denominado *Consolidación de la Asociación Institucional de Egresados*, cuyo propósito fue consolidar los procesos de integración y organización de los graduados, con lo cual se logró la conformación de la nueva junta directiva de la asociación.

Así mismo se estableció el proyecto 163, *Organización del Sistema de Información de los Egresados*, cuyo objetivo fue el diseño e implementación de un aplicativo web que permitiera la búsqueda, descubrimiento y acceso a la información a los graduados de los diferentes programas académicos que ofrece la Universidad.

En el año 2005, dentro de la estrategia No. 4 sobre la Pertinencia y Proyección Social, se establecieron múltiples proyectos relacionados con el posicionamiento de los graduados, como el fortalecimiento de la asociación de egresados,

organización del observatorio del egresado, creación de un centro de promoción de los egresados apoyado en un banco de hojas de vida y el proyecto para el diseño e implementación del programa de estímulos para los egresados.

Los proyectos arrojaron como resultado la conformación de siete asociaciones de egresados y conformación de capítulos por centros zonales, la aplicación de encuestas para el estudio del impacto laboral de los egresados en el medio, el registro de la información de los graduados entre los años 2000 y 2005, la organización de un banco de hojas de vida conexas a un aplicativo web, la realización del primer encuentro de egresados, la publicación del boletín informativo para los graduados, entrega del primer reconocimiento a los graduados destacados y se inicia la carnetización de los mismos.

En el año 2006, se establecieron varios proyectos relacionados con el posicionamiento de los graduados, destacándose el fortalecimiento de las asociaciones de egresados, la creación del observatorio y promoción del egresado y el proyecto sobre las favorabilidades para los graduados.

A finales del 2007, se firma el convenio interinstitucional entre la Universidad del Magdalena y el Ministerio de Educación Nacional, que tenía como objetivo el fortalecimiento del sistema de seguimiento de egresados de la Institución. Producto de la ejecución del convenio, en el 2008 se realiza el III Encuentro General de Egresados; se da inicio a la aplicación de las encuestas de seguimiento del OLE y se consolidan los datos de 5000 graduados, entre otras actividades.

En el año 2009, se fortalece el Sistema de Información para Egresados y Graduados (SIEG) y se crea el portal de egresados, en éste, se soporta el proceso de seguimiento actual de los graduados y se dispone de un aplicativo para la gestión de la intermediación laboral. En los dos años siguientes, se realizaron dos censos de graduados para facilitar la participación de este estamento en la elección de representantes a los órganos de dirección y administración de la Institución, además de la promoción de diferentes actividades de capacitación y vinculación de los graduados a la vida institucional.

En el marco de la iniciativa estratégica del Plan de Desarrollo Universitario 2010-2019, *Programa de Seguimiento y Vinculación del Egresado*; en el año 2014, el Centro de Egresados continua la campaña de actualización de datos de sus graduados, elaborara seis informes de seguimiento a recién titulados de la Institución, lanza la primera edición de la revista Alumni, rediseña el portal institucional de egresados y organiza los sistemas de información SIL, SIEG, SACE¹. Finalmente, a comienzos del 2015, el Servicio Público de Empleo autorizó al Centro de Egresados como bolsa de empleo institucional para divulgar vacantes a sus graduados.

Actualmente el Plan de Gobierno 2012-2016, contiene la estrategia No.3 concerniente a la *Investigación, innovación y responsabilidad social y ambiental*, cuyo objetivo pretende potenciar la articulación de los sistemas de investigación y extensión para fortalecer el desarrollo en Ciencia, Tecnología e Innovación que impulse la transformación productiva y el desarrollo sostenible de la región y el país, propiciando así una relación efectiva y benéfica de la Universidad-empresa-estado y sociedad, basada en el principio de la responsabilidad social universitaria.

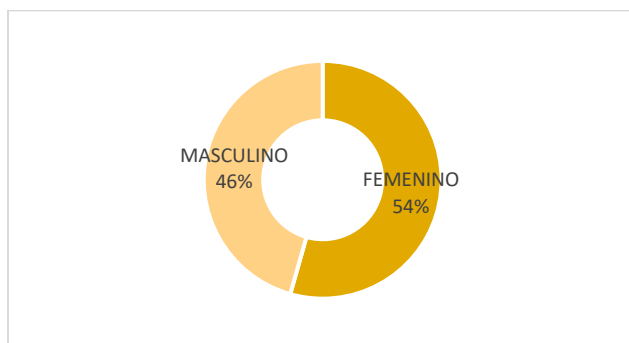
La estrategia propone las siguientes iniciativas y/o proyectos: el *Programa de Seguimiento a Egresados*; el *Programa de Incentivos y Estímulos para Egresados*; y el *Fortalecimiento del Centro de Egresados*.

¹ SIL: Sistema de Intermediación Laboral
SIEG: Sistema de Información para el Egresado y Graduado
SACE: Sistema de Administración del Centro de Egresados

5. Resultados de seguimiento a los recién graduados de los programas académicos de pregrado presencial - 2023

5.1. Datos de los recién graduados

Gráfico 1. Distribución de graduados según género

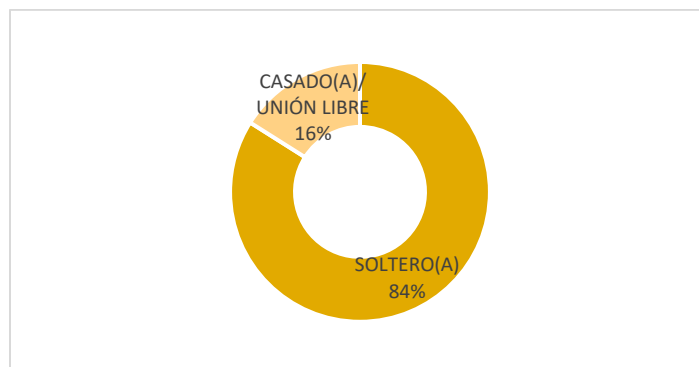


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En el transcurso del período de 2023, se observó que la mayoría de los graduados que participaron en la encuesta fueron de género Femenino, representando un (54%) del total, mientras que el género Masculino conformó el (46%) restante.

5.2. Información personal y familiar

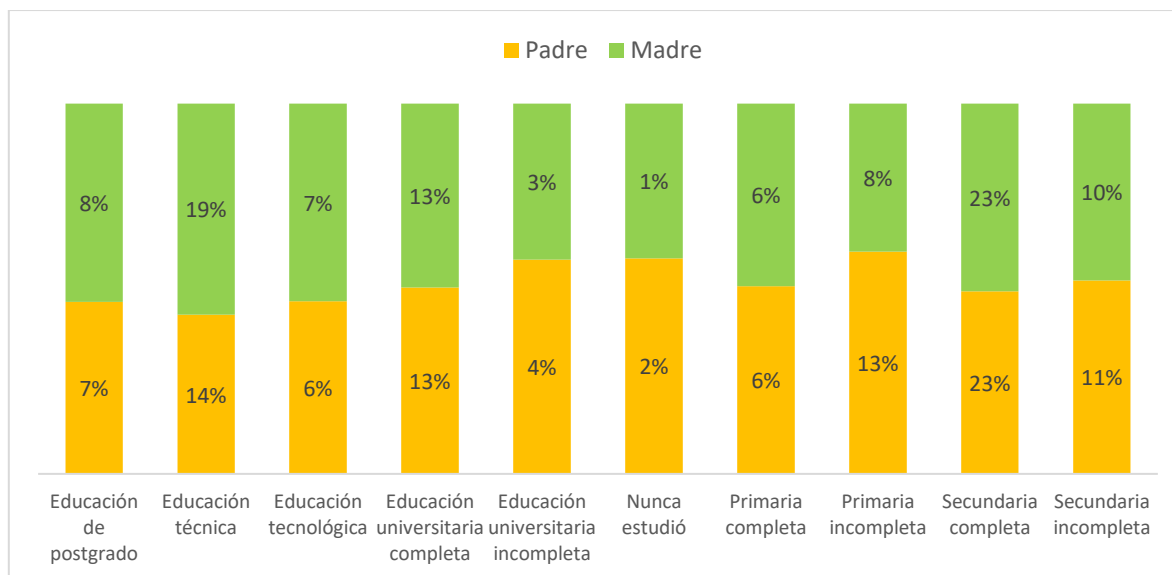
Gráfico 2. Distribución de recién graduados según estado civil



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Basándonos en los datos personales y familiares, al analizar cómo se distribuyen los recién graduados según su estado civil, se pudo notar que el (84%) están solteros, mientras que solo un (16%) están casados o viven en unión libre.

Gráfico 3. Nivel de educación de los padres de los recién graduados según género

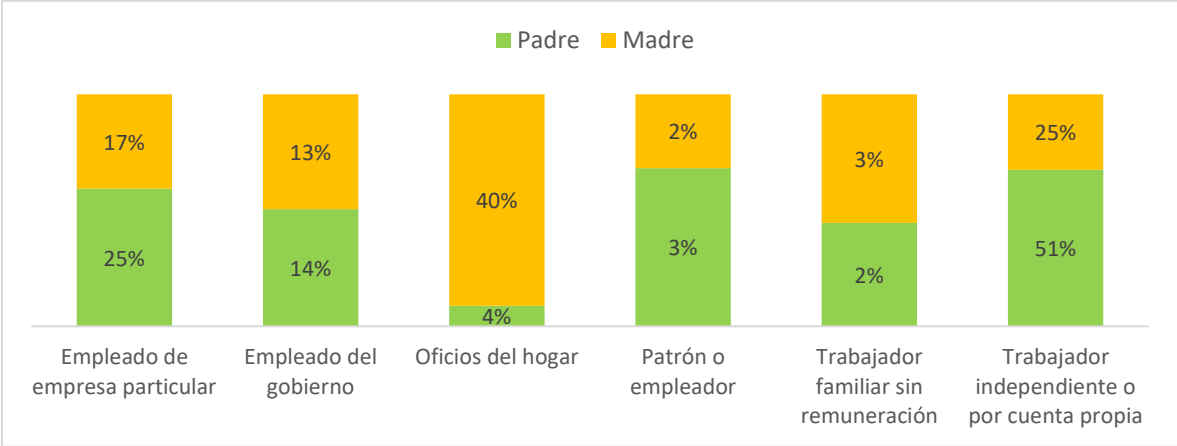


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En relación al nivel educativo de los padres recién graduados según su género, se destaca que los niveles más altos de formación se concentran en la educación secundaria completa, la educación técnica y la educación universitaria completa.

La proporción más significativa de padres tiene una educación secundaria completa (23%) o una educación técnica (14%), asimismo, para el caso de las madres, la mayoría tiene una educación secundaria completa (23%) o una educación técnica (19%). En cuanto a estudios de postgrado, solo un pequeño porcentaje de padres (7%) y madres (8%) ha alcanzado este nivel educativo.

Gráfico 4. Principal ocupación de los padres según género

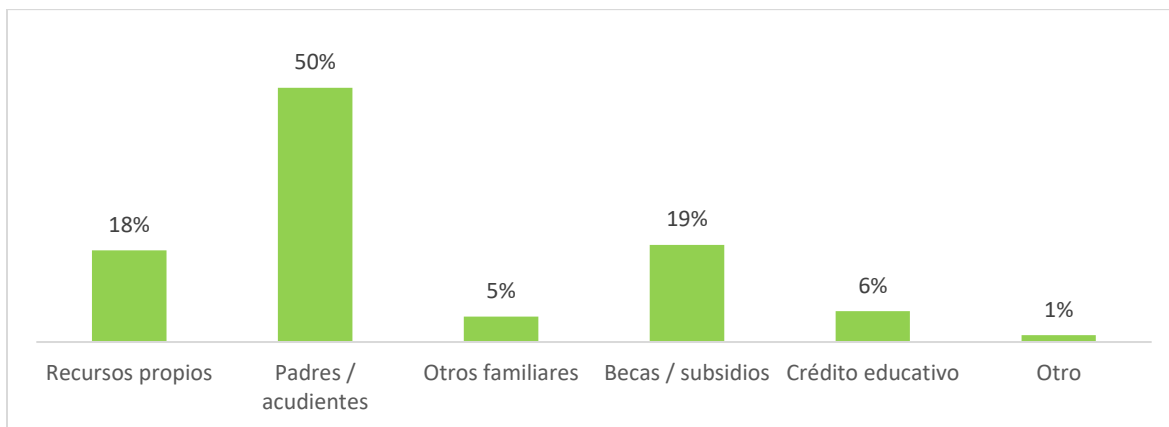


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Según la ocupación principal de los padres, observamos que el (51%) de los padres están involucrados en actividades independientes o trabajan por cuenta propia, en contraste con el (25%) de las madres que realizan estas actividades. En cuanto a las responsabilidades relacionadas con las labores del hogar, las madres representan el (40%) de estas ocupaciones, mientras que los padres solo el (4%). En el ámbito de empleados en empresas particular, se nota una diferencia del (8%) entre padres y madres, siendo los padres la mayoría en este tipo de empleo.

5.3. Historia académica y financiación de estudios de los recién graduados

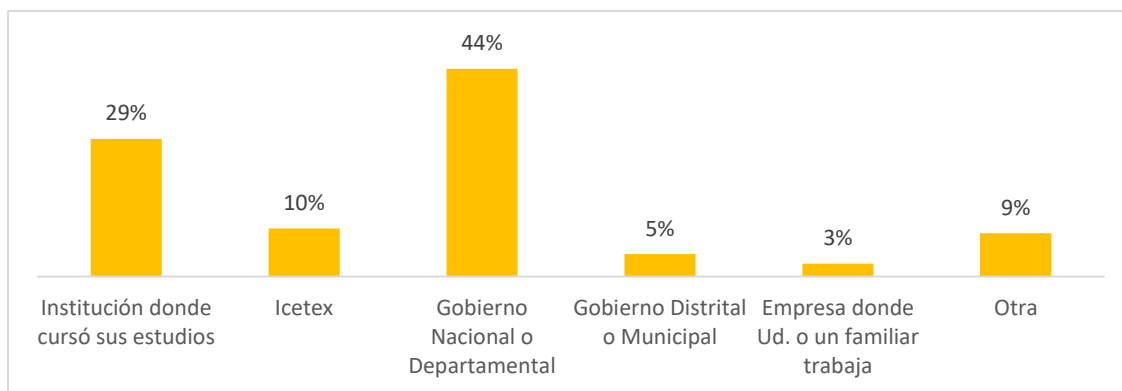
Gráfico 5. Distribución de los graduados según la fuente de financiación de sus estudios



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Como se puede observar de acuerdo a su fuente de financiación de sus estudios, el (50%) de los graduados recibió apoyo financiero de sus padres o acudientes para pagar su educación, mientras que solo un (18%) lo hizo con sus propios recursos. Un (19%) de los graduados obtuvo becas o subsidios, mientras que un (6%) optó por un crédito educativo. Solo un (5%) recibió ayuda financiera de otros familiares para financiar sus estudios universitarios.

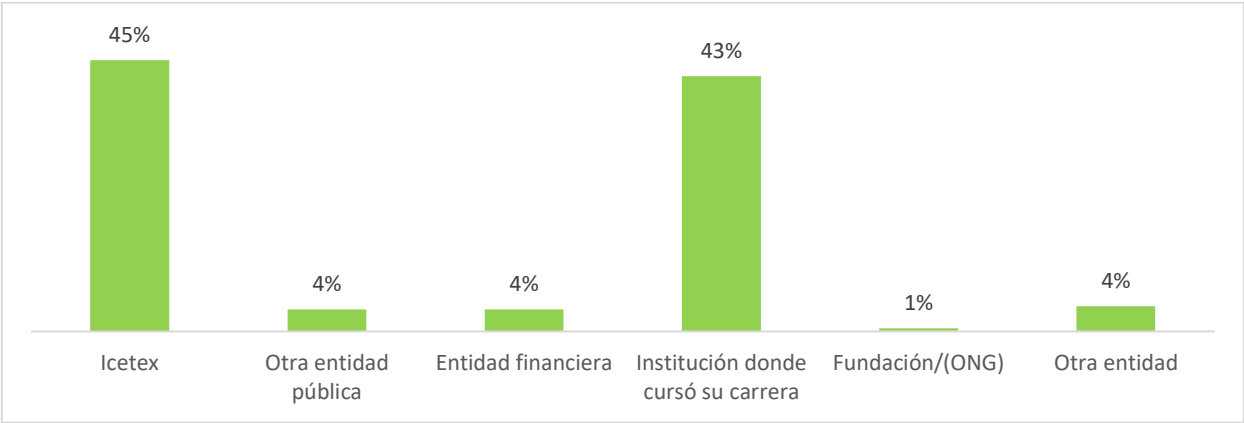
Gráfico 6. De cuál(es) de estas entidades recibió beca o subsidio en dinero o especie para estudiar, durante algún(os) semestre(s) de su carrera



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En términos del respaldo financiero proporcionado para sus estudios, durante el año 2023, el (44%) de los recién graduados recibió apoyo económico del Gobierno Nacional o Departamental, el (29%) a través de la Institución donde cursó sus estudios. Solo un (9%) optó por otras fuentes de financiamiento educativo.

Gráfico 7. De cuál(es) de estas entidades recibió un crédito educativo durante algún(os) semestre(s) de su carrera

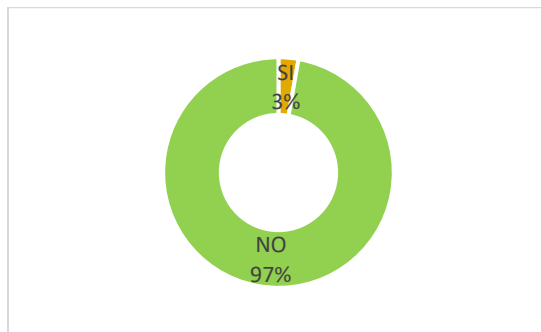


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Según las diversas instituciones que ayudaron a financiar sus estudios, se aprecia que el (43%) de los graduados prefirieron la Universidad del Magdalena como fuente de financiamiento, y aquellos que eligieron créditos del ICETEX, constituyendo el (45%).

5.4. Competencias

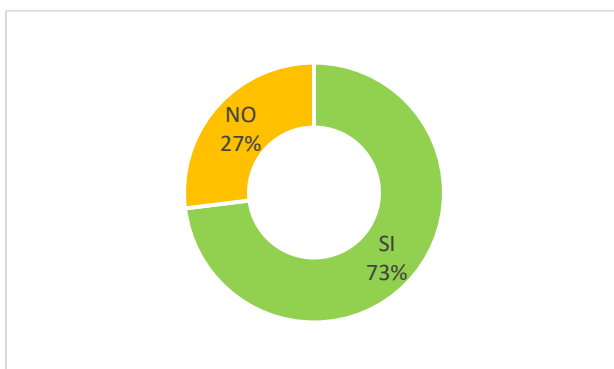
Gráficos 8. Participación de graduados según la procedencia de instituciones bilingües



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En lo que respecta a la procedencia de los graduados en términos de haber asistido a instituciones bilingües y sus competencias o habilidades previas al ingresar a la universidad, se observa que solo el (3%) proviene de escuelas secundarias con enfoque bilingüe. Esto podría explicarse por los costos significativamente más altos asociados con este tipo de instituciones educativas.

Gráfico 9. Porcentaje de graduados influenciados por la universidad del Magdalena en la mejora de competencia en idiomas extranjeros

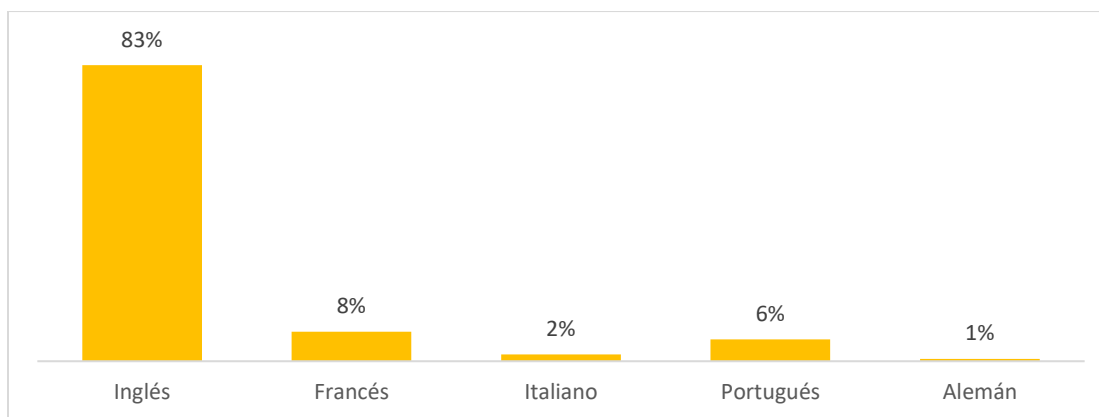


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En lo que respecta a los graduados que experimentaron una influencia positiva de la Universidad del Magdalena en el desarrollo de sus habilidades en idiomas extranjeros, se encontró que un notable (73%) de los recién graduados se benefició en gran medida. La universidad actuó como un catalizador importante para su

aprendizaje de idiomas extranjeros, lo cual se reflejó en las materias electivas integrales y en los cursos de inglés que ofrece la institución.

Gráfico 10. Distribución de graduados según los idiomas estudiados



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Los graduados de la Universidad del Magdalena, en cuanto a idiomas, muestran una clara preferencia por el inglés como su primera opción de estudio, viéndose reflejado con un (83%). El francés se ubica en un segundo lugar, elegido por un (8%). En lo que respecta a otros idiomas, la elección es mínima y apenas significativa por parte de los graduados.

Tabla 1. Apreciación de los recién graduados frente a la formación recibida

Competencias	Muy Satisfecho	Satisfecho	insatisfecho	Muy insatisfecho
Exponer las ideas por medios escritos	39%	58%	2%	2%
Comunicarse oralmente con claridad	43%	53%	3%	2%
Persuadir y convencer a sus interlocutores	33%	60%	5%	2%
Identificar y utilizar símbolos para comunicarse (lenguaje icónico, lenguaje no verbal, etc.)	30%	55%	11%	4%
Aceptar las diferencias y trabajar en contexto multiculturales	51%	45%	2%	2%
Utilizar herramientas informáticas básicas (procesadores de texto,	49%	46%	4%	2%

hojas de cálculo, correo electrónico, etc.)				
Aprender y mantenerse actualizado	49%	47%	2%	2%
Ser creativo e innovador	47%	48%	3%	2%
Buscar, analizar, administrar y compartir información	50%	47%	1%	2%
Crear, investigar y adoptar tecnología	43%	51%	4%	2%
Diseñar e implementar soluciones con el apoyo de tecnología	42%	50%	5%	2%
Identificar, plantear y resolver problemas	50%	47%	1%	2%
Capacidad de abstracción análisis y síntesis	44%	52%	2%	2%
Comprender la realidad que lo rodea	52%	44%	2%	2%
Asumir una cultura de convivencia	53%	44%	1%	2%

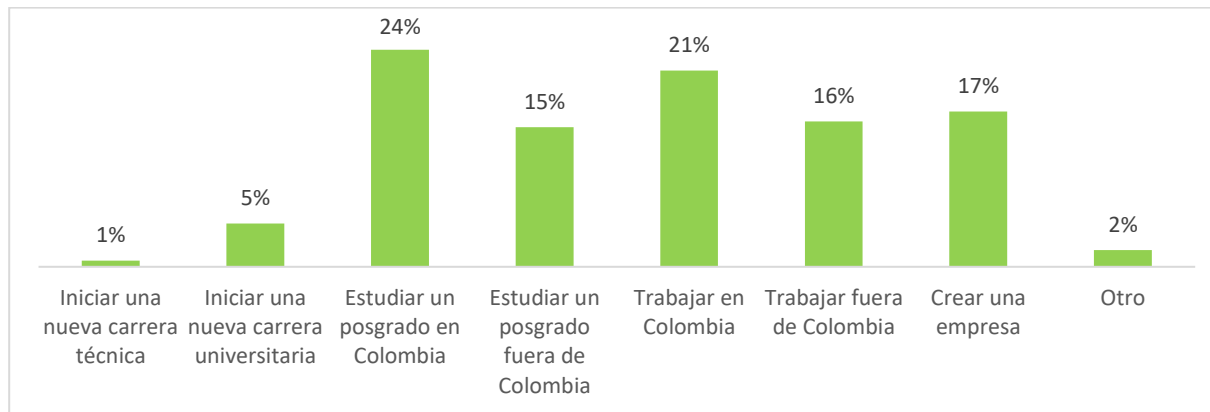
Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En lo que concierne a la percepción de los graduados sobre la formación que recibieron, aquellos que se sintieron muy satisfechos destacaron especialmente aceptar las diferencias y trabajar en contextos multiculturales, comprender la realidad que lo rodea y asumir una cultura de convivencia.

Por otro lado, en cuanto a las competencias que generaron insatisfacción, se destacan la capacidad de Crear, investigar y adoptar tecnología y la habilidad de diseñar e implementar soluciones con el apoyo de la tecnología.

5.5. Plan de vida

Gráfico 11. Distribución de graduados según las actividades que desean realizar a largo plazo

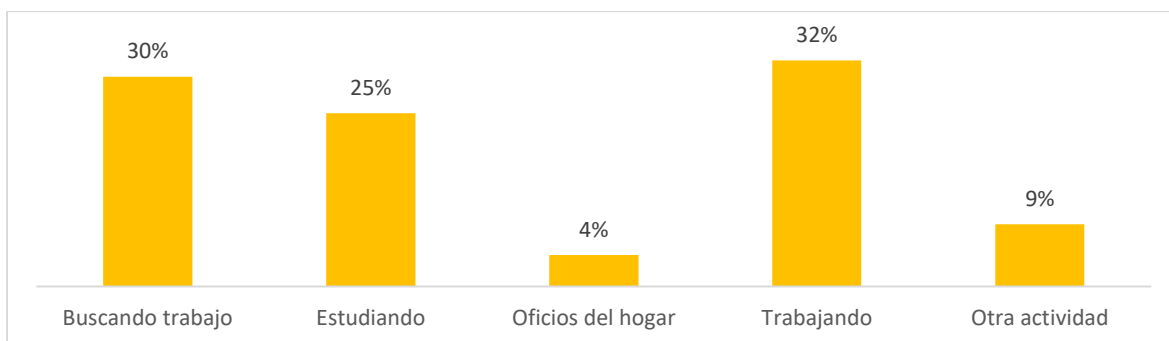


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Las metas a largo plazo más comunes para los recién graduados incluyen un (24%) que planea estudiar un posgrado en Colombia, un (21%) que desea trabajar en Colombia y un (17%) que aspira a emprender y crear su propia empresa

5.6. Situación laboral

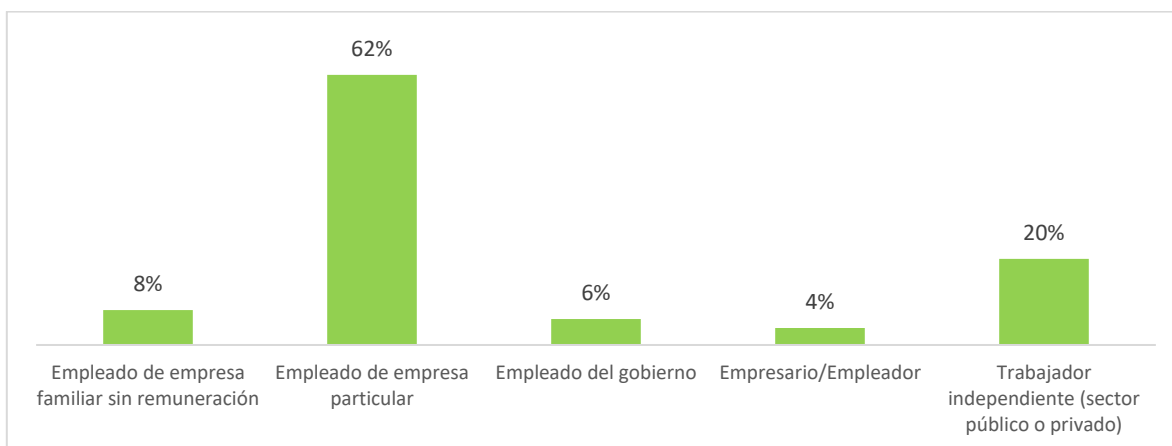
Gráfico 12. Distribución de graduados según la (s) actividad (es) que realiza



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

El (30%) de los recién graduados en este período se encuentra principalmente en la búsqueda de trabajo, seguido por un (32%) que se dedica principalmente a trabajar y un (25%) que está enfocado en sus estudios.

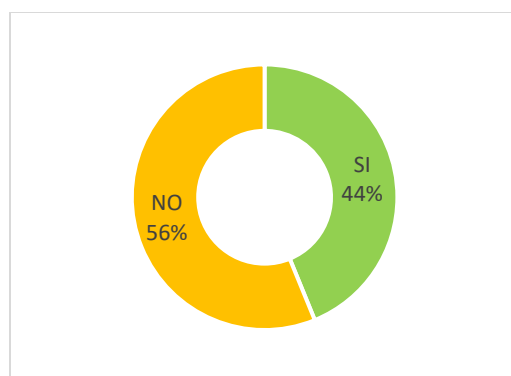
Gráfico 13. Distribución de graduados según el tipo de empleo que desempeña



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En relación al tipo de empleo que han obtenido, se descubrió que el (32%) de los recién graduados que actualmente están trabajando, según lo indicado en el gráfico 13, está mayormente compuesto por empleados de empresa particular, representando el (62%) de este porcentaje. Un (20%) son trabajadores independientes, ya sea en el sector público o privado, mientras que un (6%) están empleados en el gobierno y un (8%) trabajan en empresas familiares. La cifra de aquellos que son empresarios o empleadores es baja, alcanzando apenas un (4%).

Gráfico 14. Porcentaje de los graduados que se encuentran laborando en su primer empleo

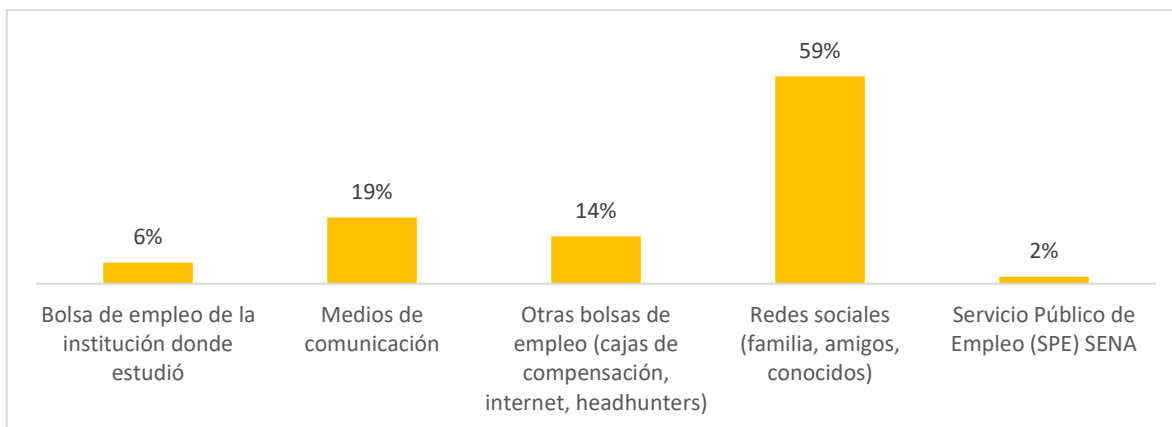


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

De acuerdo al (32%) de los recién graduados que actualmente están trabajando, según lo indicado en el gráfico 13, el (44%) manifestó que se encuentran laborando

en su primer empleo y un (56%) afirma que ya poseen alguna experiencia laboral, ósea que ya han trabajado con anterioridad ejerciendo alguna actividad.

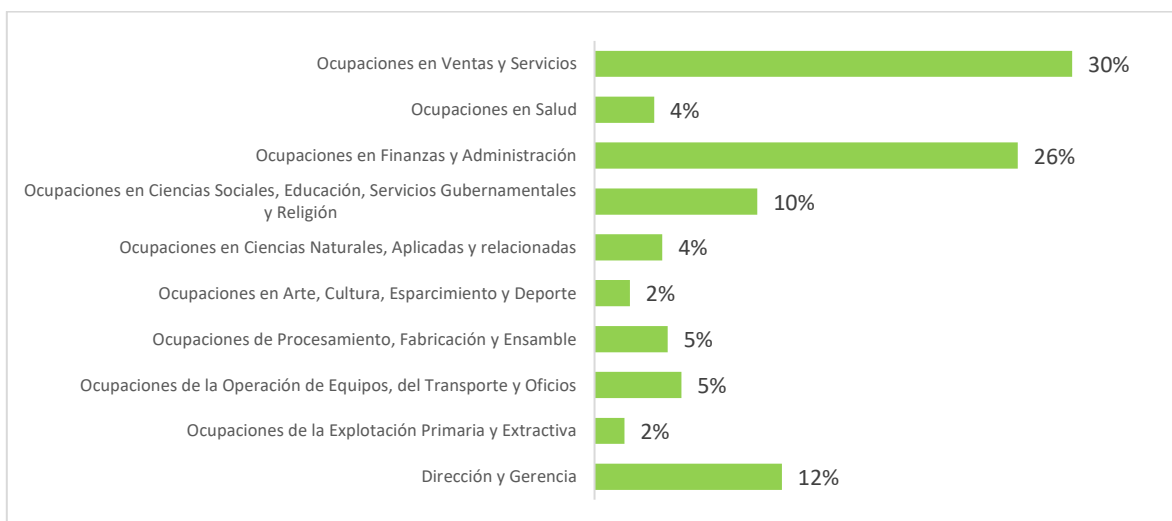
Gráfico 15. Porcentaje de los graduados según los canales de búsqueda empleo



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Los recién graduados de la Universidad del Magdalena utilizan varios métodos para buscar empleo. Se encontró que el (32%) de los recién graduados que actualmente están trabajando, según lo indicado en el gráfico 13, la mayoría (59%) prefieren utilizar las redes sociales. En segundo lugar, un (19%) utiliza medios de comunicación para buscar empleo. Un (14%) confían en otras bolsas de empleo como cajas de compensación, sitios web especializados y cazatalentos, mientras que otro (6%) recurre a las bolsas de empleo de la propia universidad. Por último, solo un (2%) de los recién graduados asegura haber obtenido trabajo a través del Servicio Público de Empleo (SPE) del SENA.

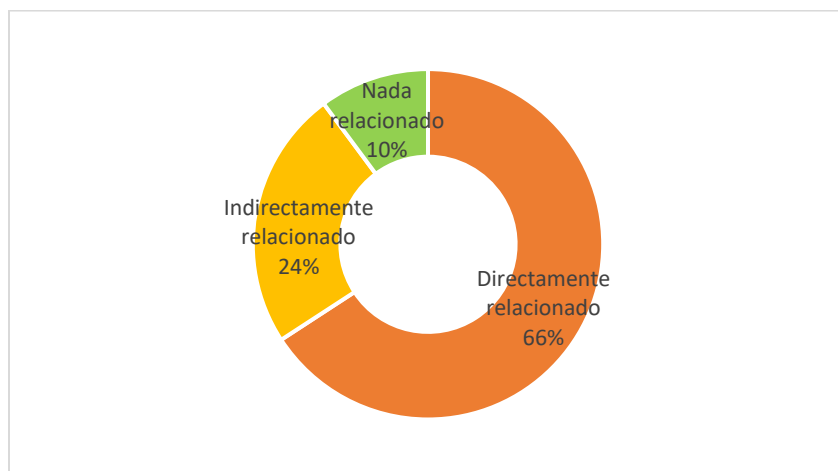
Gráfico 16. Áreas o campos de ocupación actual del recién graduado



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Los recién graduados están principalmente empleados en áreas relacionadas con Ventas y Servicios, con un (30%) de representación. Le siguen en importancia los sectores de Finanzas y administración, con un (26%). Las áreas vinculadas a dirección y gerencia también tienen una representación significativa, con un (12%).

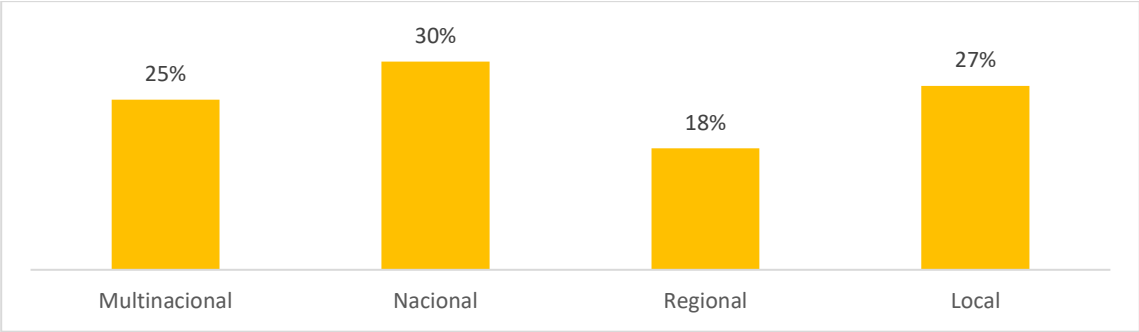
Gráfico 17. Grado de relación del empleo con los estudios realizados por los recién graduados



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Se puede observar que el (66%) de los recién graduados están empleados en roles que están estrechamente vinculados a los estudios que realizaron. Solo un (24%) de ellos participan en actividades que tienen una conexión indirecta con sus áreas de estudio. Es evidente que la educación proporcionada por la institución durante sus años de formación se refleja de manera positiva en la proporción de graduados que están involucrados en trabajos directamente relacionados con la carrera para la cual fueron educados por la universidad.

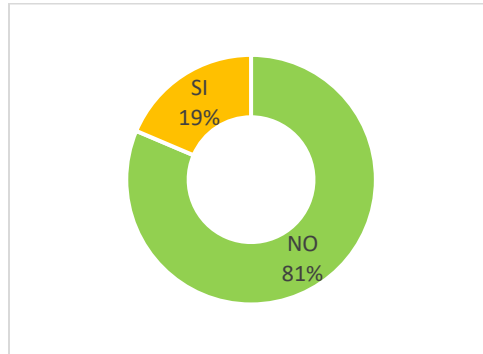
Gráfico 18. Distribución de graduados según la actividad de la empresa donde labora



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En lo que respecta al ámbito empresarial en el que trabajan los recién graduados, se notó que el (27%) está empleado en empresas que operan a nivel local. El (30%) que trabaja en organizaciones de alcance nacional y multinacional. Por último, el (18%) indicó que está empleados en empresas que forman parte de organizaciones que operan a nivel regional.

Gráfico 19. Relación de la existencia de vínculos entre Universidades del Magdalena y las Organizaciones donde laboran los recién graduados

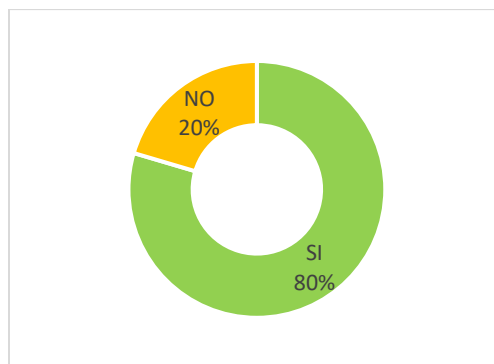


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

El (81%) de los recién graduados afirmó que la universidad no tiene ninguna relación con las organizaciones donde están empleados en la actualidad, mientras que solo el (19%) indicó una conexión directa.

5.6.1 Interés del recién graduado por crear empresa

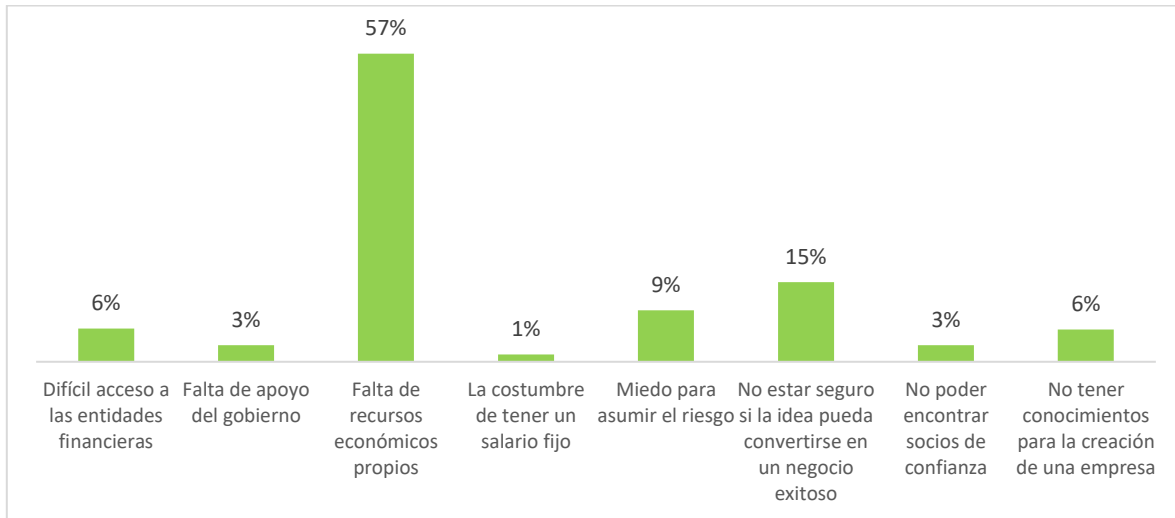
Gráfico 20. Proporción de recién graduados que tiene interés en crear empresa



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

A partir del interés de los graduados por crear empresa, se observa que un (80%) tiene un gran interés, y tan solo un (20%) no tienen algún interés.

Gráfico 21. Distribución de graduados según la dificultad enfrentada a la hora de crear empresa

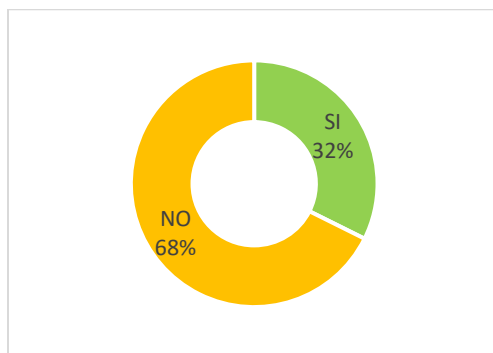


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En cuanto a cómo los graduados enfrentan dificultades al iniciar un negocio, el (57%) mencionó la falta de recursos económicos como el principal obstáculo. Además, el (15%) expresó incertidumbre sobre si su idea se convertiría en un negocio exitoso, y un (9%) tenía miedo de asumir el riesgo. Estos hallazgos subrayan la necesidad de que la universidad implemente programas más intensivos que fomenten una mentalidad emprendedora entre los recién graduados. Esto ayudaría a que puedan visualizar la creación de empresas en su futuro, superando así las barreras económicas y los temores relacionados con el riesgo empresarial.

5.6.2 Relación de graduados que son propietarios/socios de una empresa, finca o negocio particular

Gráfico 22. Porcentaje de recién graduados cuyo negocio o empresa propia es su primer trabajo



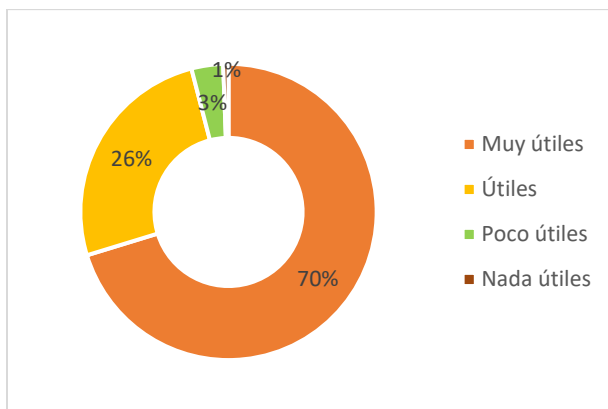
Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

De los recién graduados encuestados, solo el (32%) considera su negocio o empresa propia como su primer empleo, mientras que el (68%) restante indicó que ya habían tenido experiencia laboral anterior en roles como propietarios o socios de empresas, administradores de fincas o incluso dueños de negocios particulares.

Este dato resalta cómo, a pesar de su interés en iniciar su propio negocio, el número de recién graduados que realmente lo hace sigue siendo bajo. Esta baja tasa de emprendimiento se atribuye a diversos obstáculos, como limitaciones económicas, desafíos sociales y factores políticos, que desmotivan su iniciativa empresarial.

5.6.3 Aspectos generales de las actividades de los recién graduados

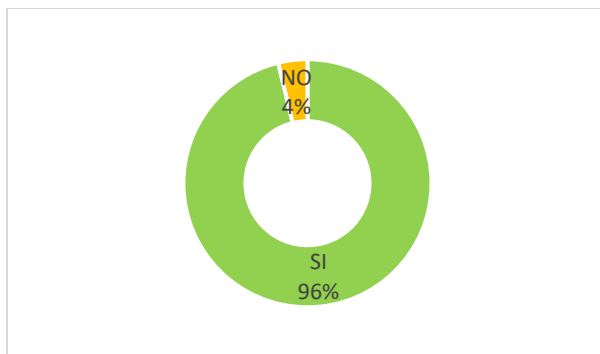
Gráfico 23. Proporción de graduados según el nivel de utilidad de los conocimientos, habilidades y destrezas aprendidas durante sus estudios



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Es evidente que los recién graduados valoran altamente los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos durante sus estudios. Un (70%) de ellos afirma que estos son muy útiles, mientras que el (26%) considera que son útiles. Solo un (1%) y un (3%) opina que son nada o poco útiles respectivamente. Esta pequeña proporción no es estadísticamente significativa en comparación con la mayoría que los encuentra altamente valiosos.

Gráfico 24. Percepción de la contribución del trabajo al desarrollo y crecimiento personal de los recién graduados

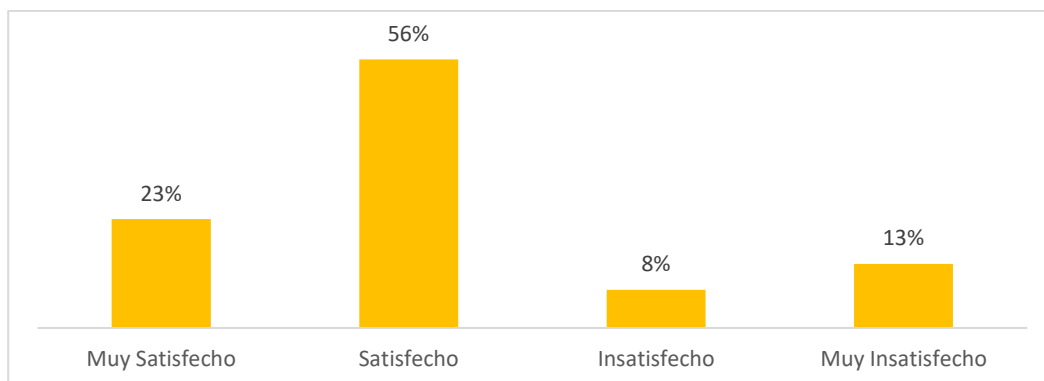


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Los recién graduados muestran una percepción altamente positiva en cuanto a cómo su trabajo contribuye a su desarrollo y crecimiento personal. Un (96%) de ellos

está considerablemente satisfecho con los trabajos en los que están actualmente empleados, mientras que solo un (4%) tiene opiniones negativas al respecto.

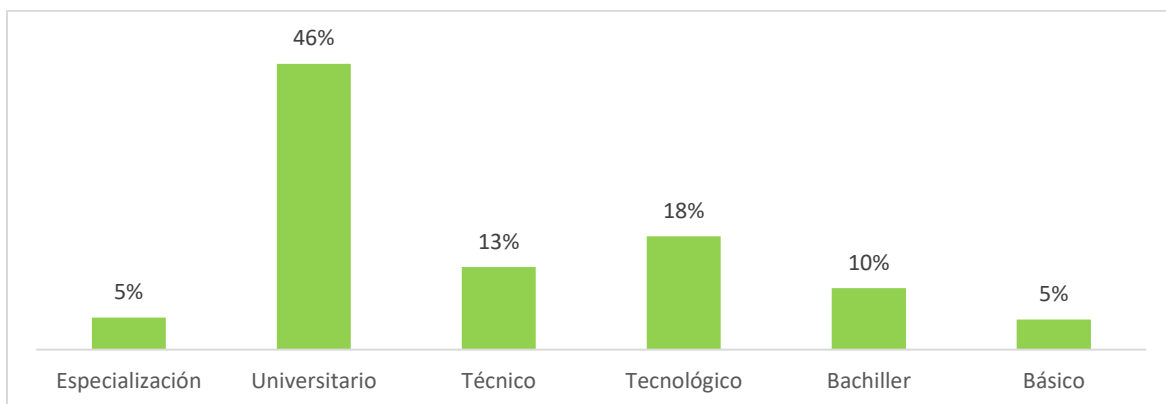
Gráfico 25. Percepción de satisfacción de los recién graduados con respecto a su trabajo



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En cuanto a cómo se sienten los recién graduados acerca de sus trabajos actuales, el (56%) está satisfecho con su empleo, mientras que un (23%) está muy satisfecho. Sin embargo, un (13%) expresó estar muy insatisfecho y un (8%) se siente insatisfecho con su trabajo actual.

Gráfico 26. Distribución de graduados según la percepción sobre el nivel de estudios requeridos para el desarrollo de su actual trabajo

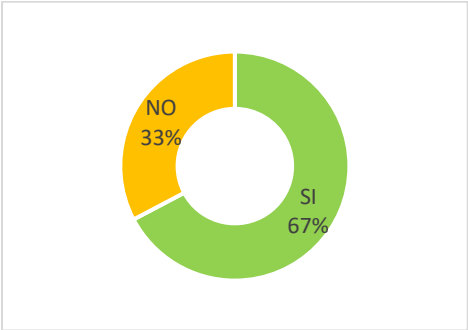


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

De acuerdo con la opinión de los graduados sobre el nivel de educación necesario para sus trabajos actuales, se encontró que el (46%) necesita tener educación universitaria, mientras que el (18%) necesita ser tecnólogo y el (13%) requiere

formación técnica. Solo el (5%) indicó que se requiere alguna especialización. Esto sugiere la importancia de evaluar tanto la calidad de los empleos como los salarios en relación con los diferentes niveles de educación necesarios para las diversas competencias demandadas en el mercado laboral.

Gráfico 27. Satisfacción de los recién graduados con el nivel de ingresos

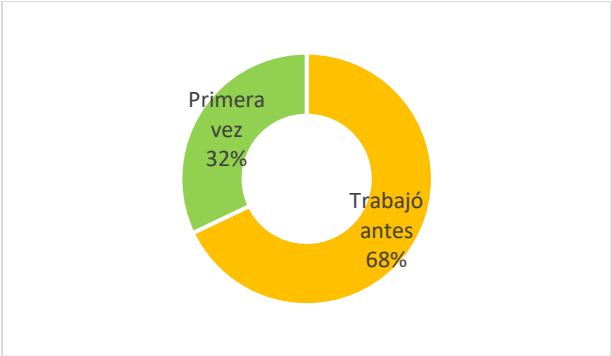


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Los recién graduados están notablemente satisfechos con sus niveles de ingresos, con un (67%) expresando satisfacción y solo un (33%) mostrando descontento en este aspecto. Los ingresos se destacan como una variable crucial al ingresar al mercado laboral. Se sugiere revisar los informes del OLE y adaptarlos mejor al contexto nacional, departamental o regional para una comprensión más precisa de las condiciones económicas de los graduados.

5.6.4 Situación de los recién graduados que están buscando empleo

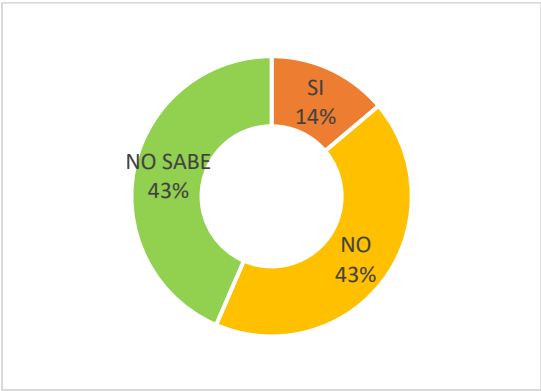
Gráfico 28. Porcentaje de recién graduados que están buscando empleo



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

De los recién graduados que buscan empleo, el (68%) tiene experiencia laboral previa, mientras que el (32%) está buscando trabajo por primera vez. Esta observación indica que la mayoría de los graduados tienen antecedentes laborales, lo que probablemente facilite su reintegración al mercado laboral.

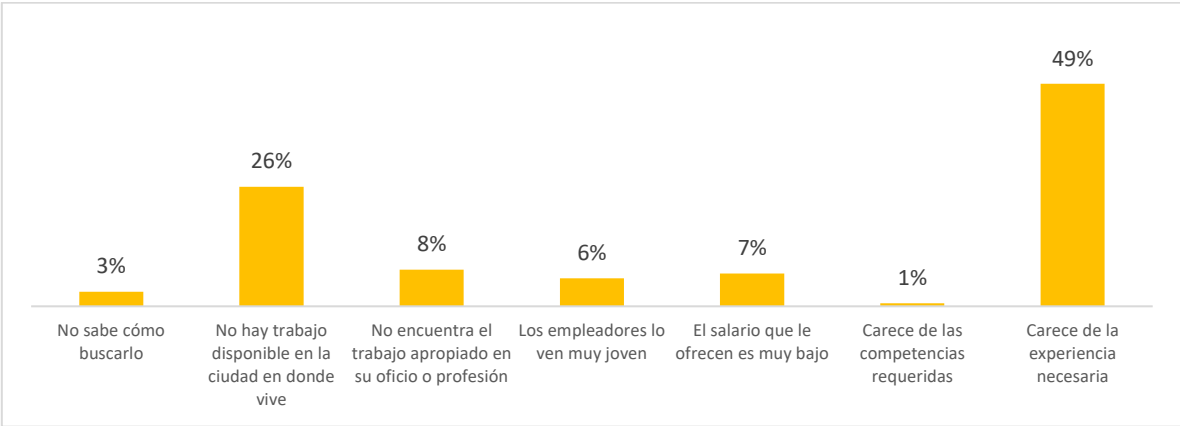
Gráfico 29. Porcentaje de recién graduados que reconocen dificultad en encontrar un empleo formal



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

A partir de la gráfica se puede observar que un (14%) de los recién graduados cree que es fácil encontrar un empleo formal, en contraste con el (43%) que opina lo contrario.

Gráfico 30. Principal dificultad a la hora de conseguir trabajo



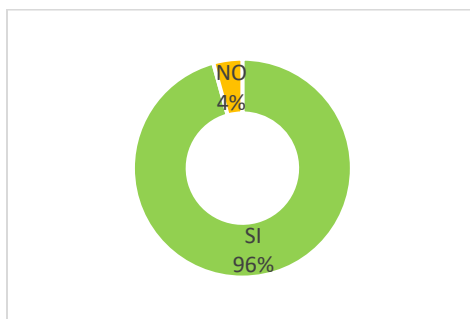
Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Las principales barreras que enfrentan los recién graduados al buscar empleo son la falta de experiencia, mencionada por el (49%) de ellos, seguida por la falta de oportunidades laborales en su ciudad de residencia, citada por el (26%). Además,

el (7%) considera que el salario que les ofrecen es muy bajo o no encuentran el trabajo apropiado en su oficio o profesión.

5.7 Nivel identidad de los recién graduados con la institución de educación superior

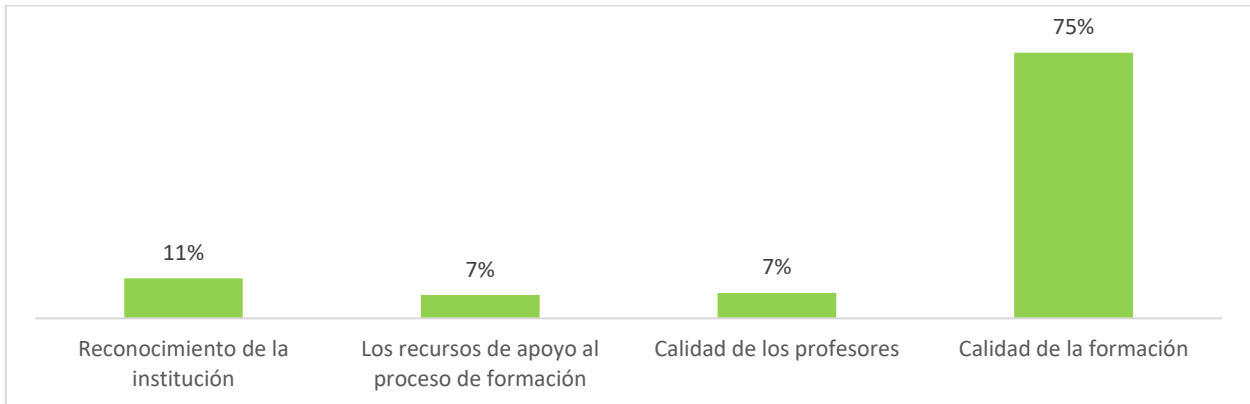
Gráfico 31. Porcentaje de recién graduados que volvería a cursar estudios de pregrado en la universidad del Magdalena



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

El (96%) de los recién graduados expresaron su intención de volver a estudiar su carrera universitaria en la Universidad del Magdalena, mientras que solo el (4%) opinó lo contrario. Este alto nivel de satisfacción evidencia un fuerte sentido de pertenencia a la institución. Los graduados valoran positivamente la formación que han recibido durante su pregrado, considerando que las habilidades y preparación adquiridas les han proporcionado las herramientas necesarias para destacarse y ser competitivos en el mercado laboral.

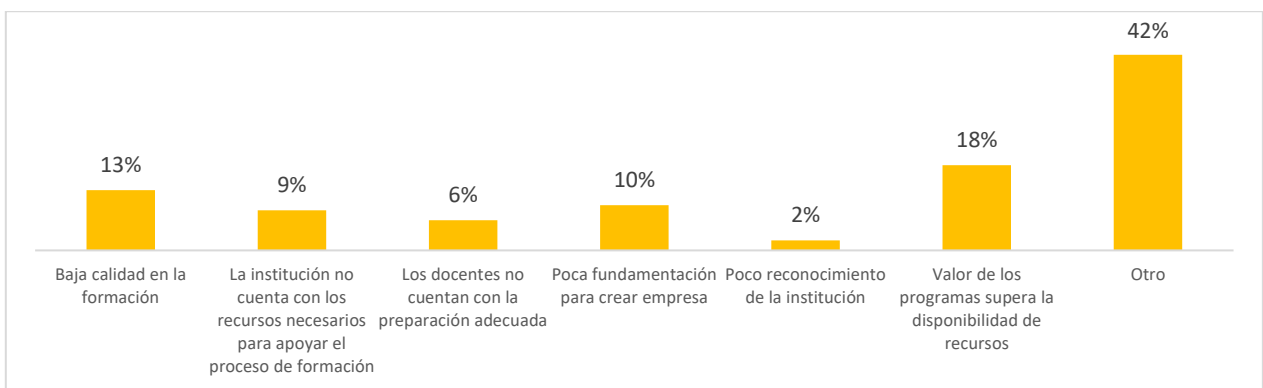
Gráfico 32. Razones de los recién graduados para querer volver a desarrollar estudios en la Universidad de Magdalena



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Las razones fundamentales que impulsan a los recién graduados a considerar continuar sus estudios en la Universidad del Magdalena son diversas. Un (75%) de ellos destacan la alta calidad de la formación proporcionada por la institución, mientras que un (11%) valoran el reconocimiento que tiene la universidad en el ámbito educativo. Además, un (7%) menciona la calidad excepcional de los profesores como una razón significativa para elegir volver a estudiar en esta institución. Estos factores resaltan la reputación positiva y la excelencia educativa que caracterizan a la Universidad del Magdalena.

Gráfico 33. Principales razones de los recién graduados para no volver a cursar estudios en la Institución

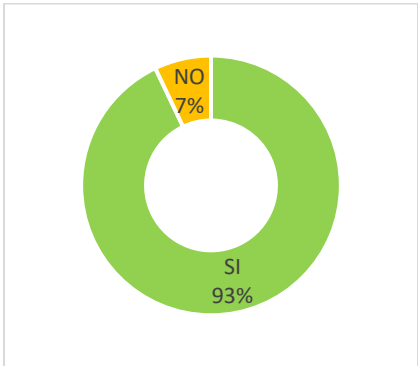


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Los recién graduados han mencionado diversas razones para no considerar continuar sus estudios en la institución. El (42%) de ellos alega razones diversas no cubiertas por la encuesta, como vivir en otras ciudades, la falta de la carrera que

desean estudiar o razones personales. (El 18%) y (13%) señalan principalmente los motivos de: la baja disponibilidad de recursos para el valor de los programas y la baja calidad de la formación respectivamente. Además, el (6%) indica que los docentes no tienen la preparación necesaria y que la institución no cuenta con los recursos necesarios para apoyar el proceso de formación. Estos factores demuestran las preocupaciones variadas y específicas que los graduados tienen con respecto a la institución.

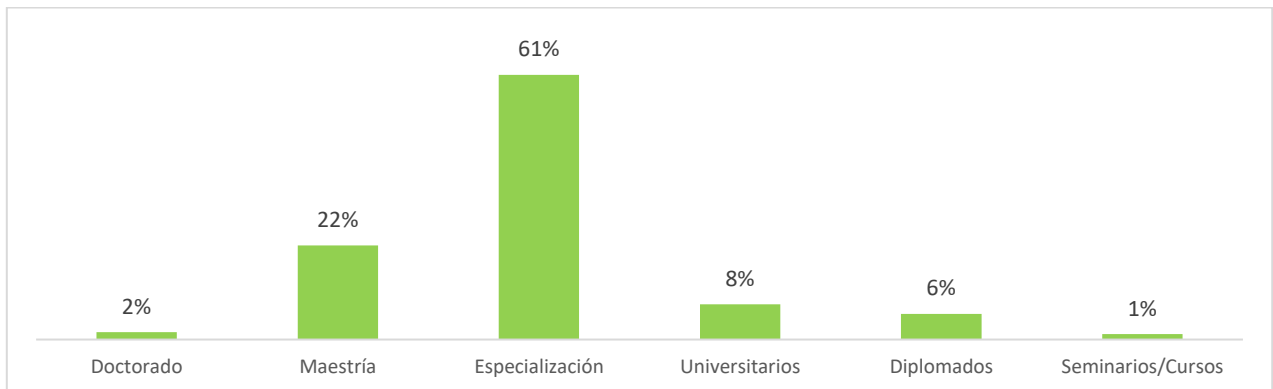
Gráfico 34. Porcentaje de los recién graduados que desearía cursar estudios en un futuro en la Institución



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, período 2023. Cálculos del Centro de Egresados

El (93%) de los recién graduados tienen la intención de continuar sus estudios en la institución en el futuro, ya sea en programas de pregrado, posgrado o educación continuada. Solo un (7%) tiene una opinión contraria. Esta inclinación refleja la alta satisfacción que experimentaron con la educación que recibieron en la institución.

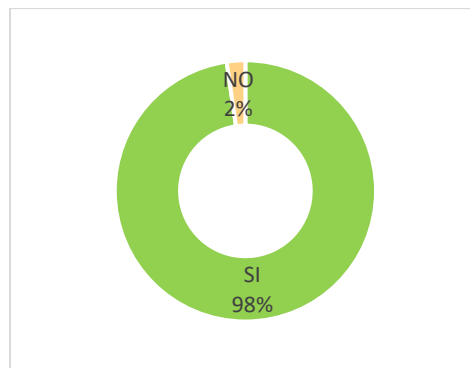
Gráfico 35. Porcentaje graduados que prefieren cursar estudios en la institución según niveles de formación



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

En términos de niveles de educación, la mayoría de los graduados que optan por continuar sus estudios en la institución prefieren especializaciones (61%), mientras que un (22%) se inclina hacia maestrías. Esto sugiere que un gran número de graduados está interesado en programas de posgrado ofrecidos por la universidad.

Gráfico 36. Proporción de los recién graduados que recomendaría cursar estudios en la Institución

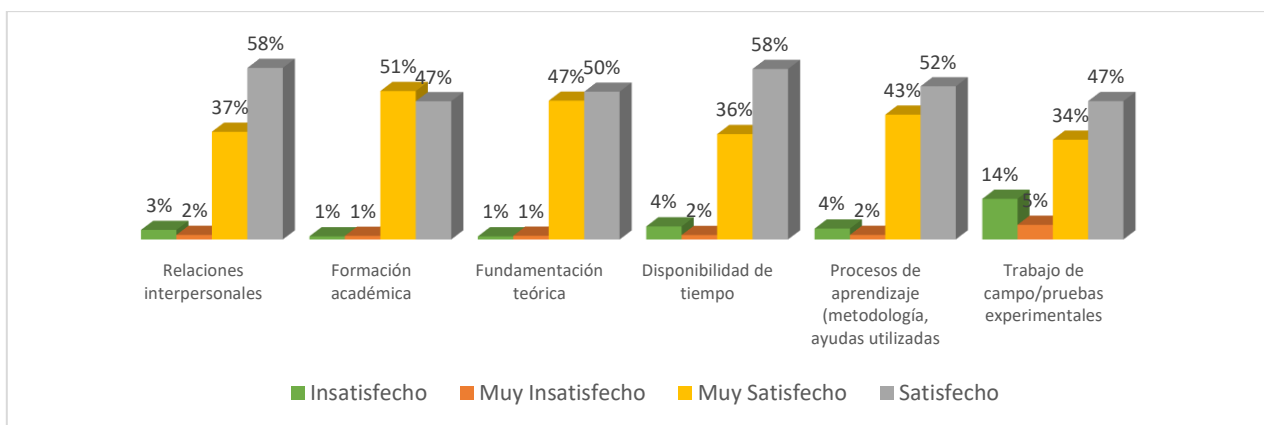


Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

El (98%) de los recién graduados expresaron su disposición a recomendar cursar estudios en la institución. Esta alta tasa de recomendación demuestra una conexión directa entre la satisfacción con la educación recibida y el sentido de pertenencia a la universidad.

5.8 Satisfacción con los recuerdos ofrecidos por la Institución

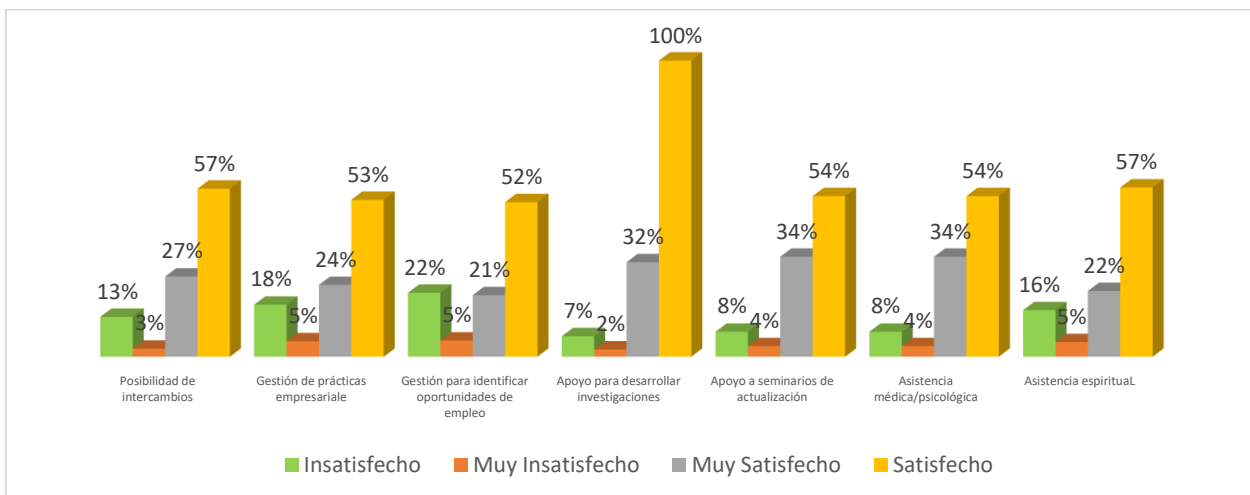
Gráfico 37. Percepción de los recién graduados sobre la calidad del personal docente



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Los recién graduados están satisfechos con diversos aspectos de la calidad del personal y la evaluación de los docentes de la institución. En particular, muestran un grado de satisfacción en áreas como las relaciones interpersonales (58%), la disponibilidad de tiempo (58%) y los métodos de enseñanza (52%), la calidad de la formación académica (47%), y la efectividad de los trabajos de campo (47%). Estos hallazgos destacan la apreciación positiva de los graduados hacia varios aspectos del cuerpo docente y el personal de la institución.

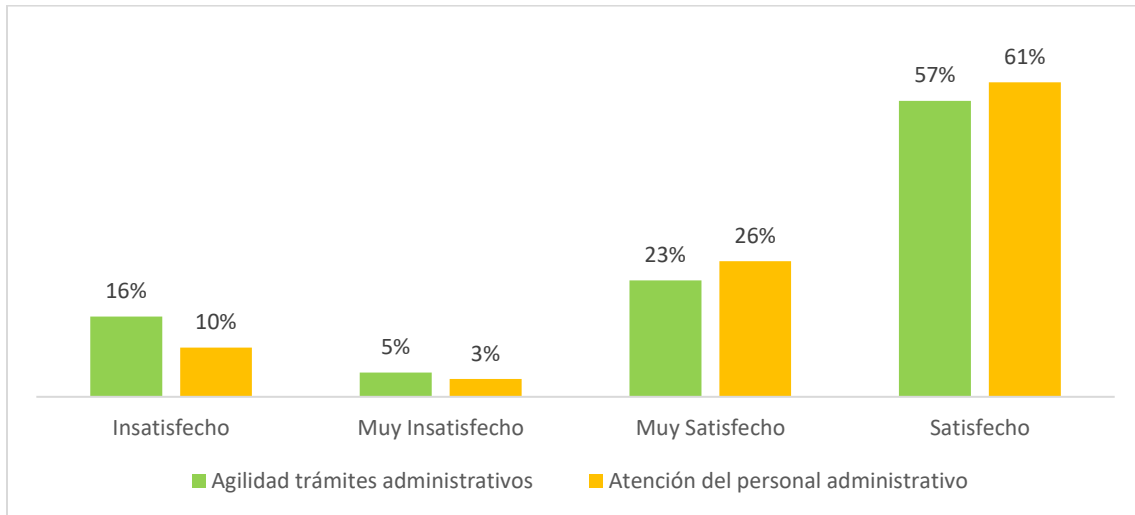
Gráfico 38. Apreciación de los graduados con respecto al apoyo brindado a los estudiantes de la Institución en diferentes actividades



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, período 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Las actividades de la institución que generan un alto nivel de satisfacción son la apoyo para desarrollar investigaciones (100%), asimismo se destaca la posibilidad de intercambios y la asistencia espiritual, ambos con un índice del (57%). En contraste, las actividades que han registrado un nivel de insatisfacción más bajo son la Gestión de prácticas empresariales, con un (18%), y la gestión para identificar oportunidades de empleo, con un (22%). Es relevante mencionar que la institución ha implementado recientemente un nuevo portal de empleo con el objetivo de mejorar la conexión laboral con el sector productivo.

Gráfico 39. Percepción de los recién graduados sobre la gestión administrativa



Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Los resultados de la evaluación de la gestión administrativa indican que los recién graduados están más contentos con la atención brindada por el personal que con la rapidez en los procedimientos administrativos. Esto señala la necesidad de que la universidad haga un mayor esfuerzo para mejorar en este último aspecto y agilizar los procesos para el beneficio de los graduados.

Tabla 2. Calificación que otorgan los recién graduados a los recursos físicos de la Institución

Recursos físicos	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
Salones de clase	1,1%	0,5%	34,9%	63,5%
Laboratorios y talleres	1,4%	4,1%	40,9%	53,7%
Espacios para estudiar	1,6%	3,4%	37,5%	57,6%
Ayudas audiovisuales	1,2%	1,6%	39,7%	57,5%
Aulas de informática	1,3%	2,5%	41,4%	54,8%
Espacios práctica deportiva	1,2%	1,0%	37,1%	60,7%
Espacios para realizar actividades artísticas/culturales	1,1%	2,4%	36,9%	59,7%
Biblioteca	1,4%	1,7%	34,4%	62,4%
Medios de comunicación	1,4%	1,8%	43,0%	53,8%

Fuente: Encuesta de Seguimiento a Graduados-Momento de Grado, periodo 2023. Cálculos del Centro de Egresados

Los recién graduados han otorgado las mejores calificaciones a los recursos físicos de la institución, incluyendo aulas, biblioteca, espacios para práctica deportiva y

actividades artísticas / culturales. Estos resultados sugieren áreas de mejora para la institución. Como respuesta, se están realizando mejoras en laboratorios, salas de informática y en los medios de comunicación como parte de los esfuerzos continuos para evaluar, acreditar y garantizar la calidad de los programas académicos y, en general, de la institución.

6. Conclusiones

Los resultados de este informe indican varias tendencias importantes entre los recién graduados de la Universidad del Magdalena. En primer lugar, hay una predominancia del género femenino en la población estudiada. Además, gran parte de los graduados son solteros y muestran un interés en continuar sus estudios y trabajar.

En lo que respecta al nivel educativo de los padres, se observa que la mayoría de ellos tienen educación secundaria, técnica y universitaria completa con un pequeño porcentaje que ha alcanzado estudios de postgrado. Esto sugiere que los graduados provienen de hogares con un alto nivel educativo. En este contexto, la Universidad juega un papel fundamental, convirtiéndose en un eje de movilidad social, que permite la titulación universitaria a jóvenes recién graduados.

En cuanto a las ocupaciones de los padres, se notó que la mayoría de las madres se dedican principalmente a labores domésticas y tienen una menor presencia en empresas privadas en comparación con los padres. En el caso de los padres, más de la mitad de ellos están involucrados en actividades independientes o trabajan por cuenta propia. En general, se destaca una fuerte conexión con actividades económicas informales y una participación laboral más limitada por parte de las madres.

En términos del campo laboral, se encontró que el 44% de los recién egresados de la Universidad, están actualmente laborando, principalmente en empresas particulares.

Los campos laborales más comunes para los recién graduados son aquellos vinculados a ventas y servicios, finanzas y administración, así como dirección y gerencia. Por otro lado, las ocupaciones relacionadas con el arte, las ciencias naturales y la explotación primaria y extractiva son menos frecuentes entre los graduados.

A pesar de que muchos graduados consideran el emprendimiento como una opción para crear sus propios empleos, este estudio muestra que solo una pequeña

parte de los encuestados ha decidido iniciar su propio negocio. En otras palabras, los graduados que han optado por emprender son una minoría dentro del grupo estudiado

Además, es importante señalar que, aunque muchos graduados recientes están empleados y contentos con sus ingresos, la universidad debería implementar un seguimiento un año después de la graduación. Esto sería útil para evaluar la calidad de los empleos obtenidos y para analizar de manera más profunda su impacto en el entorno laboral.

Los recién graduados de la institución expresan un alto nivel de satisfacción y conexión con la universidad. La mayoría de ellos afirmó que volverían a estudiar su carrera universitaria en la Universidad del Magdalena. Las razones principales de esta decisión incluyen la alta calidad de la educación recibida, así como el reconocimiento tanto de la institución como del cuerpo docente.

Por otro lado, un significativo número de recién graduados tienen la intención de seguir estudiando en programas de posgrado en la institución, con especial interés en especializaciones y maestrías. Esto señala un gran potencial entre los graduados para fortalecer la oferta de programas de posgrado de la institución.

Finalmente, el estudio de seguimiento a los graduados se constituye en una herramienta fundamental para medir la calidad de los programas y el impacto de sus graduados en el medio. Así mismo, se convierte en una referencia que permite el mejoramiento continuo de los procesos académicos y el fortalecimiento de las políticas encaminadas al estudio de las barreras existentes en el mercado laboral, las exigencias a nivel de competencias profesionales que demanda el medio y el acercamiento de los graduados a la Alma Máter.