

INFORME DE GESTIÓN

Enero a diciembre 2025



Contenido

- 1. Comunidad**
- 2. Capítulos**
- 3. Áreas misionales**
- 4. Gerencia de servicio**
- 5. Fidelización y retención**
- 6. Convenios y alianzas**
- 7. 70 años de Uniandinos**
- 8. XXXII Congreso Uniandino**
- 9. Gestión institucional**
- 10. Gestión administrativa y financiera**
- 11. Cumplimientos normativos**



COMUNIDAD

COMUNIDAD NIVEL NACIONAL

Se ha venido desarrollando un trabajo conjunto con las diferentes áreas de la Asociación, los capítulos y la Universidad para la consecución de nuevos Asociados. **En el 2025 ingresaron 2.782 nuevos Asociados;** de estos, el **10 % ya había estado vinculado en la Asociación** en años anteriores, cerrando a **31 de diciembre con 13.482 Asociados activos.**

Participamos **en más de 70 eventos y actividades a nivel nacional**, resaltando el Open Day Posgrado en Bogotá, Suroccidente y Caribe con una participación de alrededor de **1.800 asistentes en total.**

Tuvimos presencia activa en las diferentes actividades de grados de pregrado y posgrado de la Universidad de los Andes, así como en los homenajes de algunas de sus facultades, vinculando un número total de **más de 500 nuevos asociados.**

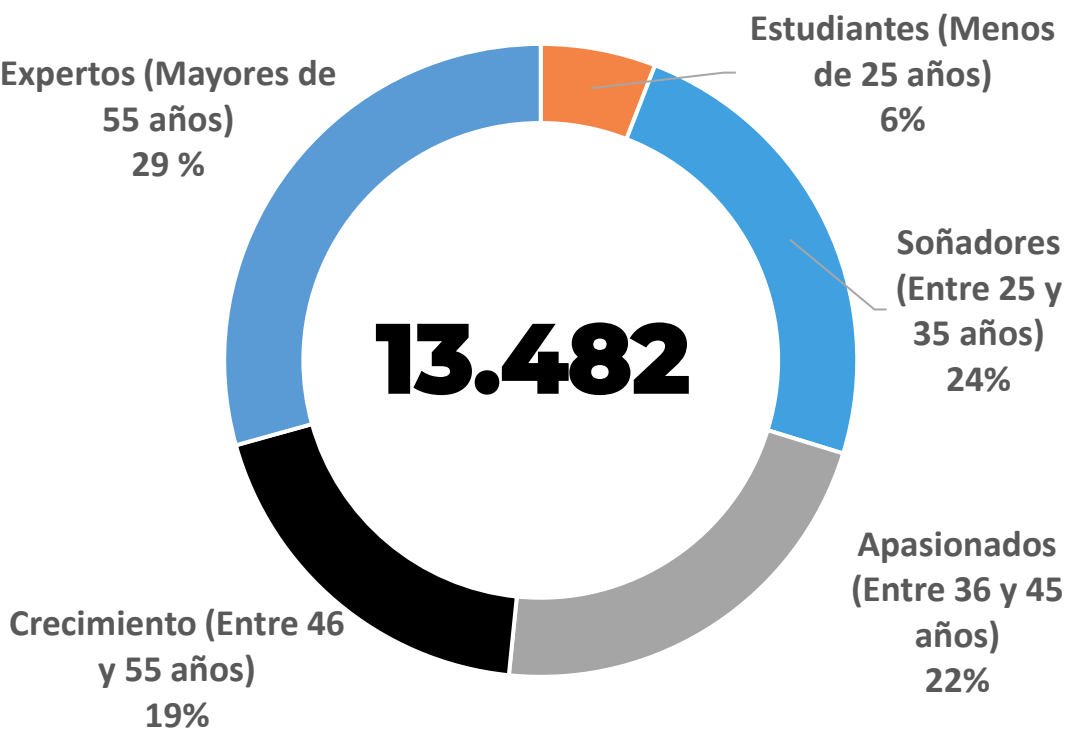
Cabe resaltar en el número de nuevos Asociados la participación de las diferentes regionales y comunidades internacionales, en donde se logró vincular un **número total de 376 nuevos Asociados.**

RELACIONAMIENTO:

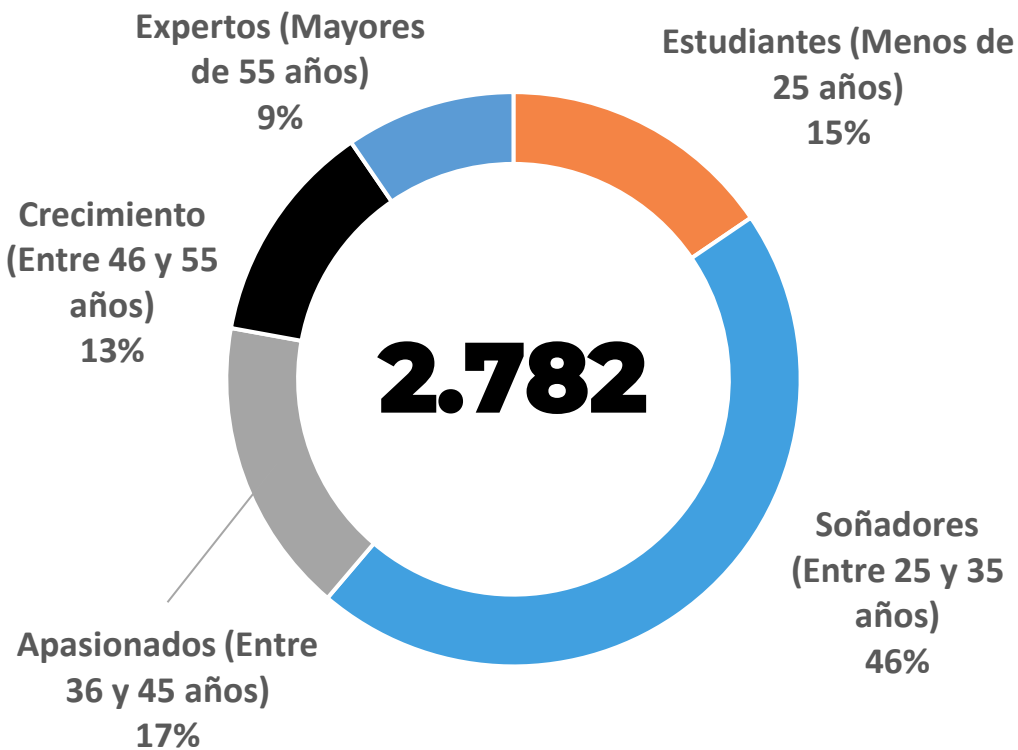
- Se logró consolidar una agenda conjunta con la Universidad de los Andes, generando un relacionamiento constante con estudiantes y egresados, y se finalizó el año con la generación de una comunicación conjunta a toda la comunidad Uniandina.
- Se desarrollaron dos encuentros regionales en Caribe y Suroccidente a través de la aprobación del fondo de proyectos regionales, resaltando la participación de la comunidad Uniandina que reunió a más de 300 personas.
- Se aprobó el proyecto de estrategia por parte de la junta directiva para las comunidades internacionales que busca desarrollar iniciativas de crecimiento conjunto, donde participan más de 20 líderes de las comunidades, dos miembros de la Universidad, 2 miembros del equipo de gerencia y el vicepresidente de Uniandinos.

Segmentación general

Segmentación total asociados 2025

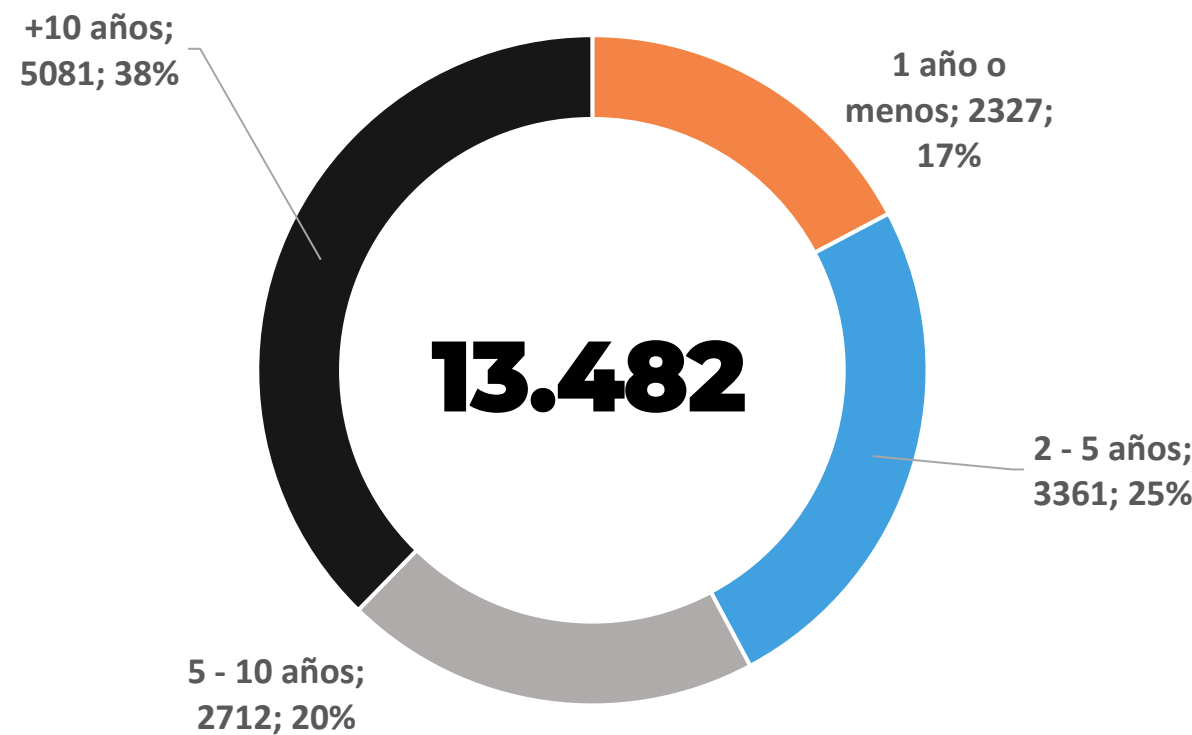


Segmentación asociados nuevos 2025



Segmentación general

Antigüedad total asociados 2025



1 año o menos	17 %
2 a 5 años	25 %
5 a 10 años	20 %
+ 10 años	38 %

Total asociados a nivel nacional

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
13.482	14.500	-1.018	93%	13.273	209	2%

Total afiliaciones nuevas a Nivel Nacional

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
2.782	3.700	-918	75%	2.817	-35	-1%

Ingresos cuotas de afiliación a Nivel Nacional

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
\$ 6.056	\$ 6.279	-\$ 223	96%	\$ 5.739	\$ 317	6%

*

*Cifras expresadas en miles de pesos



COMUNIDAD REGIONAL CARIBE

COMUNIDAD



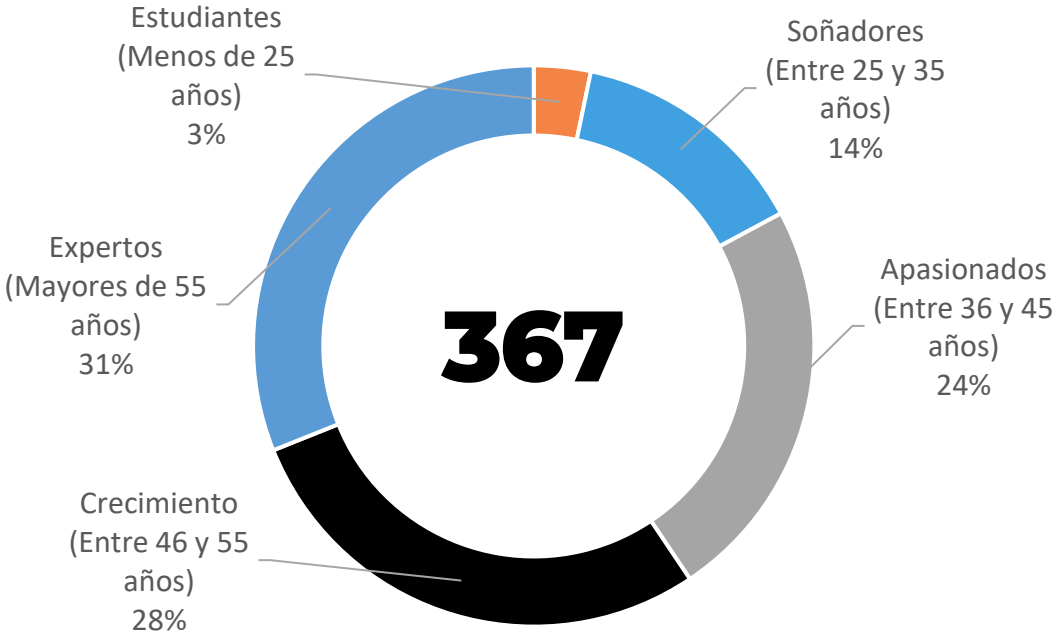
En 2025, fortalecimos nuestra presencia en el norte del país mediante **una agenda estratégica enfocada en el desarrollo profesional, social y empresarial de los Uniandinos**. Lideramos espacios como **Diálogos por Colombia** y el **Panel para todas las mujeres y niñas**, promoviendo el análisis, el liderazgo femenino y la equidad. Además, impulsamos el conversatorio **“Emprender en el Caribe”** para visibilizar el ecosistema emprendedor, y expandimos **nuestra presencia** a ciudades como **Valledupar, Sincelejo, Santa Marta y Cartagena**, consolidando alianzas estratégicas.

Celebramos el **2.º Encuentro Regional Caribe** como un espacio clave de integración para abordar desafíos y oportunidades del desarrollo sostenible en la región.

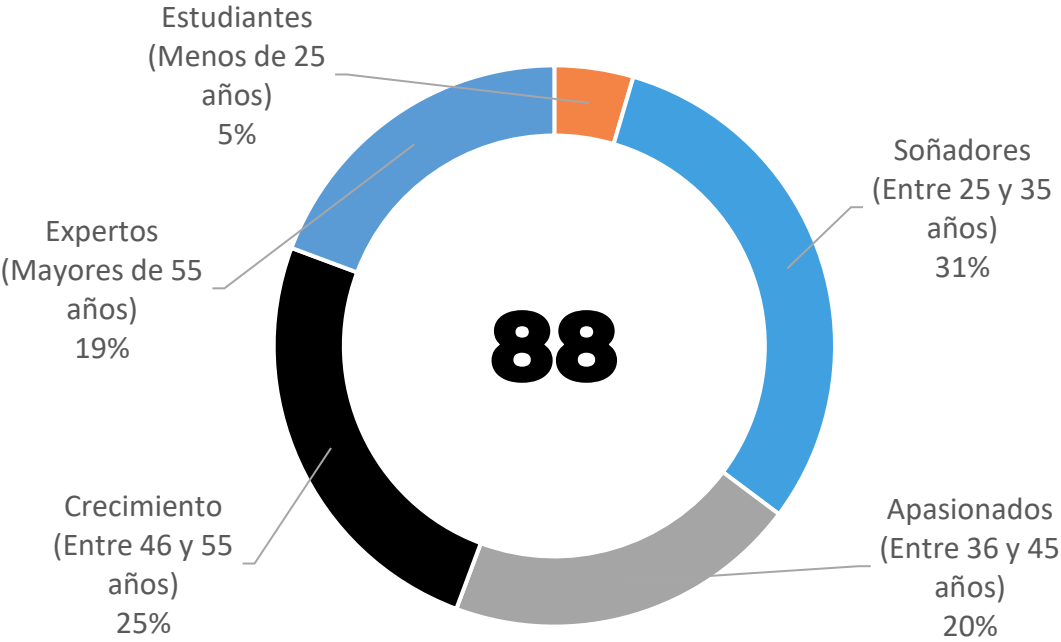
Además, **fortalecimos el voluntariado, el networking y los espacios formativos**, consolidando una comunidad activa y comprometida, con una participación total de 1.301 asistentes en 2025.

Segmentación general

Segmentación total asociados 2025



Segmentación asociados nuevos 2025



Total asociados

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
367	447	-80	82%	363	4	1%

Total afiliaciones nuevas

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
88	142	-54	62%	105	-17	-16%



COMUNIDAD REGIONAL SUROCCIDENTE

En el 2025, se realizaron **75 eventos** de diferentes temáticas, como son: actualización profesional, cultural, artísticos, empleabilidad, así como actividades para Chiquiandinos y eventos sociales. Se resaltan **7 eventos del Proyecto Biodiverciudadanos** y **2 del Proyecto Visión Región**.

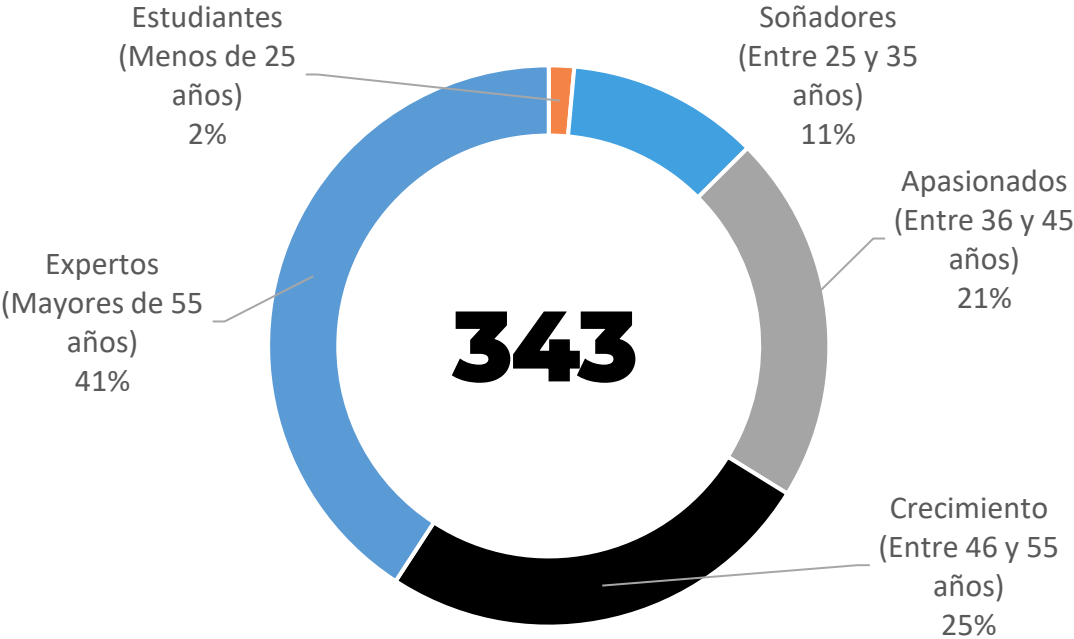
Tuvimos de forma conjunta con Uniandes el **Open Day Posgrados**, en el cual se contó con una **participación de 200 asistentes**; así mismo, en alianza con Educación Ejecutiva, promovimos la participación e inscripción en Programas Ejecutivos de manera híbrida, como el de **IA para Directivos y Juntas Directivas**.

Destacamos la realización por primera vez de **Diálogos por Colombia**, donde se tuvo una participación de **112 personas**, y la realización del **1.º Encuentro Regional Suroccidente** con una participación de alrededor de **100 personas**.

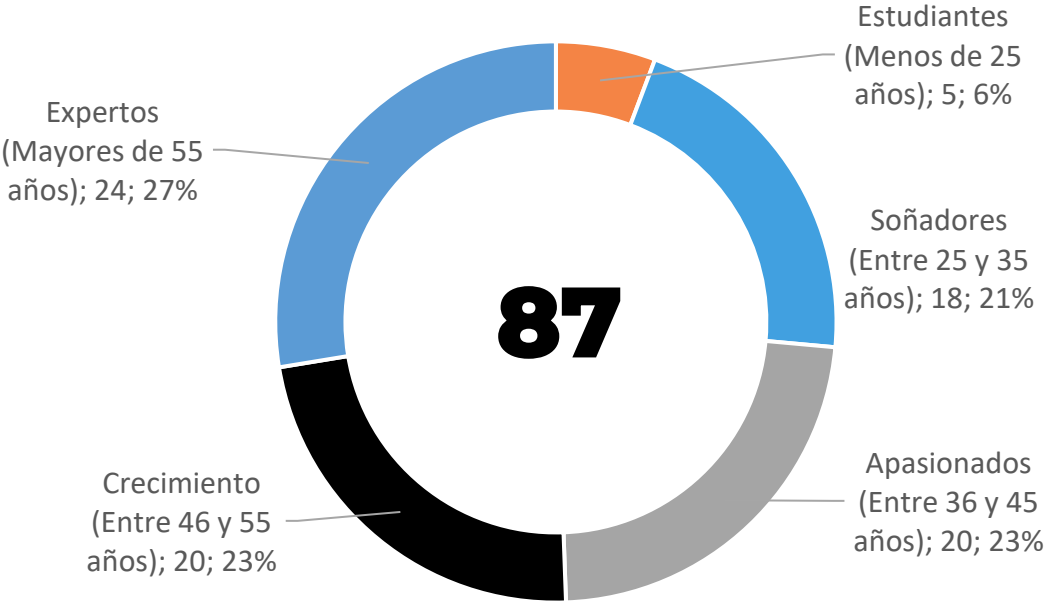
En el 2025 se contó con una participación total de **1.994 asistentes a eventos** vs. 1.804 en 2024, lo que representa un **crecimiento del 11 %**. El **37 %** de estos asistentes fueron **asociados**, **23 % familiares**, **5 % prospectos** y **35 % invitados**.

Segmentación general

Segmentación total asociados 2025



Segmentación asociados nuevos 2025



Total asociados

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
343	400	-57	86%	323	20	6%

Total Afiliaciones nuevas

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
87	142	-55	61%	79	8	10%



COMUNIDAD REGIONAL ANTIOQUIA

La Regional de Antioquia presentó un **crecimiento del 13 %** en comparación con el año 2024, cerrando el año con **160 asociados**, impulsado por una mayor visibilidad, una oferta de valor más robusta y una comunidad fortalecida.

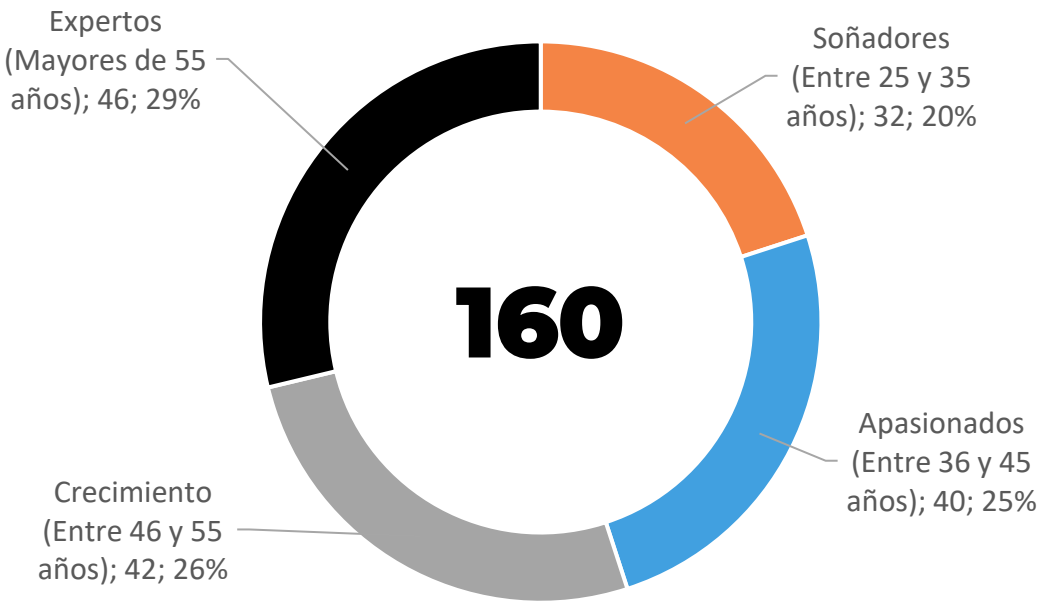
- Actividades y eventos: Se llevaron a cabo **12 actividades** de actualización profesional, integración, fortalecimiento de comunidad y networking, que contaron con más de 300 participantes de la comunidad Uniandina en la región.
- Estrategias de vinculación: Se articularon esfuerzos para llevar la oferta de valor a la regional, desarrollando 2 actividades que permitieron vincular un número de 26 Asociados nuevos.

Debido al crecimiento de la regional, surgió la necesidad de contar con un espacio privado de coworking. En esta medida se cerró el año con la negociación con Newo Mixa para contar con una oficina privada de 6 puestos de trabajo, trabajos en espacio libre, salones de reuniones y salas de juntas.

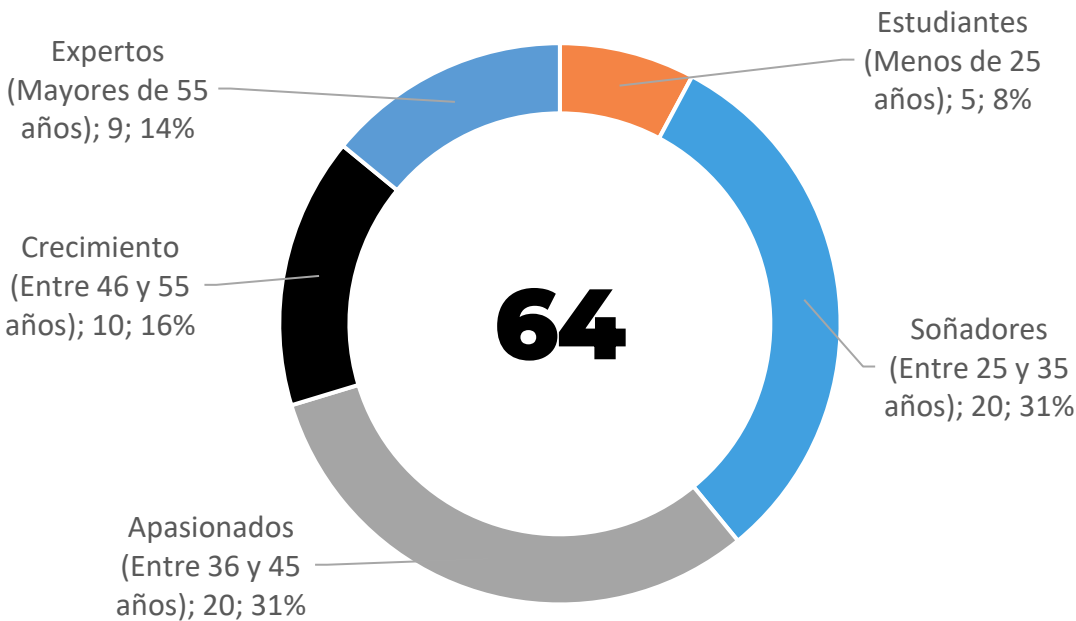
Alianzas: Contamos con 11 alianzas activas, dentro de las que se destacan: Padel Hub, Club del Jazz, Puro Perú, Berlitz, Vetplus, entre otros.

Segmentación general

Segmentación total asociados 2025



Segmentación asociados nuevos 2025



Total Asociados

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
160	165	-5	97%	142	18	13%

Total afiliaciones nuevas

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
64	66	-2	97%	46	18	39%



COMUNIDAD REGIONAL TOLIMA GRANDE

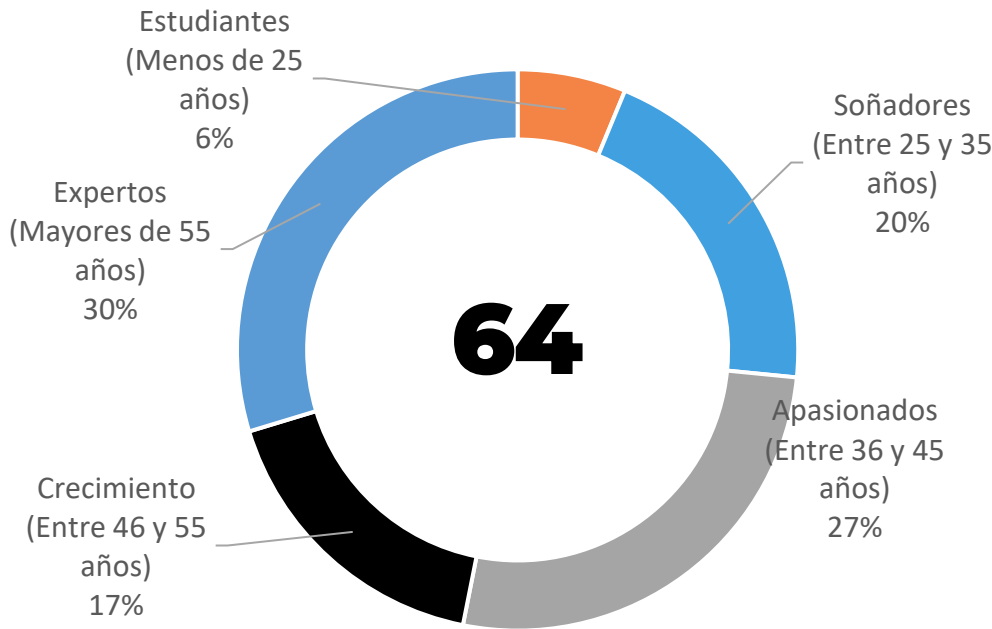
La Regional Tolima Grande ha conseguido sostener una base fiel de asociados, lo que ha impulsado su posicionamiento, enriquecido su propuesta de beneficios y fomentado una comunidad comprometida y conectada.

Actividades y eventos: En lo transcurrido del año 2025, se llevaron a cabo 8 actividades de actualización profesional, conexión regional y comunidad más de 200 participantes de la comunidad Uniandina en la región, promoviendo la integración y el impacto de la regional en el ámbito local.

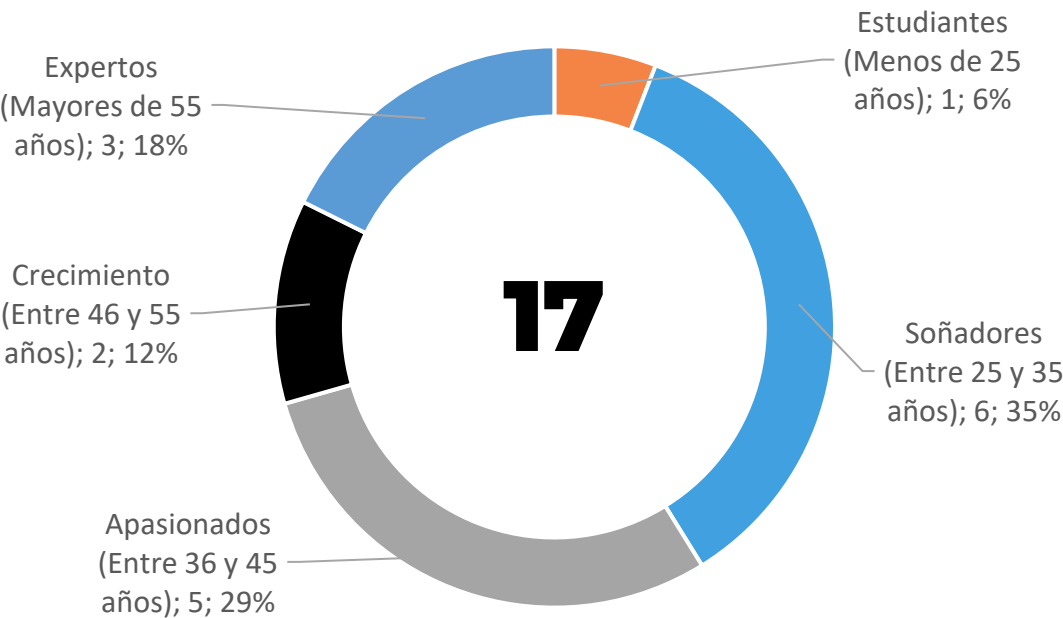
Alianzas: En una apuesta de crecimiento y de consolidación de los asociados, se llevó a cabo la negociación del contrato de arrendamiento para la asignación de espacio de coworking ubicado en el segundo piso de la Librería Pérgamo, contando con puestos de trabajo y sala de junta, catalizador para fortalecer relaciones y abrir oportunidades futuras para dinamizar la regional.

Segmentación general

Segmentación total asociados 2025



Segmentación asociados nuevos 2025



Total Asociados

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
64	77	-13	83%	65	-1	-2%

Total afiliaciones nuevas

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
17	24	-7	71%	26	-9	-35%



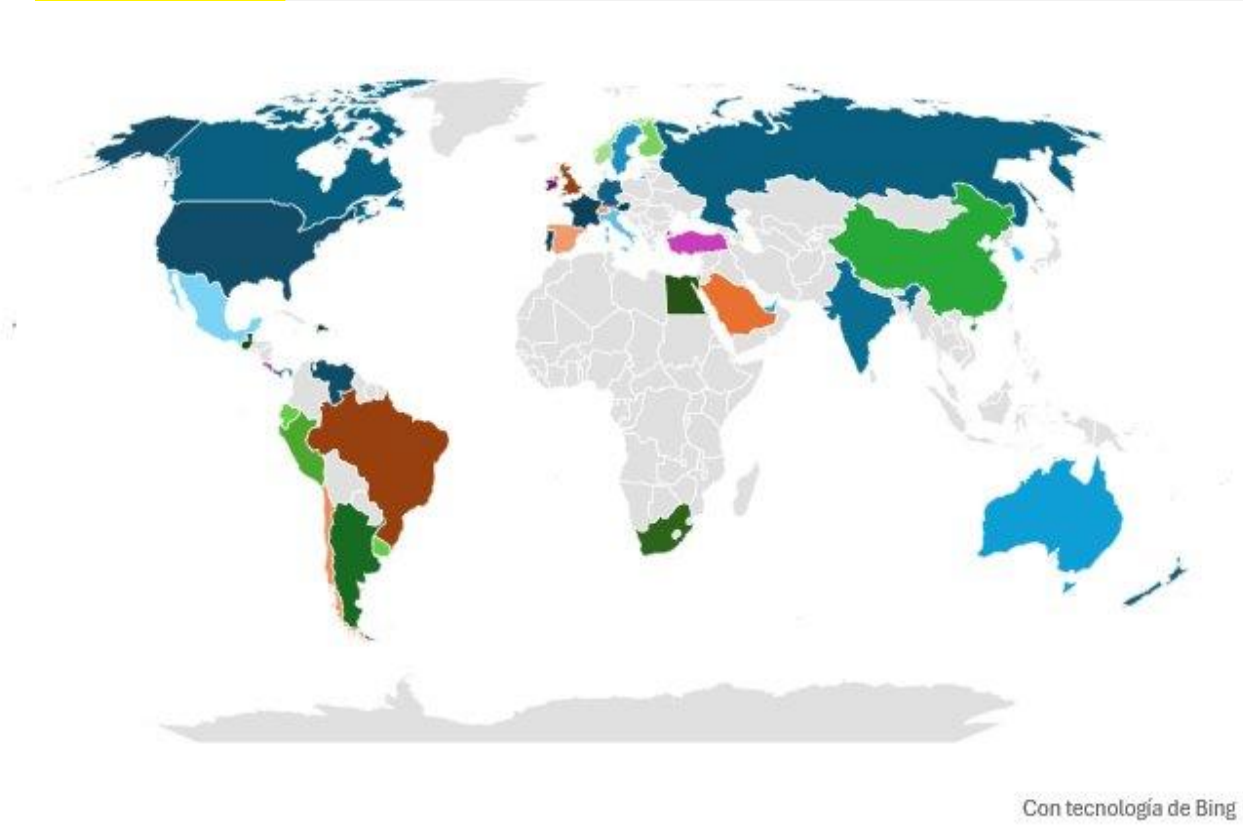
COMUNIDAD RED GLOBAL

La consolidación de comunidades en todo el mundo ha permitido un entorno que facilita conexiones de valor entre egresados, adaptación cultural y social, networking; y la expansión de redes globales Uniandinos en el mundo.

Consolidación de comunidad: En el proceso de construcción e impacto de comunidades, a cierre del 2025 contábamos con 5.000 conectados en WhatsApp, 5.661 conectados en LinkedIn y 455 asociados en el exterior.

El crecimiento y la cohesión de la comunidad decantaron en la necesidad de diseñar una estrategia organizada que brinde un apoyo integral a los tres frentes clave de la comunidad en el exterior: **Uniandinos, Uniandes y la comunidad internacional;** en esa medida y bajo aprobación del fondo de proyectos, se realizó la aprobación del **proyecto de estrategia 2030.**

Actividades y eventos: En el transcurso del año se llevaron a cabo 13 actividades académicas de interés general y bienestar para asociados, beneficiarios y egresados, y 7 charlas con expertos, con una asistencia de 50 participantes únicos desde distintas partes del mundo.



**+11.000 egresados
conectados en el
mundo**

455 ASOCIADOS

**Presencia en 43 países
del mundo y 76
ciudades**



CAPÍTULOS



El compromiso de nuestros voluntarios ha sido ejemplar, liderando **iniciativas estratégicas** que han producido **resultados significativos** tanto para la comunidad como para nuestra organización.

Su dedicación ha sido **determinante en la ejecución de proyectos clave**, aportando a una **gestión eficaz** y consolidando nuestro posicionamiento y alcance institucional.



Impacto a la comunidad

Durante 2025 se desarrolló una agenda robusta de actividades **orientadas a promover la innovación, el aprendizaje y la colaboración en la comunidad**. Esta programación incluyó espacios de **networking actualización académica, actividades de integración y deporte**.

Los eventos contaron con la participación de **líderes empresariales y expertos de alto nivel**, generando oportunidades de **relacionamiento, alianzas estratégicas y desarrollo profesional** para nuestros asociados.

1.023
eventos

19.191
Asistentes totales

14.482 – 76 %
Asociados y
grupo familiar

4.709 – 24 %
Invitados

CAPÍTULOS

Durante este periodo, los eventos organizados por los Capítulos alcanzaron **un nivel de satisfacción sobresaliente** y un **Net Promoter Score excepcionalmente alto**, lo que evidencia la alta calidad en su planeación, ejecución y pertinencia para los participantes.

Se propiciaron **espacios de articulación y trabajo conjunto con la Uniandes**, fortaleciendo la conexión institucional y la integración con la comunidad de egresados.



4.6/5
Nivel de
satisfacción



83
NPS
(Net Promoter Score)



38 actividades conjuntas
con Uniandes con 1.649
participantes.

CAPÍTULOS

Capítulos Profesionales:

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

Composición actual de los Capítulos

41

CAPÍTULOS

20

CAPÍTULOS
PROFESIONALES

16

CAPÍTULOS
DE
AFINIDAD

5

GRUPOS DE
INTERÉS

Durante este periodo se llevó a cabo la conformación de los Capítulos de Afinidad Biciandinos y Danzandes. Estas incorporaciones reflejan el compromiso permanente por diversificar los espacios de participación, fomentar la integración desde intereses compartidos y fortalecer el sentido de pertenencia dentro de la comunidad Uniandina.

Capítulos de afinidad:

- Andesgolf
- Astroséneca
- Biciandinos
- Cabalgandes
- Café Séneca
- Caminandes
- Civitas
- Empreandinos

- Danzandes
- Fotografía
- Música
- Porra Taurina
- Séneca F.C.
- Zero G
- Tenis
- Teatro

Grupos de interés

- Argonautas
- El grupo de apoyo
- Motoandinos
- La tuna Uniandina
- Gobierno Corporativo



ÁREAS MISIONALES

EMPLEABILIDAD

Empleabilidad

Los resultados acumulados evidencian un fortalecimiento continuo en las asesorías personalizadas, la gestión con empresas y la participación en espacios de conexión laboral.

A ello se suma un crecimiento notable en la formación complementaria, que se convirtió en un componente clave para el desarrollo profesional de los asociados, multiplicando su alcance en los últimos años. Asimismo, la alta satisfacción registrada —con NPS superiores a 88 puntos— confirma que los procesos de acompañamiento y orientación son percibidos como valiosos y de alta calidad.

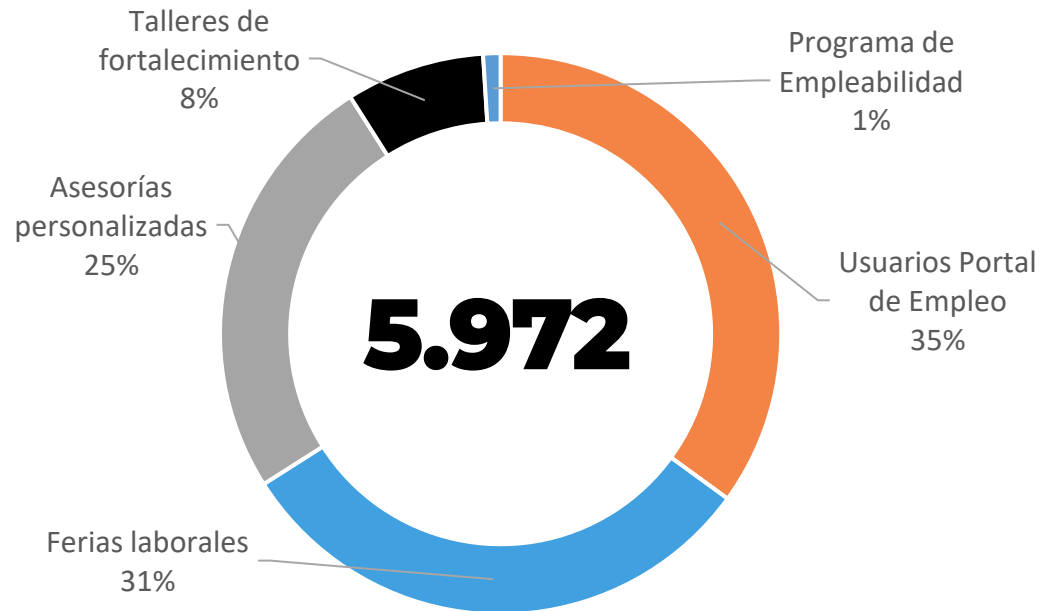
Si bien las transiciones tecnológicas, como la implementación de la nueva plataforma de empleo en 2024, generaron ajustes temporales en su uso, también abrieron oportunidades para modernizar los servicios y mejorar la experiencia de los asociados.

Con la Alianza con Educación Continua de Uniandes logramos en este 2025, 204 inscritos a programas de actualización académica.

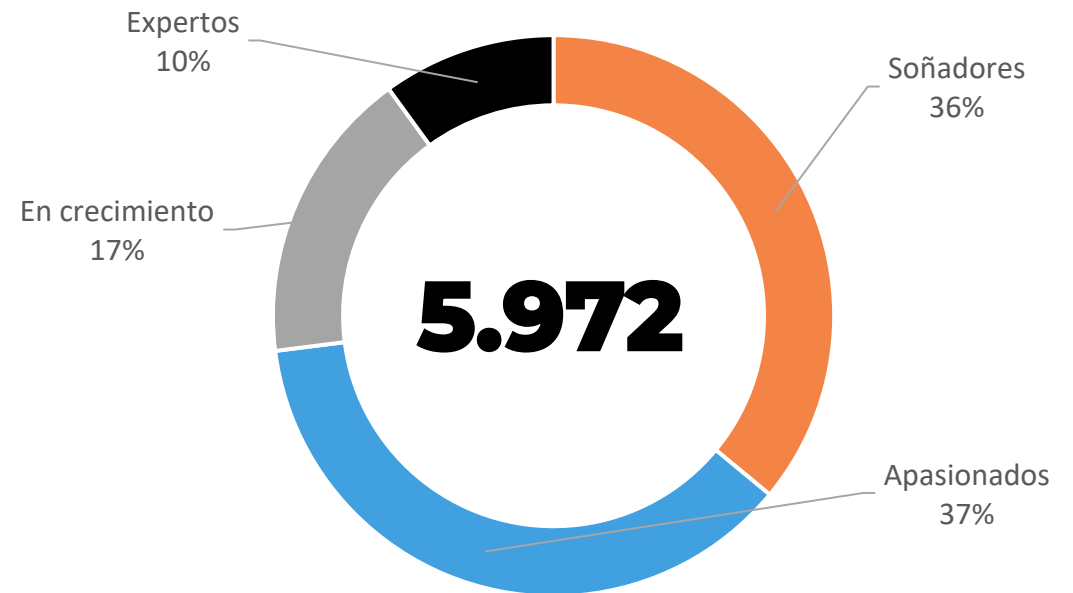
Se ubicaron laboralmente 202 Asociados.

Segmentación general

Segmentación por tipo de servicio

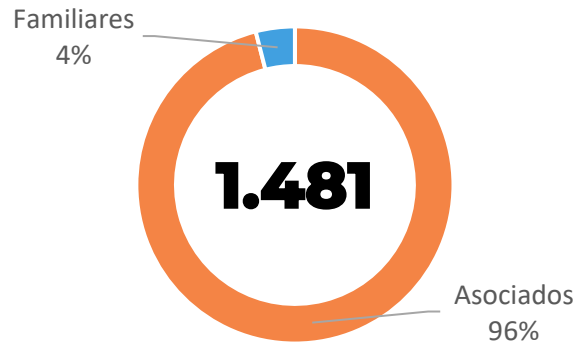


Segmentación etaria

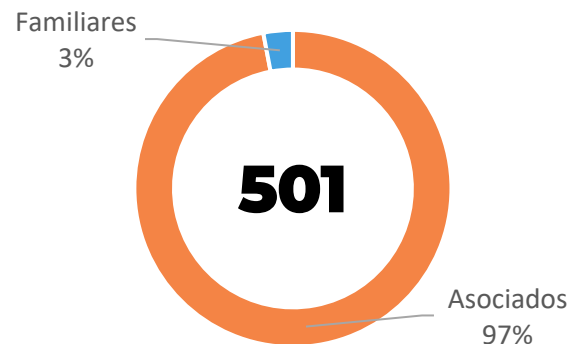


ÁREAS MISIONALES - EMPLEABILIDAD

Asesorías personalizadas



Talleres de fortalecimiento



Feria Laboral

Marzo

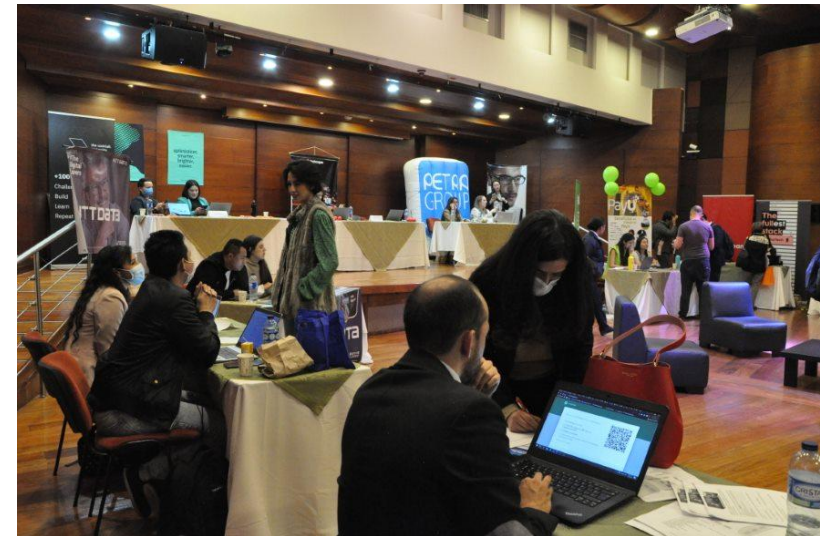
80 Empresas

881 Asistentes

Septiembre

74 Empresas

992 Asistentes



El Programa de Empleabilidad tiene como objetivo mostrar a los participantes la ruta óptima para un proceso de búsqueda de empleo efectivo, entendiendo que es clave diseñar estrategias en función de un objetivo profesional muy bien estructurado.

11 sesiones con 21 asistentes

ÁREAS MISIONALES - EMPLEABILIDAD



El Programa de Orientación para Bachilleres refuerza el proceso de **orientación vocacional** y profesional iniciado al interior de los colegios y brinda a los jóvenes herramientas a través de diversas actividades, que les permiten **reconocer su vocación, sus habilidades, aptitudes, motivaciones e intereses** y así facilitar una **elección de carrera acertada**.

24 estudiantes

2 veces al año

10 sesiones

Asesorías personalizadas

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
1.481	1.455	26	102%	1.438	43	3%

Gestión con empresas

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
277	285	-8	97%	292	-15	-5%

Satisfacción de los servicios

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
96	95	1	101%	96	0	0%

NPS Servicios

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
89	85	4	105%	90	-1	-1%

Colocados

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
202	235	-33	86%	227	-25	-11%

EMPRENDIMIENTO

ÁREAS MISIONALES - EMPRENDIMIENTO

En 2025, hemos fortalecido el ecosistema de emprendimiento como un pilar para conectar a 2.113 asociados, actores del ecosistema Uniandino (emprendedores, empresarios, mentores, inversionistas y diversas entidades). A destacar:

1. Incubadora de emprendimientos

Acompañamos 40 nuevos asociados para la creación y fortalecimiento de ideas de negocio bajo 28 metodologías incorporando inteligencia artificial.

3. Colombia Tech Week

- 32 workshops con Startups Uniandinas.
- 5 Conversatorios con inversionistas.
- 40 Fondos de inversión.
- Trabajo conjunto con Uniandes.
- +800 personas participantes.
- 120 emprendedores visibilizados.

2. Programas de formación

Se impartieron 10 programas intensivos de formación emprendedora en diversas temáticas, tales como finanzas, consecución de capital, capacitación como inversionistas, ventas y marketing, en los que participaron 4.300 asociados.

4. Protección intelectual

Durante 2026, en alianza con la Superintendencia de Industria y Comercio, acompañamos a emprendedores y empresarios Uniandinos en la protección de 80 marcas, 26 diseños industriales y 6 solicitudes de patentes.

ÁREAS MISIONALES - EMPRENDIMIENTO

Gracias a alianzas estratégicas con actores como **Google, BBVA, Cámara de Comercio de Bogotá y Cali, ANDI, Portafolio,** entre otros, participamos con **146** emprendedores Uniandinos, en **9** eventos destacados en Colombia: **ColCapital, GoFest, Capital Summit, StartCo** y más.

Gracias a la gestión realizada con **Sony Channel, 22 emprendedores Uniandinos** estuvieron en **Shark Tank Colombia 2025.**

Mentorías



- 3.000 horas
- 230 voluntarios

Lanzamiento **MentorIA**, plataforma automatizada con IA

Mentores



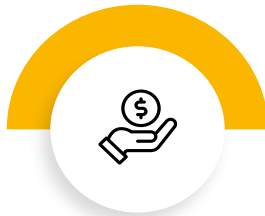
Formamos a **60** mentores en emprendimiento entre **Uniandinos y TEC de Monterrey.**

Mujeres STEAM



Programa de 6 meses donde capacitamos a **12 emprendedoras en 14** sesiones de formación.

Regionales



+150 asociados reunidos en espacios de conexión en las Regionales de Antioquía, Tolima y Grande Suroccidente

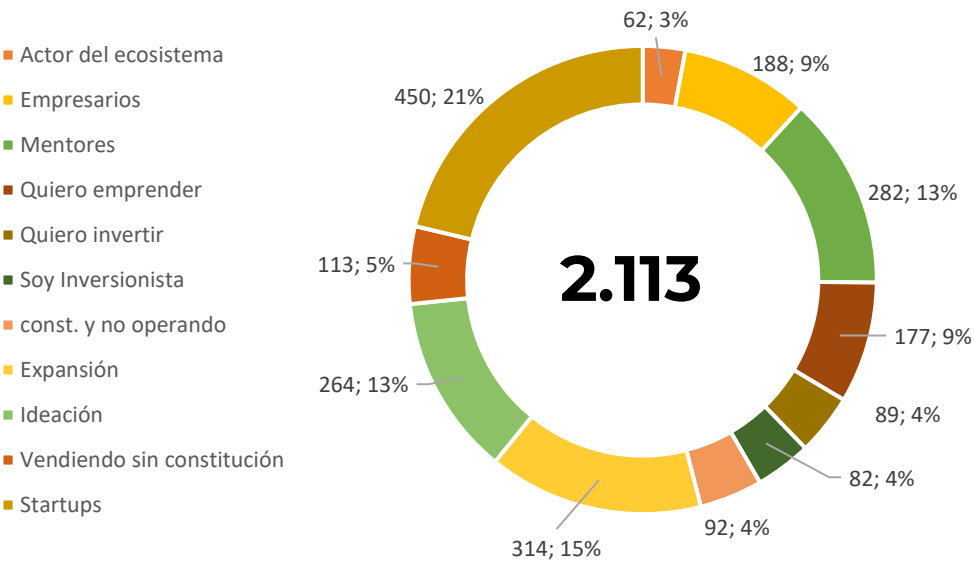
Aceleración



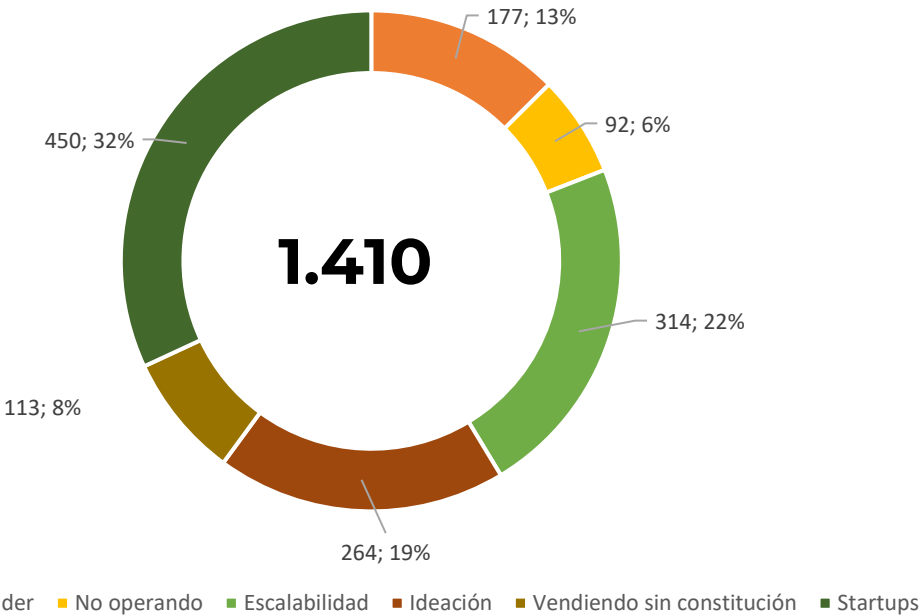
30 startups formadas durante 4 meses por Founder Institute, aceleradora de Silicon Valley.

Segmentación general

Actores del ecosistema de emprendimiento



Etapas del Emprendedor



En 2025, acompañamos 431 asociados más respecto al año anterior. Un crecimiento del 80%

Horas de asesoría y mentoría

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
1.750	1.750	-	100%	992	758	76%

Actividades de formación

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
112	110	2	102%	98	14	14%

Población impactada

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
4.300	3.500	800	123%	3.520	780	22%

Emprendedores visibilizados

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
1.005	1.000	5	101%	880	125	14%

Actores del ecosistema

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
2.113	1.400	713	151%	1.356	757	56%

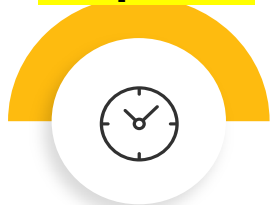


ALIANZA SOCIAL

ÁREAS MISIONALES – ALIANZA SOCIAL

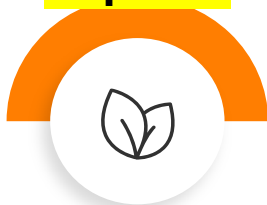
Con el compromiso de fortalecer y acompañar a entidades sin ánimo de lucro de alto impacto, retomamos las raíces del voluntariado Uniandino logrando generar un mayor alcance e impacto positivo en las comunidades en situación de vulnerabilidad, gracias al apoyo, la dedicación y el trabajo solidario de nuestros asociados y sus familias.

Tejidos con Propósito



- **692** horas de voluntariado se
- **83** voluntarios
- **666** tejidos (mantas, primeras mudas para niños) entregados a diferentes fundaciones en el país.

Finanzas de Impacto



- **97** horas de voluntariado
 - **16** voluntarios
- 24 mujeres de en Ciudad Bolívar, Usme y Soacha capacitadas en finanzas personales y de negocio

Jóvenes Rurales



- **8** asociados
- **22** horas de mentoría a **14** jóvenes de la región en habilidades y herramientas para que puedan emprender.

Inclusión social



Mediante **12** sesiones, voluntarios Uniandinos han formado a **13** jóvenes en condición de discapacidad para acceder su primer Empleo.

Banco de Alimentos



- **2** jornadas (**80 horas**) de voluntariado operativo.
- **98 kg** de alimentos donados.
- **20** voluntarios participantes
- **800** de mercados empacados.

ÁREAS MISIONALES – ALIANZA SOCIAL



MES DE LA SOSTENIBILIDAD

- **4** webinar de sensibilización ambiental.
- Feria emprendimientos verdes.
- Pasarela de moda sostenible.
- **135** asociados sensibilizados.



RECOLECCIÓN DE RESIDUOS

152 kg de residuos recolectados entre pilas, tapas, electrodomésticos y accesorios periféricos y más.

Reciclación de ropa en alianza con la Secretaria de Integración Social.



BIOBOOTCAMP

Junto con la Facultad de Administración, desarrollamos 8 retos de innovación abierta en materia de sostenibilidad.

13 voluntarios uniandinos

Realizamos la **medición de la huella de carbono** de la Sede Nacional para identificar su impacto en materia ambiental. Con ello, creamos estrategias de compensación como la siembra de 320 árboles en la Hacienda el Noviciado.

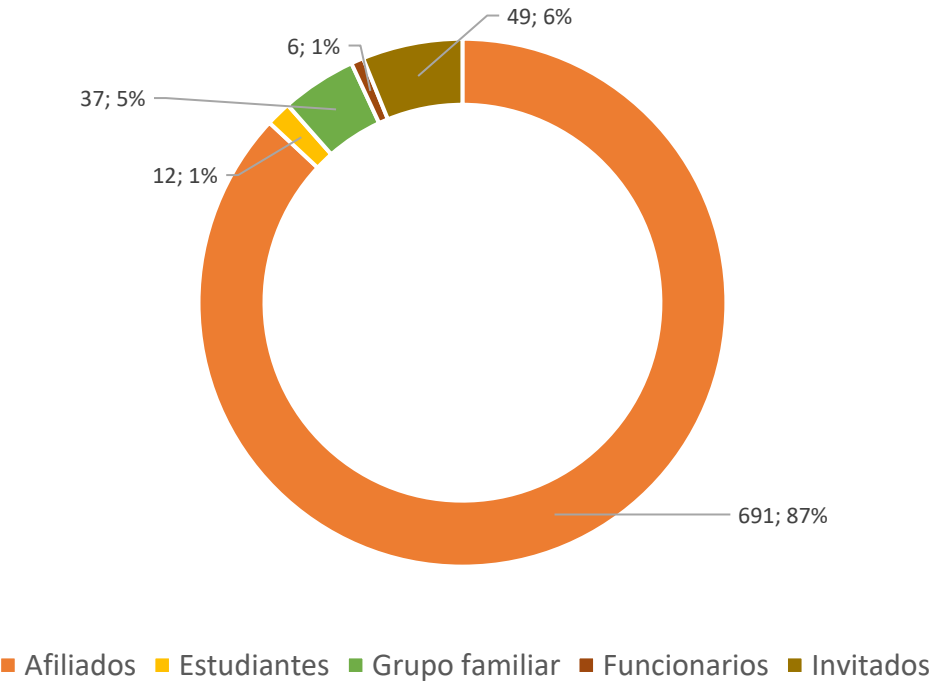


MENTORÍAS EN SOSTENIBILIDAD

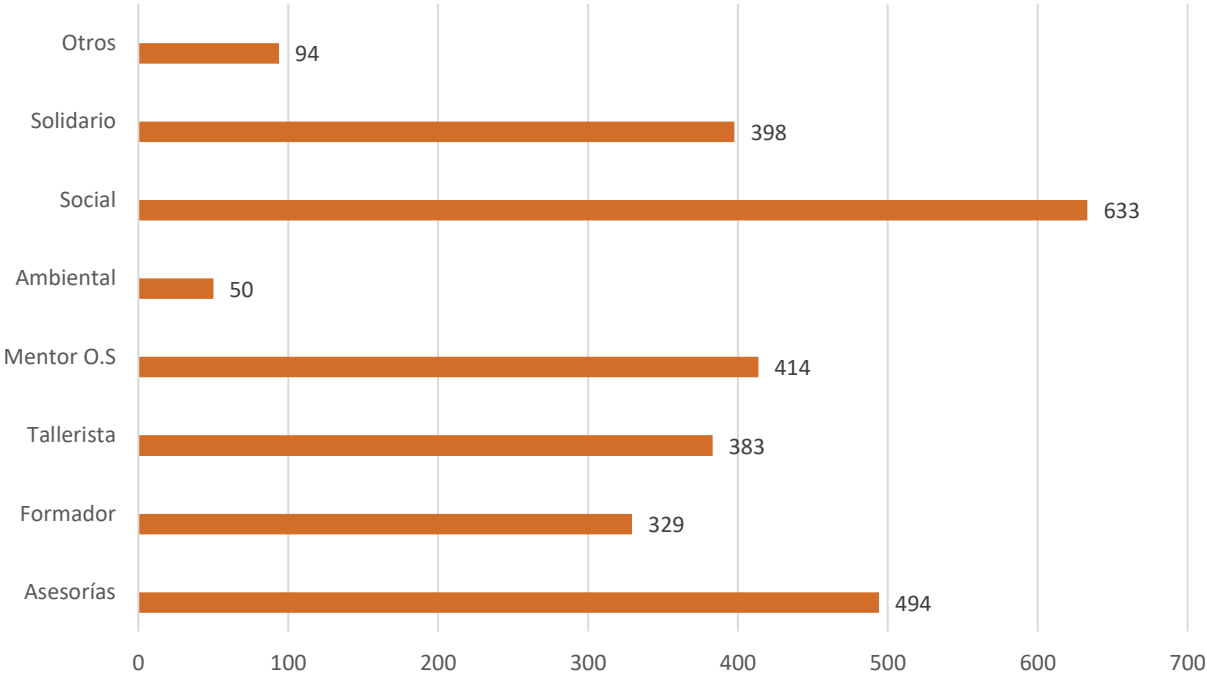
Junto con el Grupo Retorna de la ANDI, brindamos asesoría en materia de sostenibilidad a **20** empresas de todo el país.

Segmentación general

Relación con Uniandinos



Líneas de interés en voluntariado



2.795 líneas de interés en voluntariado, entendiendo que un voluntario puede tener múltiples intereses.

Indicadores de gestión

Voluntarios caracterizados

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025							
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%	
528	1.000	- 472	53%	651	- 123	-19%	

Voluntarios activos

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025								
Ejecutado	PPTO	Diferencia		%	2024	Diferencia		%
306	750	-	444	41%	179	127	71%	

Horas de voluntariado

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
2.486	2.000	486	124%	664	1.822	274%



Indicadores de gestión

Población impactada

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025										
Ejecutado		PPTO	Diferencia		%	2024		Diferencia	%	
2.459		6.600	-	4.141	37%	6.600		-	4.141	-63%

Organizaciones sociales
acompañadas

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025								
Ejecutado	PPTO	Diferencia		%	2024	Diferencia		%
107	140	-	33	76%	59	48		81%

Voluntarios formados

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025										
Ejecutado		PPTO	Diferencia		%	2024		Diferencia	%	
119		220	-	101	54%	197		-	78	-40%



CULTURA

ÁREAS MISIONALES - CULTURA

Durante 2025, la Dirección de Cultura de Uniandinos fortaleció su papel como articulador entre la Asociación, la Universidad y el ecosistema cultural. Las acciones del año se estructuraron en torno a cuatro ejes estratégicos:

- 1. Agenda cultural constante y diversa** enfocada en arte, literatura y artes escénicas.
- 2. Trabajo colaborativo** con Capítulos y áreas de Uniandinos, facultades e instancias de la Universidad de los Andes y entidades culturales.
- 3. Convocatorias** que promueven la creación y circulación de distintas expresiones culturales.
- 4. Gestión de la colección de arte** para la preservación de nuestro patrimonio, como memoria histórica de la Asociación.

Cultura centró su actividad en: **arte, literatura y artes escénicas**, con **168 proyectos y eventos** que involucraron afiliados, familiares y beneficiarios, egresados, estudiantes y docentes, **3 Convocatorias**, Concurso de Cuento Ramón de Zubiría, Subasta de Arte Uniandinos, Sonido Emergente y **18 intervenciones de conservación estratégica de la Colección de Arte**.

EJE 1 · Agenda cultural + EJE 3 · Convocatorias + EJE 4 · Gestión de Patrimonio y colección de Arte

Arte

59

8 exposiciones:

- 6 Exposiciones en la Galería en colaboración con Capítulo de Arte, Uniandes y entidades culturales
- 2 Exposiciones en el Foyer en articulación con el Capítulo de Arte, Astroséneca y Empreandinos.

8 Activaciones de mediación:

conversatorios, talleres, ciclo de conferencias, visitas guiadas y muestra final.

10 talleres experimentales (**41 sesiones**) + 1 muestra final.

ARTBO | Fin de semana

- 3 eventos
- **512** asistentes

Subasta de Arte Uniandinos

Convocatoria

- 222 propuestas recibidas
- 72 obras preseleccionadas

Subasta

- 61 obras seleccionadas
- 50 lotes ofertados

Artes Escénicas

98

Sonido Emergente II

Convocatoria:

- 28 propuestas recibidas.
- 8 audiciones.

Festival:

- 4 bandas finalistas: Gato Loko, Martinache, Nikki Garden, TCC.

1 conversatorio académico.

1 taller académico.

Programación escénica:

- 20 talleres de danza (**74 sesiones**) + 1 muestra final.

• 5 conciertos:

- Sonidos de Colombia (3).
- Jazz & Blues (2).

• 3 milongas La Yumba.

- 2 encuentros salseros **El Bembé**.

• 1 ópera.

• 5 presentaciones de danza.

• 1 homenaje a Inés Granja

Literatura

14

30 años del Concurso de Cuento Ramón de Zubiría

Convocatoria:

- 118 cuentos recibidos y 71 participantes.
- 5 ganadores y 7 menciones de honor.

2 libros publicados.

- Revisión de bases de la convocatoria y consolidación del Comité Asesor.

Lecturas Compartidas

- 11 sesiones.
- Invitados reconocidos: Joe Broderick, Claudia Montilla, Rolf Abderhalden, Gloria Luz Gutiérrez, María Mercedes Andrade, Camilo Hoyos, Gernot Kamecke, entre otros.
- Con Paredro Podcast, Grupo Planeta, Editorial Taller Rocca.

Gestión de la Colección de Arte

18

18 intervenciones de conservación

- Estrategia de intervención y restauración

Lista de artistas intervenidos:

- Juan Antonio Roda
- Enrique Grau
- (2) Luciano Jaramillo
- (2) Pilar Caballero
- Martha Combariza
- Camilo Calderón
- Nicholas Sperakis
- Duván López
- Fernando Cerón
- Felipe Barragán
- (4) Camilo Santamaría
- Afiche Festival Cine Bogotá
- Raquel Hoffer

171 Proyectos, eventos y convocatorias

EJE 2 · Trabajo colaborativo

Somos un nodo articulador con una integración creciente con los Capítulos, la Universidad y entidades del sector cultural

10

Articulaciones con Capítulos y áreas de Uniandinos

Capítulos

Arte, Astroséneca, Danza
Folclórica, Teatro, Café Séneca,
Antropología, Música

Emprendimiento

Fidelización

Chiquiandinos

10

Articulaciones con instancias de la Universidad de los Andes

Departamento de Arte

Departamento de Música

- Semillero de Rock
- Semillero de Tango
- Ensamble de Salsa

Departamento de Literatura

CEPER

Programas de Narrativas

Digitales

Decanatura de Estudiantes

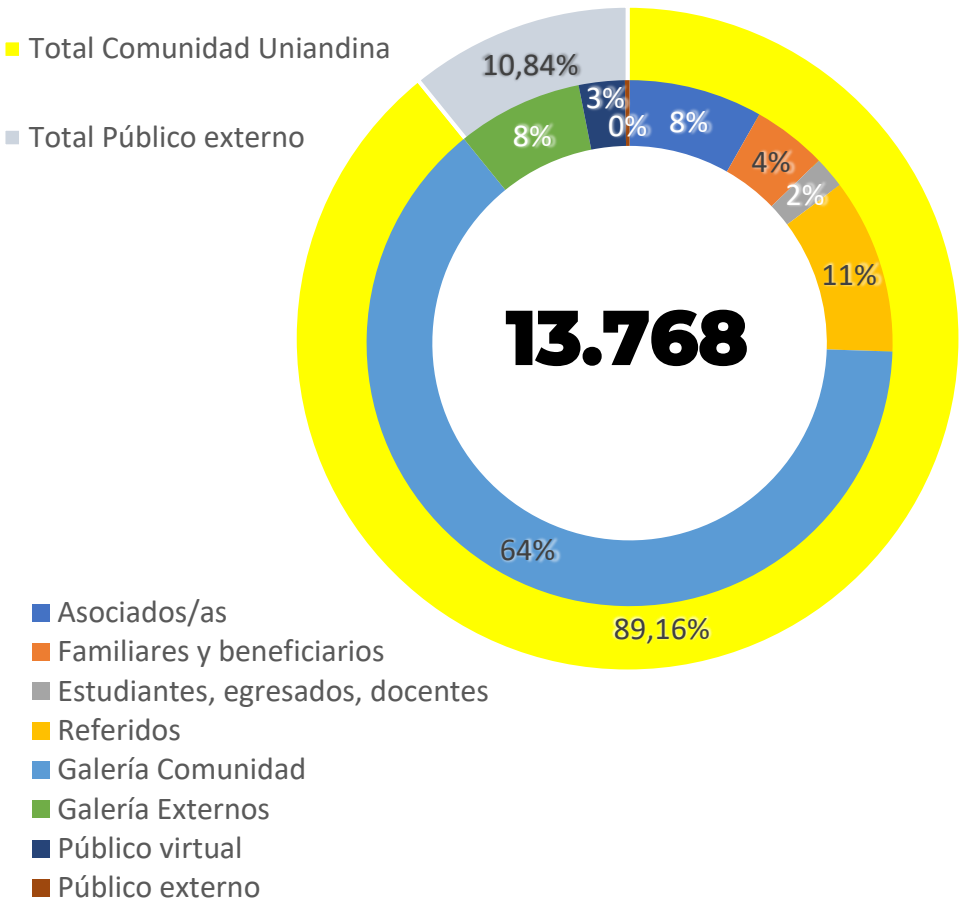
Ediciones Uniandes

20

Aliados estratégicos

Cámara de Comercio de Bogotá - ARTBO
Museo de Arte de Pereira IDARTES
Festival de Danza en la Ciudad Distrito Flamenco
Festival Distrito Flamenco
The LAACC – Latin American Art & Culture Consultancy
Hodson Music
Emergente Convergente
Cristina Grajales
Casa Valhalla
Universidad Sergio Arboleda
Ilé Danza
Paredro Podcast
Grupo Planeta
Taller Rocca
Fundación boüi
Agile Artesanos Colombia

Segmentación general



Aporte a sostenibilidad
Medición de ingresos

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
\$ 69.240	\$ 59.003	\$ 10.237	117%	\$ 76.590	-\$ 7.350	-10%

*

Asistencia a eventos
Cantidad total de asistentes

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
13.768	16.000	- 2.232	86%	19.623	- 5.855	-30%

Agenda diversificada
Cantidad proyectos, eventos y convocatorias

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
171	140	31	122%	166	5	3%

Alianzas culturales
Con Uniandes y entidades del sector

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
30	19	11	158%	39	- 9	-23%

Articulación - Capítulos
Cantidad proyectos/eventos culturales

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
13	15	- 2	87%	9	4	44%

Colaboraciones internas
Cantidad de Capítulos y áreas de Uniandinos articulados con la Dirección de Cultura

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
10	9	1	111%	9	1	11%

FONDO EDUCATIVO DE UNIANDINOS FEDU

ÁREAS MISIONALES - FEDU

A través de créditos, subsidios, becas y descuentos, el FEDU no solo facilita el acceso a la educación, sino que actúa como un habilitador de oportunidades y movilidad educativa para nuestra comunidad.

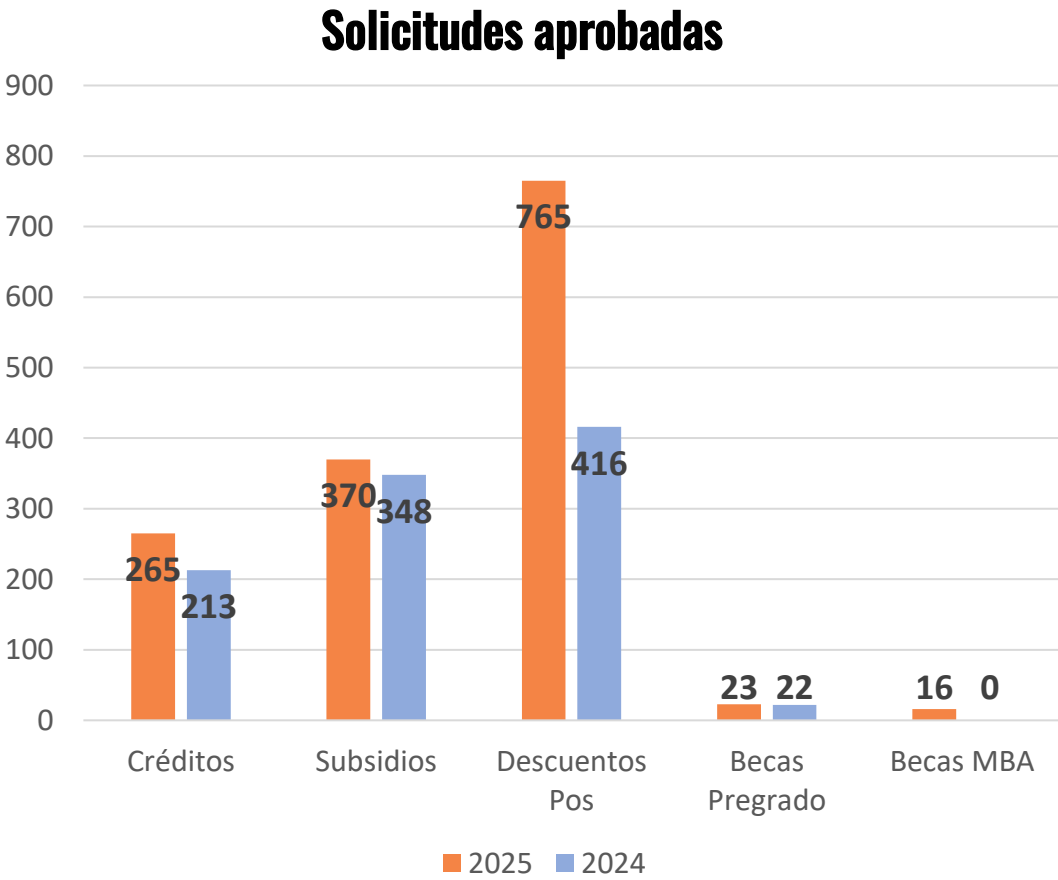
En 2025 se aprobaron **1.439 solicitudes por un valor total de \$6.432 millones**, frente a 999 solicitudes por \$4.909 millones en 2024. Esto representa un **crecimiento del 44 % en número de apoyos y del 31 % en valor aprobado**, reflejando una mayor cobertura, mayor dinamismo y una confianza creciente de los asociados en el Fondo.

Adicionalmente, se otorgaron **765 descuentos en programas de posgrado de Uniandes**, frente a 416 en 2024, lo que equivale a un incremento cercano al 84 %, fortaleciendo el acceso a formación de alto nivel y consolidando la articulación estratégica entre Uniandinos y la Universidad.

Durante 2025, el FEDU abrió dos convocatorias de becas para hijos y hermanos de asociados, otorgando **23 becas por un total de \$416 millones para estudios de pregrado en la Universidad de los Andes**. Cada beca representa una oportunidad concreta de transformación y continuidad generacional del vínculo Uniandino.

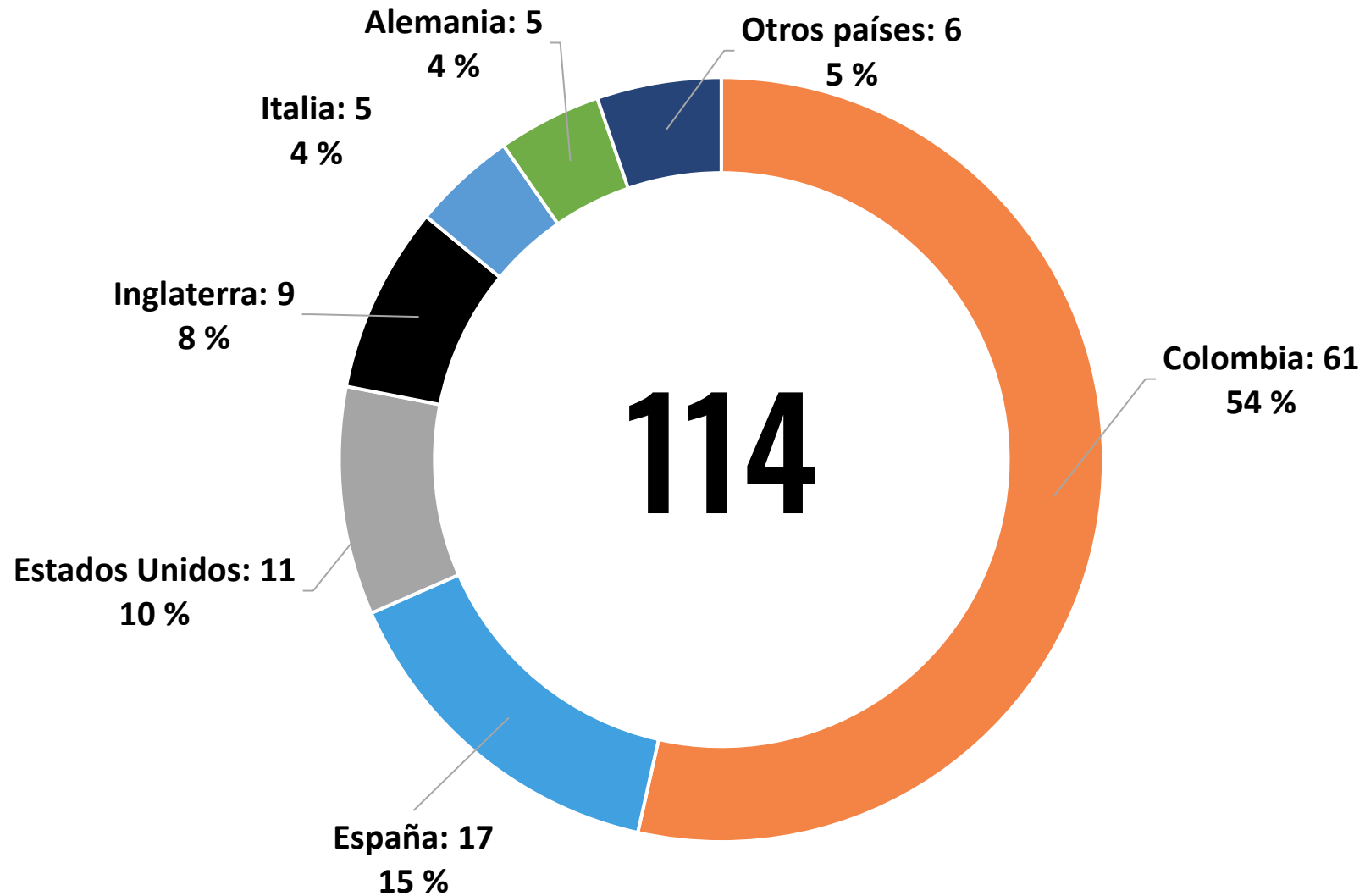
El crecimiento sostenido del FEDU evidencia que la educación sigue siendo uno de los ejes más poderosos de impacto institucional. Seguimos fortaleciendo comunidad, ampliando oportunidades y construyendo futuro a través de la educación.

Solicitudes y montos aprobados

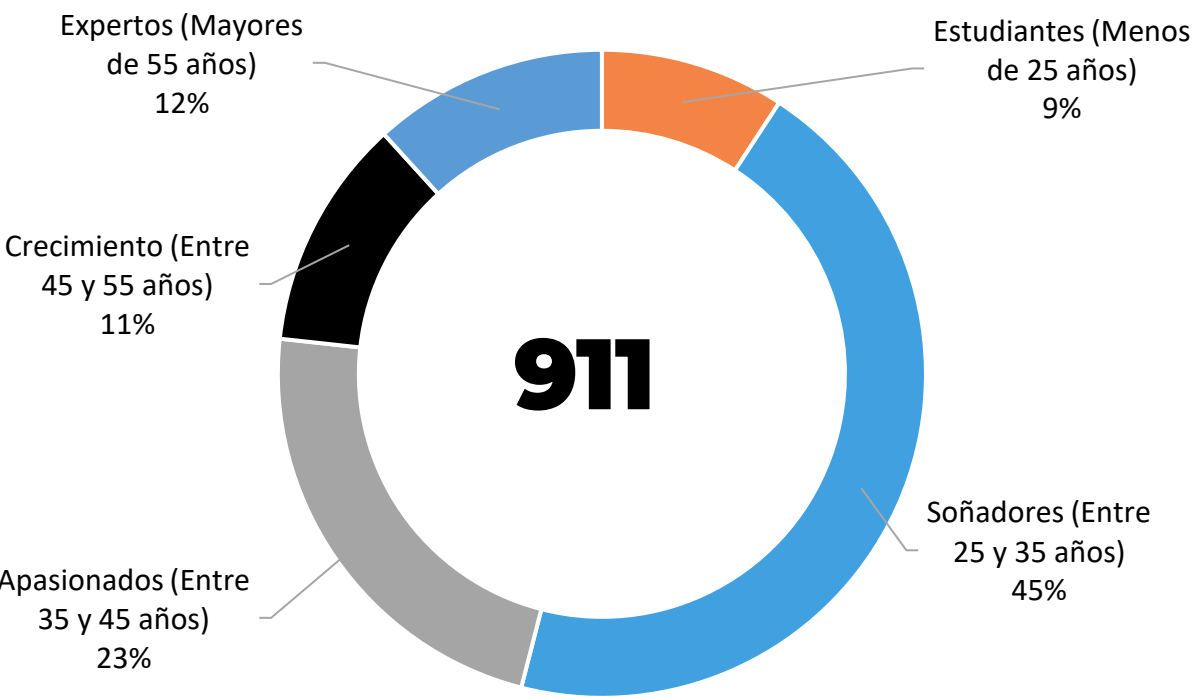


*Cifras expresadas en millones de pesos

Créditos de Posgrado



El 54 % de los Asociados que utilizan los servicios del FEDU pertenece a la población menor de 35 años, lo que posiciona al Fondo como una herramienta clave para la atracción, fidelización y proyección de las nuevas generaciones Uniandinas.

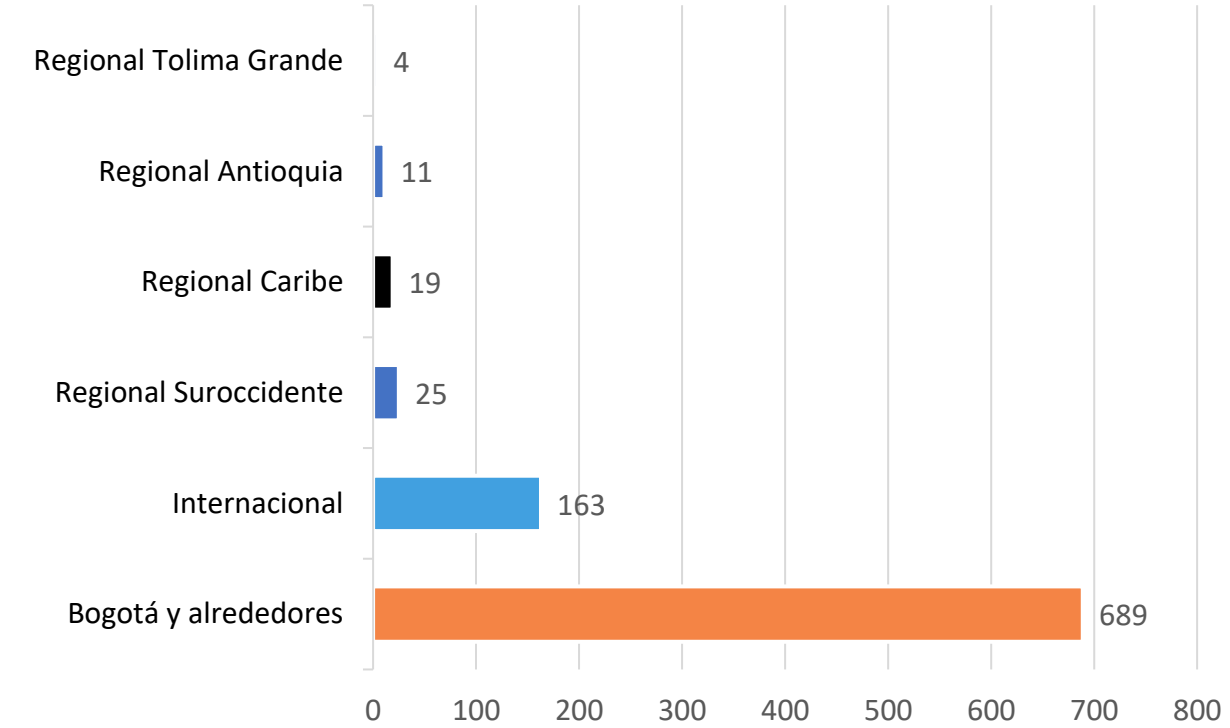
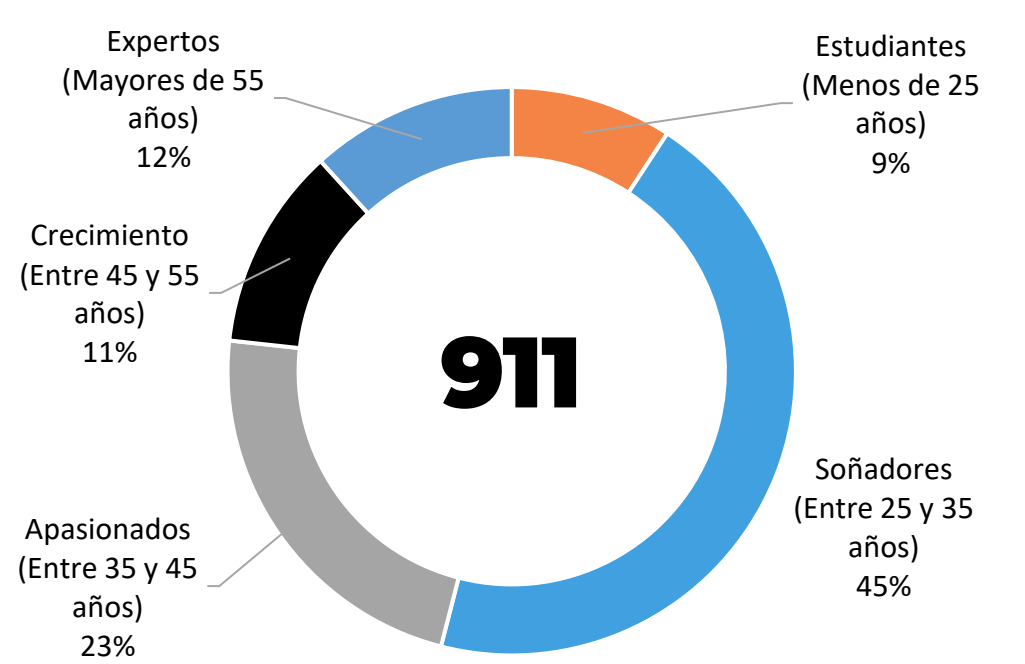


En Bogotá y sus alrededores	689; 76 %
Internacional	163
Regional Suroccidente	25
Regional Caribe	19
Regional Antioquia	11
Regional Tolima Grande	4

*Cédulas únicas correspondientes a 1.439 solicitudes



El 54 % de los Asociados que utilizan los servicios del FEDU pertenece a la población menor de 35 años, lo que posiciona al Fondo como una herramienta clave para la atracción, fidelización y proyección de las nuevas generaciones Uniandinas.



*Cédulas únicas correspondientes a 1.439 solicitudes



Montos aprobados solicitudes FEDU

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
6.432	6.381	51,00	101%	4.909	1.523,00	31%

Número de solicitudes aprobadas FEDU

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
1.439	1.448	- 9	99%	999	440	44%



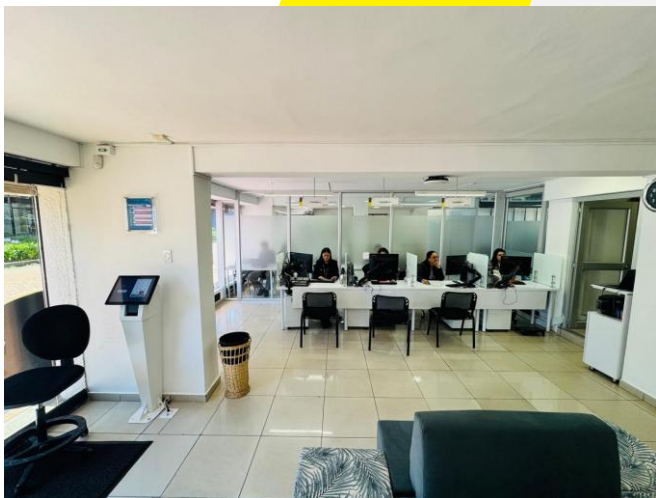


GERENCIA DE SERVICIO



PUNTOS DE ATENCIÓN

GERENCIA DE SERVICIO – PUNTOS DE ATENCIÓN



En 2025 se implementó el sistema de turnos presencial (Digiturno) y se adecuó el Centro de Servicio al Afiliado, optimizando el flujo de atención y mejorando la experiencia del usuario. Estas acciones redujeron los tiempos de espera y fortalecieron la percepción de orden, eficiencia y calidad en el servicio.

Encuesta de Esfuerzo (CES):

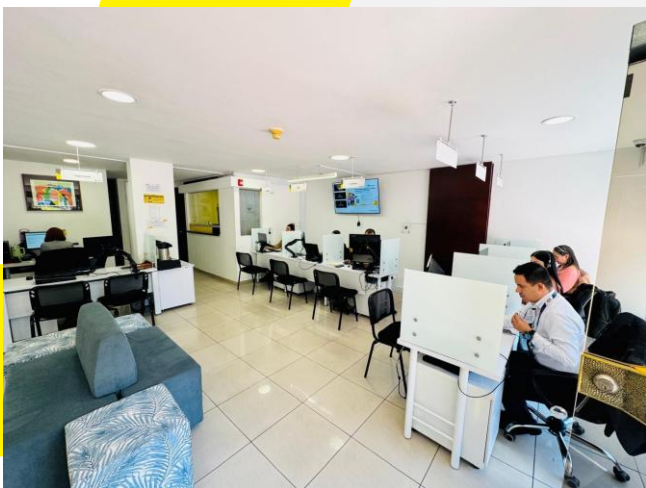
Se implementó la Encuesta de Esfuerzo (CES), alineada con mejores prácticas en experiencia de cliente, para medir la percepción sobre la gestión y el nivel de esfuerzo del Asociado. A diciembre, el 78 % de las calificaciones fueron positivas, apalancadas en la trazabilidad del CRM.

Campañas de fidelización:

En articulación con el área de Fidelización, se desarrollaron 14 campañas telefónicas, con 9.109 llamadas y una tasa de contacto del 46 %, fortaleciendo la cercanía y el vínculo con los Asociados.

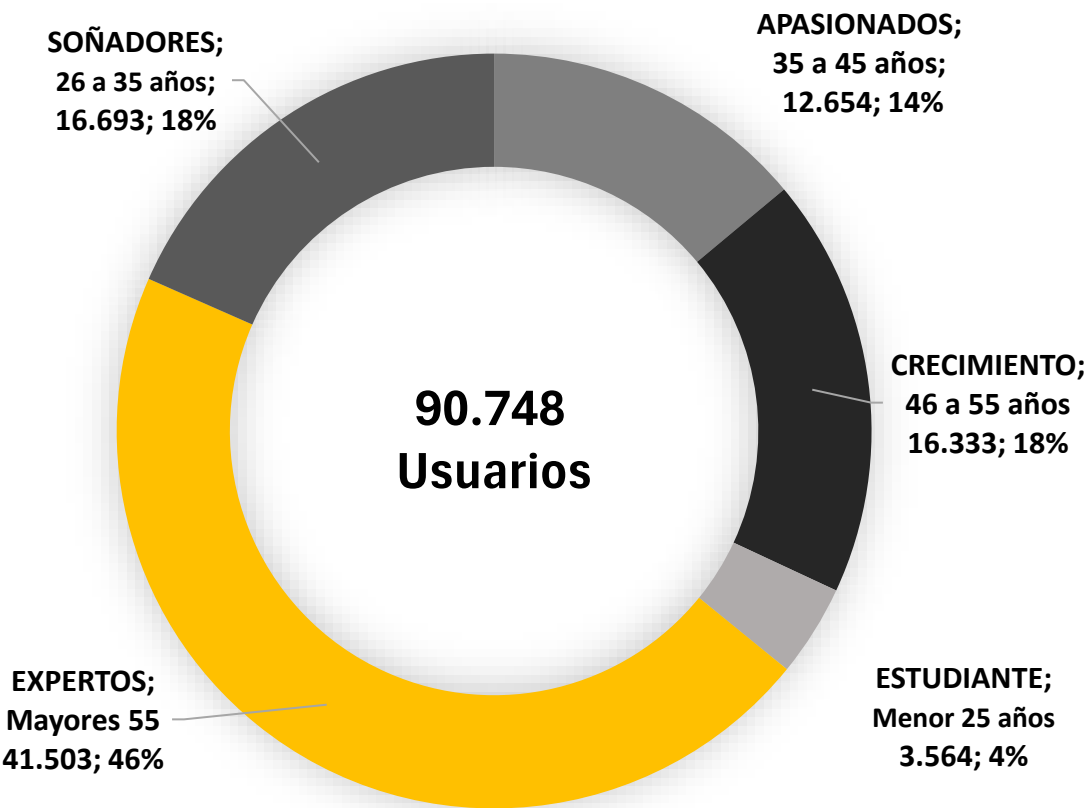
Canales de atención:

Se registraron 90.748 interacciones (+12 % vs. 2024), evidenciando mayor uso de los canales. El canal telefónico lidera con 50.509 llamadas (+19 %), mientras que el Centro de Servicio gestionó 11.190 atenciones presenciales, consolidando su rol en la atención personalizada.

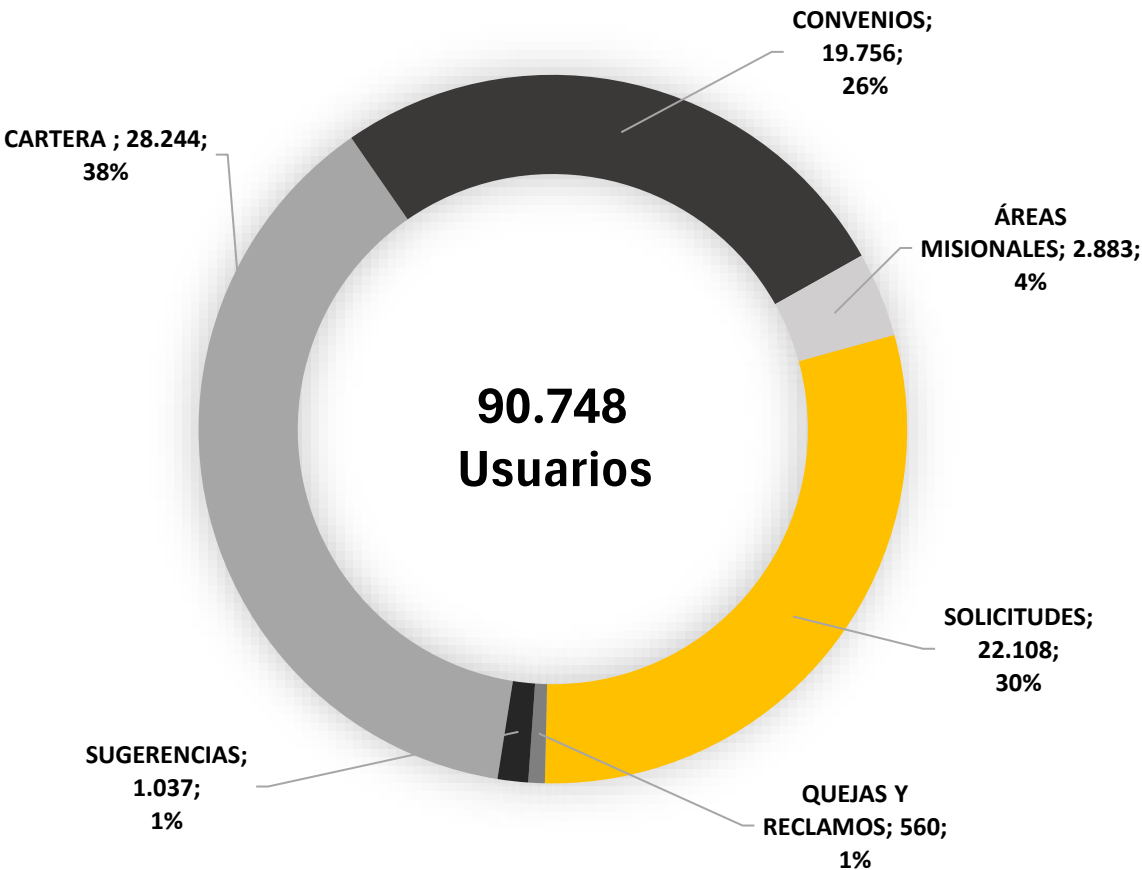


Interacciones

Segmento de Asociados que interactúan con los canales de servicio

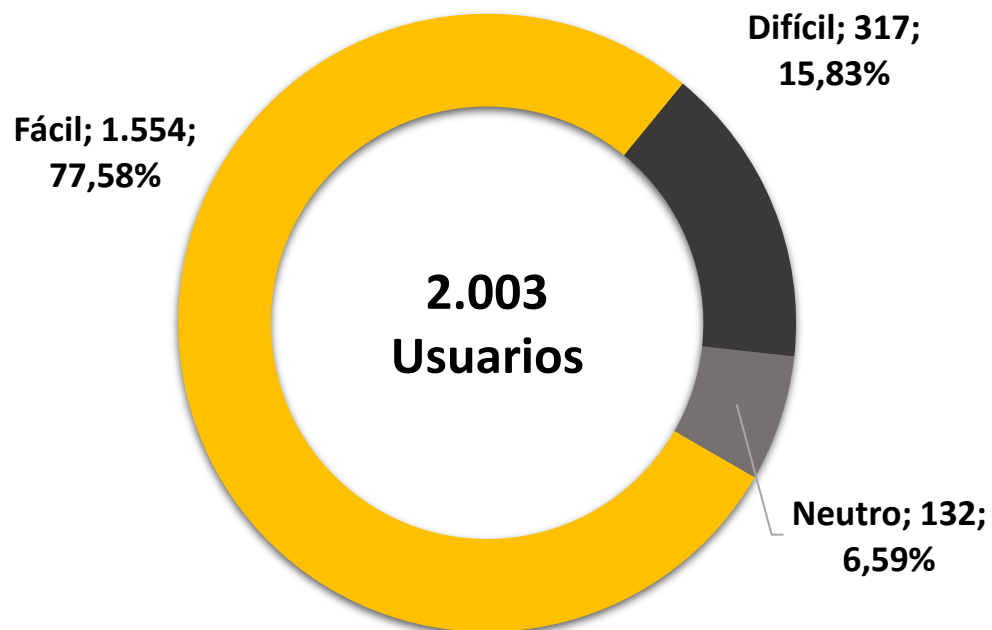


Tipología de la interacción



Encuesta CES (Customer Effort Score)

¿Uniandinos facilitó el manejo de mi solicitud?



78 %

de los Asociados manifestó una percepción positiva frente a la facilidad para resolver su solicitud. Reflejando una experiencia ágil y sin fricciones en la atención.

*CES: Customer Effort Score. Un valor por encima de 70 se considera como una puntuación positiva.

NPS Uniandinos

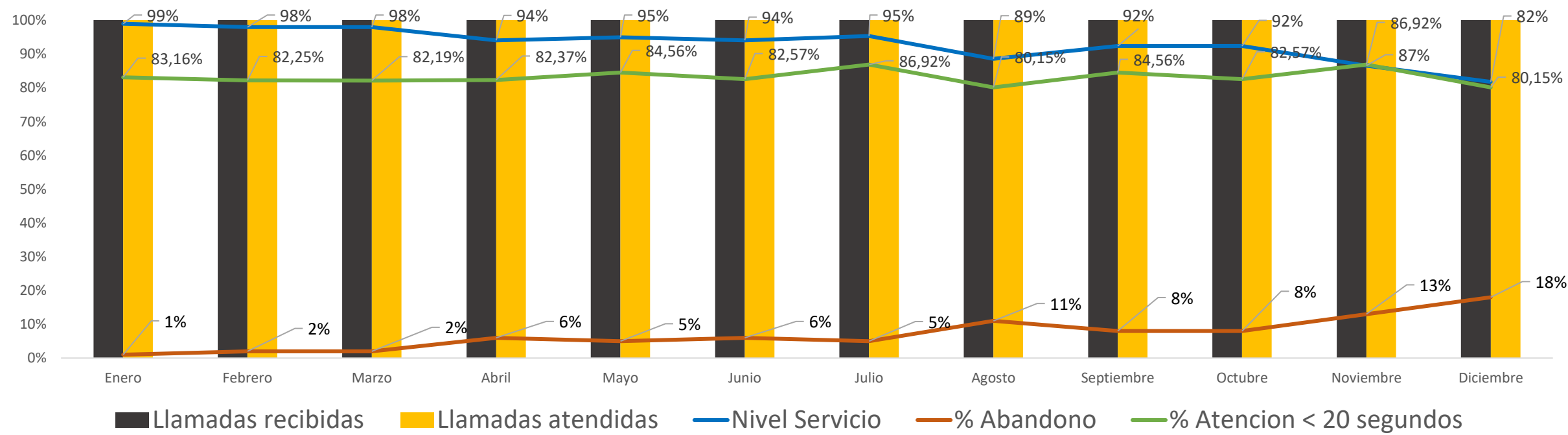
¿En una escala del 1 al 10, qué tanto recomendaría a Uniandinos a un Asociado o familiar?

	NPS 2025		NPS 2024	
	55		83	
Promotores	225	71 %	3.105	89 %
Neutros	42	13 %	144	4 %
Detractores	51	16 %	230	7 %

En 2025 cerramos con un NPS de 55, evidenciando una disminución frente al 83 registrado en 2024; sin embargo, esta variación se explica por la ampliación del alcance de medición, pasando de evaluar únicamente las áreas de atención a incluir toda la organización. A pesar de este ajuste metodológico, el indicador continúa reflejando una alta disposición de recomendación por parte de nuestros asociados y confirma la solidez de nuestra propuesta de valor.

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

Atención telefónica




28.873


93,0%


7,1%


83,20%

* El nivel de servicio alcanzó el 93 %, con un 83 % de llamadas atendidas en menos de 20 segundos, reflejando oportunidad y eficiencia en la atención. El 2025 se atendieron 50.509 llamadas entre entrantes y salientes vs. El 2024 que se atendieron 42.489



SEDE NACIONAL



Informe de gestión Enero a Diciembre 2025



Durante 2025, la Sede Nacional **fortaleció su infraestructura y sus servicios** con el propósito de ofrecer a nuestros Asociados y visitantes espacios más modernos, funcionales y acogedores.

Como parte de este proceso, **renovamos y modernizamos** con tecnología de última generación **los sistemas de audio y video** de los salones **Auditorio, Presidentes, Alberto Magno y Séneca**, incorporando soluciones que optimizan su desempeño, mejoran la calidad técnica y facilitan su operación.

En línea con estos grandes proyectos, implementamos **el nuevo sistema de control de acceso de Uniandinos**, que redujo los tiempos de ingreso y modernizó la imagen del acceso principal, garantizando mayor agilidad.

Se realizaron **8.177 eventos**, de los cuales **4.469 (54 %)** correspondieron a **Capítulos y áreas misionales** vs. 7.920 eventos en 2024. Asimismo, se gestionaron **3.708 eventos**, generando ingresos por **\$688 millones por alquiler de espacios**.

Alimentos y bebidas

Desde julio, contamos con la nueva concesión de Alimentos y Bebidas **Newrest**, la cual fortaleció el servicio, la calidad y la relación costo-beneficio.

Estas acciones, junto con **inversiones en equipos, tecnología y mobiliario**, permitieron **ampliar la oferta gastronómica** y optimizar los tiempos de preparación.

Encuestas de satisfacción y NPS

Se realizaron cerca de **2.000 encuestas** para evaluar el **servicio** con resultados **altamente satisfactorios**, una calificación promedio de 4,7 en espacios sociales y 4,8 en salones y eventos.

El **NPS alcanzó 97**, reflejando un alto nivel de satisfacción.

Evidenciando así la excelencia, la innovación y el bienestar de la comunidad.



Cata Whisky

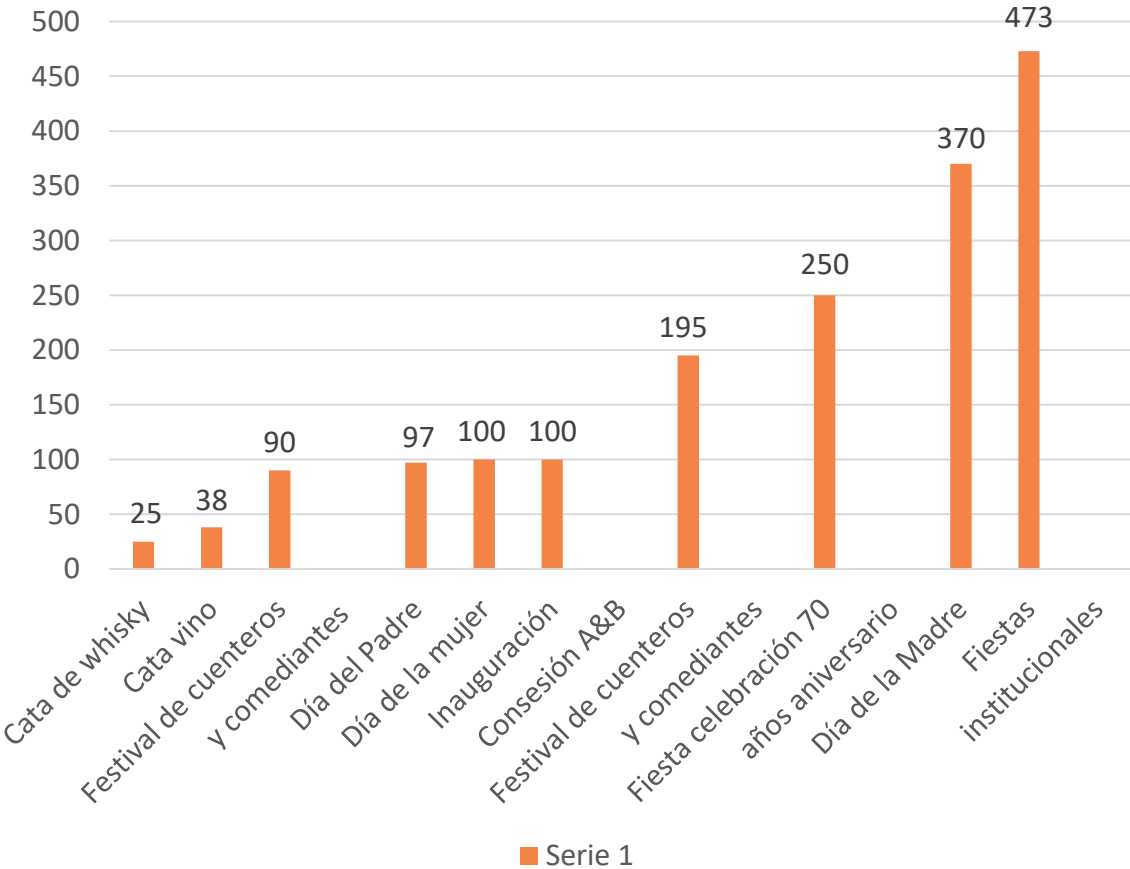


Cata Vino

Durante el 2025, hemos reunido a 1.738 miembros de nuestra comunidad Uniandina, fortaleciendo su sentido de pertenencia, fidelizando a nuestros Asociados y motivando su participación.

El índice de satisfacción de los usuarios de la Sede alcanzó el 4.9, según las mediciones realizadas mediante encuestas, reflejo de las mejoras implementadas en la experiencia del usuario en cada punto de contacto.

Asistentes eventos institucionales



Indicadores de gestión

Indicadores ingresos por alquiler de salón

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025							
Ejecutado	PPTO	Diferencia		%	2024	Diferencia	%
688	741	-	53,00	93%	660	28,00	4%

*Cifras expresadas en millones de pesos

Indicadores satisfacción Sede Nacional

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025							
Ejecutado	PPTO	Diferencia		%	2024	Diferencia	%
4,9	5	-	0,10	98%	4,7	0,20	4%

Indicadores satisfacción A&B Newrest

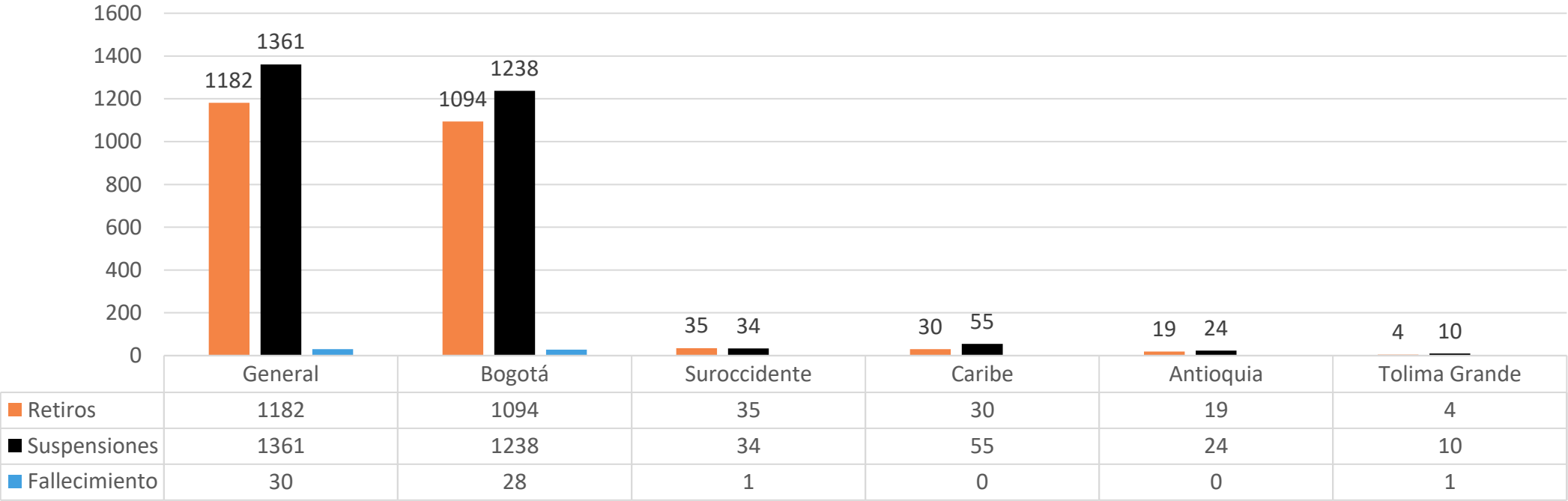
RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025							
Ejecutado	PPTO	Diferencia		%	2024	Diferencia	%
4,8	5	-	0,20	96%	4,3	0,50	12%





FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN

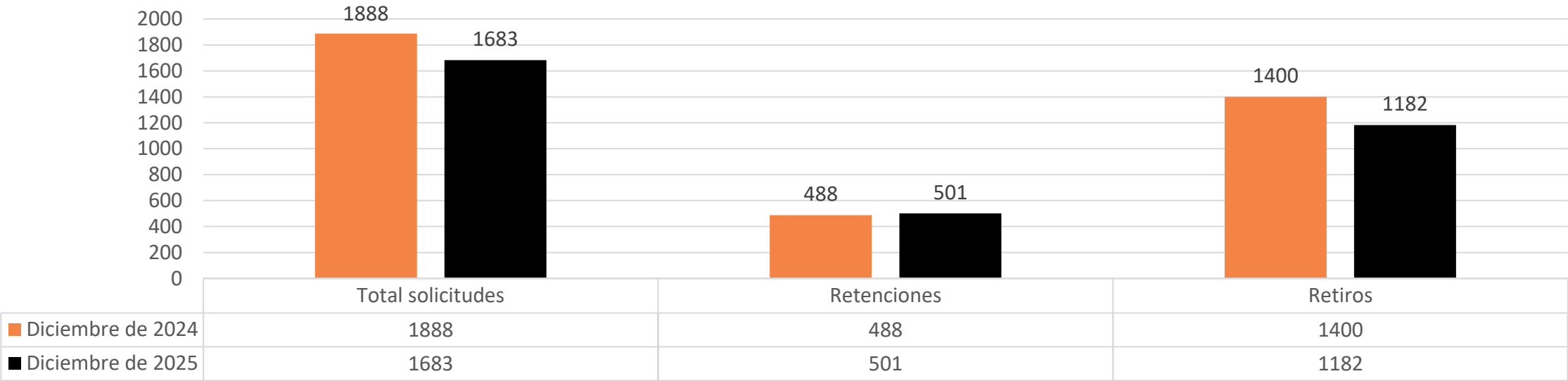
Comportamiento de deserción



En 2025 se **desvincularon 2.573 Asociados**, de los cuales el **47 %** se retiró y el **53 %** fueron **suspendidos por deuda**.

Este comportamiento refleja una **reducción del 68 %** frente a los 3.764 asociados desvinculados en 2024.

Comportamiento de retención



En 2025 se recibieron **1.683 solicitudes de retiro**, una **reducción significativa del 15 %** vs. 1.888 en 2024.

Ese mismo año se **consolidó la unión entre los equipos de fidelización y retención**, orientando sus esfuerzos al fortalecimiento de la oferta de valor y al desarrollo de iniciativas de lealtad para la Asociación

Resultado de esto, se logró **retener a 501 Asociados**, alcanzando un **índice de efectividad del 30 %**.



CONVENIOS Y ALIANZAS



CONVENIOS Y ALIANZAS

En términos financieros, los convenios colectivos mantuvieron un desempeño alineado con las proyecciones de cierre para el 2025, y consolidando su aporte a la sostenibilidad financiera de la Asociación. Se alcanzó el **100 %** de cumplimiento de la meta anual de ingresos, con un total de **\$13.651 millones**, lo que representa una variación del **11 %** frente al **2024, \$12.311 millones**.

Total de usuarios: Al cierre del periodo del 2025, se registran **35.590 usuarios en convenios** vs. 34.725 en el mismo periodo del 2024, con un incremento del 2.5 % y un cumplimiento del 98 % de la meta esperada.

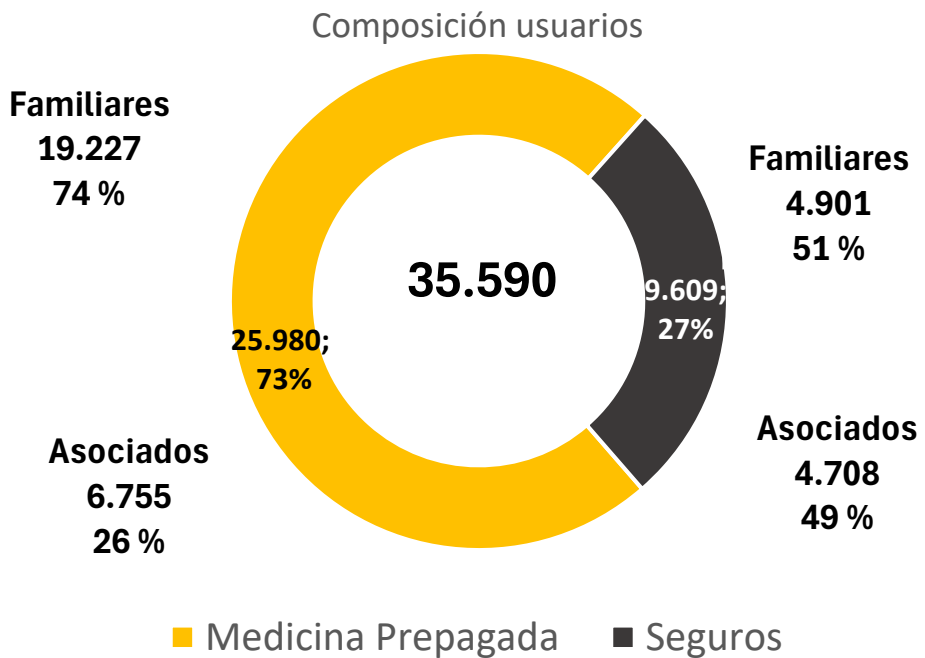
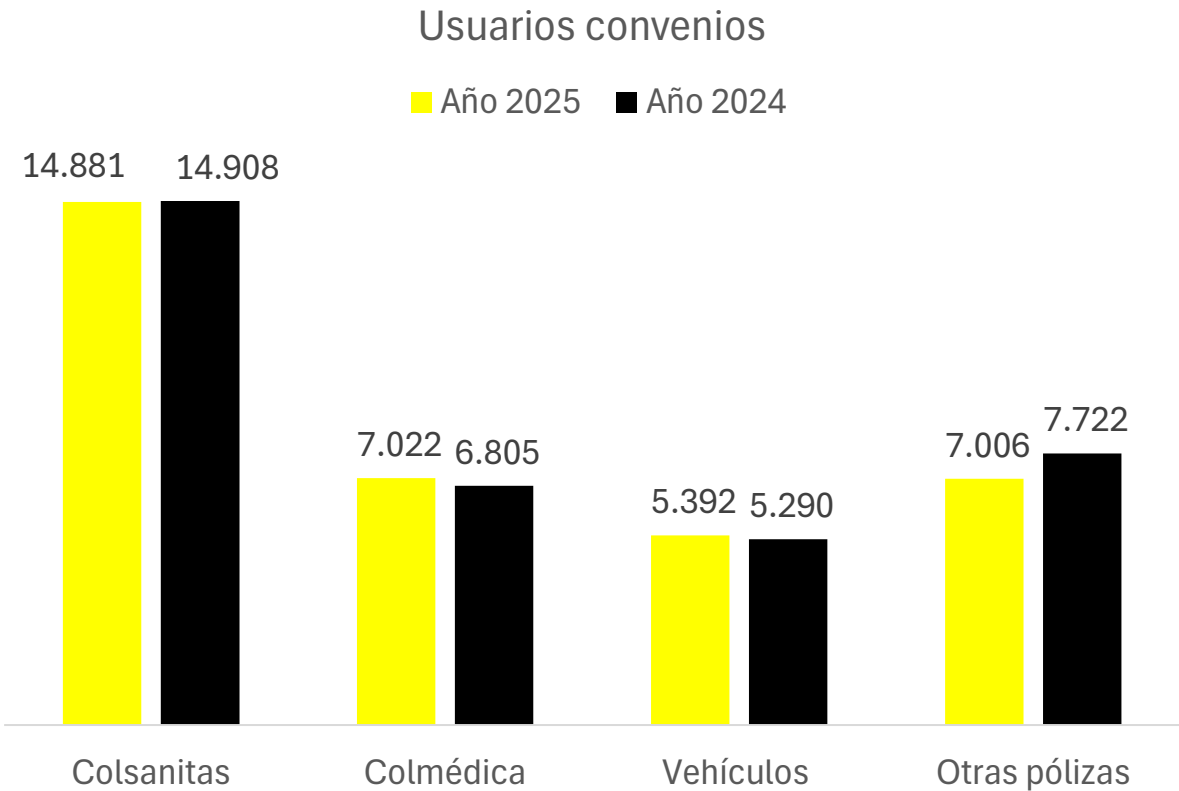
Nuevos Asociados: Uno de los focos estratégicos del año fue la activación temprana de convenios en los nuevos asociados. De los 2.782 nuevos asociados, el 16 % adquirió al menos un convenio durante el 2025.

Penetración en la base total de Asociados: Actualmente, de los **13.482 asociados** a diciembre del 2025, el 53,7 % cuenta con uno o más convenios, equivalente a **7.242**, manteniendo el porcentaje de profundización frente al 2024. Estos asociados concentran un total de **20.530 beneficiarios**, evidenciando un impacto significativo en cobertura y extensión del beneficio dentro del núcleo familiar.

Familia extendida:

El alcance de los convenios trasciende al asociado directo. Durante el periodo se extendieron beneficios a **6.223 referidos**, representando **13.370 usuarios** adicionales en convenios.

Segmentación general



Meta usuarios convenios 2025

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025							
Ejecutado	PPTO	Diferencia		%	2024	Diferencia	%
35.590	36.203	-	613	98%	34.725	865	2,5%

Ingresos por concepto de convenios

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025							
Ejecutado	PPTO	Diferencia		%	2024	Diferencia	%
\$ 13.651	\$ 13.644	\$	7	100%	\$ 12.311	\$ 1.340	11%

*Cifras expresadas en miles de pesos

Al cierre del 2025, el portafolio institucional cuenta con **120 alianzas activas**, consolidando una **red diversificada de beneficios para los Asociados**. Durante el año se incorporaron **18 nuevas alianzas**, con un énfasis especial en **bienestar y estilo de vida**, incluyendo **escenarios deportivos** como **canchas de pádel**, espacios para **actividad física y clubes especializados**.

Este fortalecimiento responde a una lectura clara de las tendencias de la comunidad: **mayor interés en deporte, salud integral y espacios de relacionamiento**. La ampliación del portafolio no solo incrementa la oferta de beneficios, sino que refuerza el posicionamiento de Uniandinos como una red que acompaña al asociado en distintas dimensiones de su vida: **profesional, social y de bienestar**.





70 años de Unilandinos





XXXII Congreso Uniandino

Visiones que marcan futuro

En noviembre, la comunidad de Uniandinos volvió a reunirse para vivir uno de los espacios más representativos de conexión y construcción colectiva: el **XXXII Congreso Uniandino**.

Del **14 al 17 de noviembre**, Santa Marta fue el escenario donde **300 Asociados** se encontraron de manera presencial para compartir experiencias, fortalecer relaciones y reflexionar sobre el futuro del país.

Uno de los momentos centrales fue la agenda académica **“Colombia, visiones que marcan futuro”**, en la que expertos y Asociados participaron en conversatorios sobre cinco ejes estratégicos:

- Empresariado
- Educación, Ciencia y Tecnología
- El legado filantrópico de Uniandinos
- Cultura y Turismo
- Seguridad Integral

Estos espacios permitieron generar reflexiones relevantes y posicionar a los egresados como actores clave en la construcción de soluciones para Colombia.

XXXII CONGRESO UNIANDINO



Gracias a su formato híbrido, logró **1.795 conexiones**, integrando la participación presencial con la conexión digital y el consumo de contenidos académicos.

El tercer día del Congreso: Uniandinos ofreció una experiencia integral en Santa Marta, combinando cultura, mar e historia. Los participantes se dividieron en dos grupos:

Grupo Catamarán: disfrutó de un recorrido por las bahías, visita al Acuario del Rodadero con show de delfines y un cierre de relajación en la playa con almuerzo.

Grupo City Tour: exploró la historia de la ciudad visitando la Quinta de San Pedro Alejandrino, el centro histórico, el Museo del Oro Tairona y Mundo Marino. Ambas experiencias generaron aprendizaje, conexión y recuerdos memorables, reafirmando que el Congreso Uniandino se vive como una experiencia significativa en cada momento.



Un país pensado desde múltiples regiones

El Congreso reunió asociados de diferentes territorios, reafirmando el valor de los Uniandinos como una comunidad diversa y conectada:

- **240** asistentes de Bogotá.
- **26** de la regional Caribe.
- **17** de la regional Suroccidente.
- **7** de la regional Antioquia.
- **6** de la regional Tolima Grande.
- **4** de las comunidades internacionales.

Porque cuando la comunidad de Uniandinos se reúne, **el conocimiento se comparte, las conexiones se fortalecen y el impacto se multiplica.**



GESTIÓN INSTITUCIONAL

En 2025 consolidamos un crecimiento en generación de leads* (prospectos), posicionamiento digital y eficiencia operativa. Los resultados evidencian una organización más estratégica, productiva y enfocada en crear valor hacia el 2026.

Crecimiento en la generación de leads (prospectos).

En 2025 alcanzamos un crecimiento del 122 % en leads frente a 2024, pasando de **1.687 a 3.721** registros, más que duplicando nuestra capacidad de atracción. Este resultado responde a una estrategia integrada de contenidos, optimización de pauta y enfoque en conversión. Destacamos especialmente el desempeño de la página web, cuyos leads crecieron un 93 %, pasando de **638 a 1.229**, consolidándose como nuestro principal activo digital. La tasa de conversión promedio del **20 % —y del 50 %** en web— demuestra no solo volumen, sino calidad en el tráfico y efectividad.

***Lead:** Egresado que completa un formulario manifestando su interés en vincularse y ser parte de Uniandinos.

Fortalecimiento de nuestra comunidad y canales propios.

En **redes sociales**, crecimos **8 % en seguidores** (de 54.265 a 58.738), ampliando la base y visibilidad de la organización. En **email marketing**, la **tasa de clics aumento en 22 %** pasando de 9 % a 11 %, ubicándose en niveles competitivos del sector y evidenciando mayor relevancia y segmentación de los mensajes.

Por su parte, **WhatsApp se consolidó como canal estratégico, aumentando su tasa de clic del 14 % al 19 %**, reflejando mayor cercanía y efectividad en la comunicación directa.

Excelencia en servicio interno y cultura de mejora continua.

La **encuesta de satisfacción** a áreas y Capítulos **aumentó 6 puntos**, pasando de 86 a 92 sobre 100. Este avance es el **resultado de un trabajo** deliberado **de escucha activa, cierre de brechas y calidad de entregables**. Estamos fortaleciendo la experiencia de los clientes internos.

En este mismo sentido, el **equipo de diseño** gestionó **2.090 solicitudes gráficas**, frente a 1.989 en 2024, **incrementando su productividad y capacidad de respuesta** ante una demanda creciente.

Indicadores de gestión

Leads calificados (Campañas, eventos, pauta, bases).

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
3.721	2.400	1.321	155%	1.687	2.034	121%

Leads página web

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
1.229	1.248	- 19	98%	638	591	93%

La tasa de conversión de los leads provenientes de campañas, eventos, pauta y bases de datos se sitúa en 20 %. En contraste, los leads generados a través de la página web alcanzan una conversión del 49 %, consolidándose como uno de los canales más efectivos para la afiliación.



Indicadores de gestión

Afiliaciones programa de referidos

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025							
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%	
183	180	3	102%	394	- 211	-54%	

En 2025, el programa de referidos ajustó su modelo para cumplir con la normativa de protección de datos personales, al identificarse riesgos en el manejo de información de terceros. El rediseño del proceso y su periodo de implementación impactaron temporalmente la conversión del canal.

Para 2026, se están desarrollando nuevas estrategias para fortalecerlo y posicionarlo nuevamente entre los principales canales de afiliación.



Indicadores de gestión

Crecimiento total seguidores en redes sociales (Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube, Canal WhatsApp, TikTok)

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
58.738	59.093	- 355	99%	54.265	4.473	8%

Tasa apertura – Email Marketing

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
37%	30%	7%	123%	46%	-9%	-20%

La variación en la tasa de apertura se debe a la migración a HubSpot a inicios de 2025, plataforma que filtra aperturas generadas por bots y sistemas automáticos. Esto permite contar únicamente interacciones reales de los usuarios, ofreciendo métricas más precisas y confiables.



Indicadores de gestión

Tasa clic – Email Marketing

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
11%	15%	-4%	73%	9%	2%	22%

Tasa clic – WhatsApp Marketing

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
19%	35%	-16%	54%	14%	5%	36%

¿Cómo medimos la tasa de clic? **En email**, indica cuántos destinatarios que recibieron el correo interactuaron dando clic en su contenido. **En WhatsApp**, muestra cuántas personas que recibieron el mensaje hicieron clic en el enlace compartido.



Indicadores de gestión

Solicitudes gráficas

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
2.090	2.040	50	102%	1.989	101	5%

Encuesta satisfacción (Capítulos y áreas misionales)*

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
92%	95%	-3%	97%	86%	6%	7%

Campañas divulgación

RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
Ejecutado	PPTO	Diferencia	%	2024	Diferencia	%
1.043	1.000	43	104%	1.044	- 1	0%

*La encuesta se envía a los principales solicitantes, incluyendo áreas misionales y Capítulos, con el fin de evaluar el proceso, los tiempos de respuesta y la calidad de los entregables.



Las áreas de Operaciones y Seguridad de la Información continuaron con el trabajo en equipo y complementario, implementando procesos de renovación tecnológica; teniendo como base la innovación en procesos, proteger la información y mejorar los estándares de la ciberseguridad de la infraestructura.

- **Aseguramiento de la red**, permitiendo el adecuado uso de los recursos por parte de Asociados, visitantes y colaboradores.
- **Implementación de un sistema de autenticación** para acceso a internet de la sede nacional, diferenciando entre Asociados e invitados.
- **Monitoreo 7x24** y acción de las amenazas detectadas sobre la infraestructura tecnológica.
- **Actualización semanal** de categorías de aplicaciones identificadas como no autorizadas.

Seguridad de la información

- Renovación de los dispositivos de seguridad perimetral.
- Implementación del sistema de Alta Disponibilidad del Firewall, permitiendo implementar la contingencia al control de uso de internet.
- Se mejoró la seguridad de la plataforma Microsoft, pasando de una evaluación de 29.24 en el primer trimestre a 54.13 en el segundo semestre de 2025; Superando el promedio de organizaciones de tamaño similar (43.78).
- Concientización constante en Ciberseguridad a colaboradores.
- Actualización y divulgación de políticas de seguridad de la información.

Dirección de Operaciones

- Actualización de SEVEN ERP en su última versión.
- Desarrollo de integraciones entre plataformas (**ERP – CRM – Eventos – Sistema de ingreso**), eliminando tareas manuales, optimizando recursos y generando una mejor experiencia a la comunidad.
- Finalizando el año se implementó la renovación del sistema de ingreso físico a las 3 sedes de la Asociación con tecnologías actuales generando una mejor experiencia de ingreso y unificando las fuentes y repositorios de información.
- Generación de reportes automáticos de certificados de afiliación y extractos de cartera; permitiendo ser más oportunos en la entrega de esta información a la comunidad
- Renovación de sistemas de audio y video a salones. Tecnología que permite generar más eventos en modalidad virtual e híbrida.

Dirección de Operaciones

- Implementación del nuevo sistema de **gestión de eventos**.
- Apoyo, soporte y acompañamiento en el proyecto de migración de la nueva página web de la asociación.
- Automatización y migración a plataforma SAAS del sistema de tableros de información gerencial para el monitoreo y gestión de indicadores.
- Implementación y estabilización de un sistema SingleSignon, para uso de una sola combinación de credenciales de acceso a los asociados en las diferentes plataformas.
- Implementación del agente de Inteligencia Artificial IANDI, en el cual se generaron 2.850 interacciones en el segundo semestre de 2025. Se espera generar 10.000 interacciones en el 2026



GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Durante el año 2025, el área administrativa y financiera se enfocó en priorizar la revisión y optimización de procesos, con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa y avanzar en la automatización. Los principales logros fueron:

- **Automatización de procesos:** Se automatizaron procesos junto al área de operaciones para mejorar la experiencia del Asociado, incluyendo estados de cuenta, consultas de cartera y facturación y tokenización de tarjetas de crédito.
- **Cartera:** Se optimizó el proceso de cobranza mediante nuevos flujos de comunicación y un seguimiento más riguroso de cada caso. La incorporación de WhatsApp permitió un contacto más directo, reduciendo significativamente los asociados suspendidos por mora.
- **Gestión humana:** Se implementó Kactus SmartPeople, una plataforma de autogestión que facilita la consulta de documentos laborales y la gestión de solicitudes internas, mejorando la eficiencia operativa y fortaleciendo la transformación digital del área.

Plan de bienestar

- 01

Formación:
Subsidios pregrado, postgrado y cursos cortos

35 subsidios para educación - \$41 millones.
- 03

Auxilios útiles escolares

31 Auxilios escolares - \$5 millones.
- 05

Actividades de integración:
Se realizaron 2 actividades de integración, enfocadas fortalecer el trabajo en equipo y liderazgo.



- 02

Otros beneficios:
Bono por graduación, matrimonio y adquisición de vivienda:

13 bonos por grado
1 bono por matrimonio
1 bono por compra de vivienda

Plan Carrera 3 Ascensos
- 04

Créditos FEDU

6 créditos \$18 millones.
- 06

Préstamos por calamidad:

45 funcionarios han hecho uso de este beneficio.

El 95 % de los funcionarios disfrutaron del beneficio de Happy Friday.

Seguridad y salud en el trabajo

40 capacitaciones/talleres, con enfoque en primeros auxilios, actualización en normatividad, manejo de emergencias, minimización de riesgos, uso y manejo de extintores, manejo del estrés, gestión de la fatiga y salud mental.

Implementación de los programas de riesgo epidemiológico (osteomuscular con escuela de fisioterapia, cardiovascular acompañamiento con planes y acciones de hábitos saludables, auditivo, psicosocial y riesgos biológicos) y medicina laboral.

Se creó la sala de lactancia para propiciar un lugar cálido para funcionarias y para asociadas.

Se impactaron 96 personas a nivel nacional con cambio de sillas ergonómicas.

Jornadas de salud mental con psicólogo clínico externo, asistieron 14 trabajadores.

Programa de pausas activas para Bogotá y las regionales.

Se otorgaron 16 auxilios para gafas.



GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Los estados financieros de la Asociación al cierre de 2025 reflejan impactos relevantes derivados de dos eventos principales

- 1. Actualización Políticas Contables:** Para el año 2025, la Junta Directiva aprobó la actualización de las políticas contables de la Asociación relacionadas con la clasificación de los gastos bancarios, estableciendo que **los costos de recaudo se presenten en el estado de resultados como gastos operacionales**, considerando que, en vigencias anteriores, dichos gastos se clasificaron en su totalidad como gastos no operacionales. Este cambio impacta el indicador de resultado operacional, **sin que tenga incidencia en el resultado final del ejercicio**. Con el fin de asegurar la comparabilidad y consistencia en el análisis financiero, **las cifras correspondientes al año 2024 fueron reexpresadas bajo esta nueva forma de presentación**, permitiendo una evaluación homogénea de la evolución del desempeño operativo entre ambos períodos.
- 2. Caso Fidupetrol:** El 8 de septiembre de 2025, el Tribunal Administrativo de Casanare confirmó en segunda instancia la desvinculación de Uniandinos del proceso. **Dicha sentencia quedó en firme el 16 de septiembre de 2025, por lo que no existe posibilidad de revocatoria**. En consecuencia, se revertió la provisión previamente constituida, conforme a lo aprobado por la Asamblea (Acta 115 del 29 de abril de 2021).

Este ajuste se reflejó en los estados financieros al 31 de diciembre de 2025 así:

- a)** Traslado al rubro de patrimonio Fondo Sede de \$1.000 millones de pesos (tomados de dicho fondo para constituir la provisión en los años 2021 y 2022).
- b)** Reconocimiento de una recuperación de provisión por \$541 millones de pesos, incrementando los ingresos no operacionales del período y el correspondiente resultado del ejercicio. (Este valor fue un gasto de la vigencia 2020).



GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Los aspectos por resaltar del resultado 2025 son:

Ingresos por actividades ordinarias \$21.523 millones con un crecimiento del 11,5 % vs. el año 2024 (\$19.297 millones) y una variación en la ejecución presupuestal de 1,5% frente a lo presupuestado.

El resultado Operacional \$281 millones con un crecimiento del 173 % vs. el año 2024 (\$103 millones) y una variación en la ejecución presupuestal del 4 % frente a lo presupuestado.

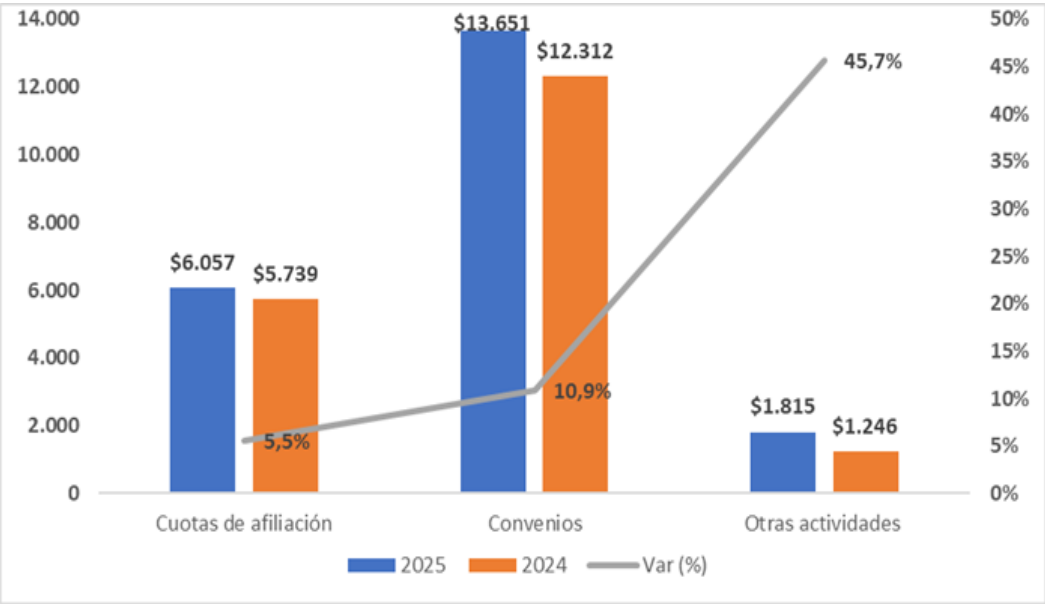
Ingresos No Operacionales

Rendimientos financieros \$4.600 millones con una disminución del 2,15 % vs. el año 2024 (\$4.701), en razón a la reducción en las tasas de interés de inversión. En cuanto a la ejecución presupuestal se tuvo una variación del 39 % frente a lo presupuestado.

Otros Ingresos: principalmente atribuibles a la recuperación de provisión del caso Fidupetrol por valor de \$541 millones.

El resultado neto \$5.637 millones, con un incremento del 11 % vs. 2024 y una variación en la ejecución presupuestal del 55 % frente a lo presupuestado.

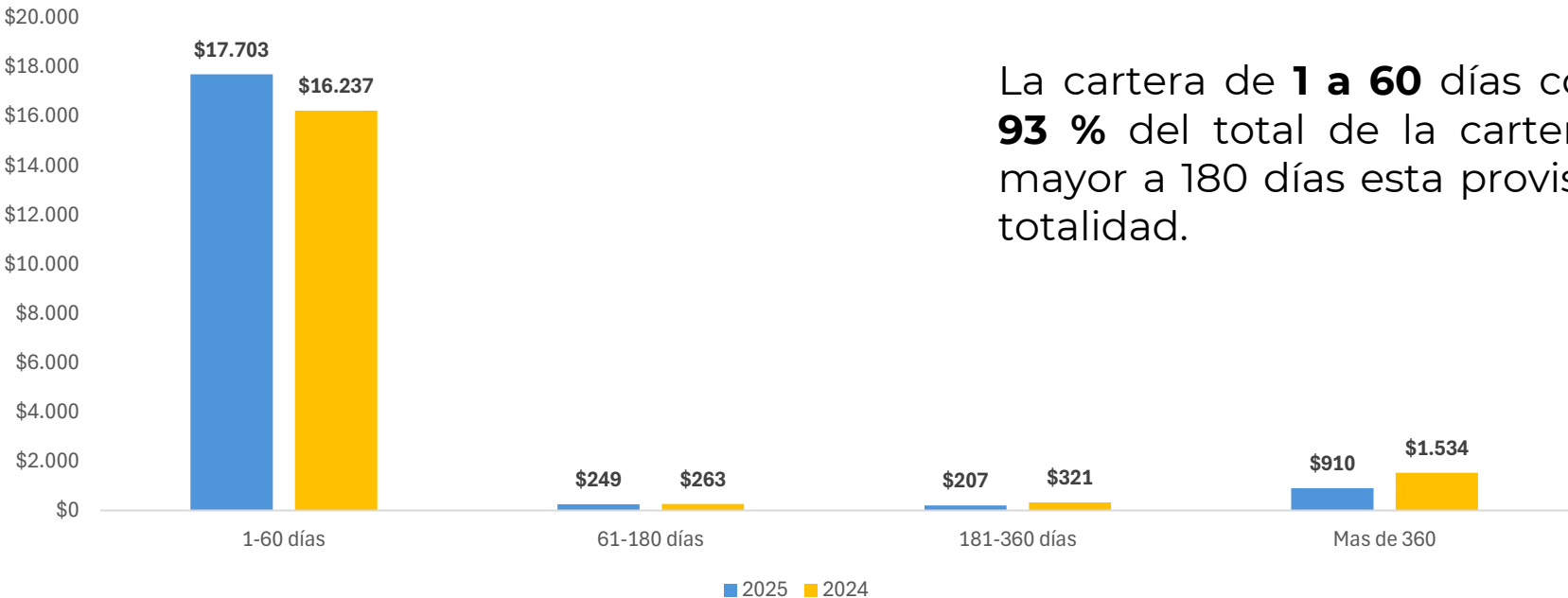
Ingresos por actividades ordinarias



(Cifras en millones de pesos)

Cartera

CARTERA COMERCIAL



La cartera de **1 a 60** días corresponde al **93 %** del total de la cartera. La cartera mayor a 180 días esta provisionada en su totalidad.

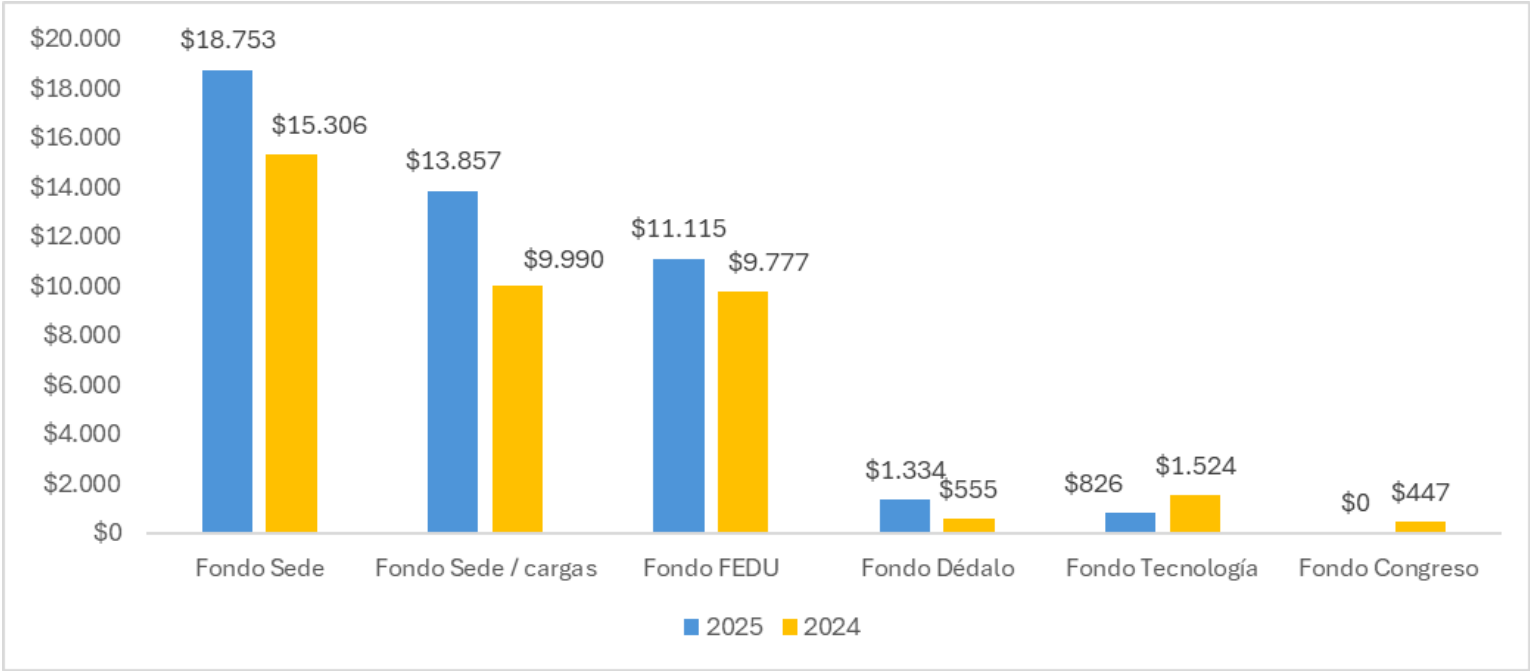
(Cifras en millones de pesos)

CARTERA FEDU

De los **\$9.389 millones colocados**, solo están provisionados **\$26 millones** que equivalen al **0,3 %**.



Fondos patrimoniales



(Cifras en millones de pesos)

Durante 2025 se efectuaron aportes a los fondos patrimoniales por **\$12.162 millones**, y se registró un reintegro de **\$1.000 millones** al fondo sede, correspondientes al caso Fidupetrol.

Al cierre de 2025, el saldo patrimonial de los fondos ascendió a \$45.886 millones, reflejando un incremento del 22 % vs. 2024 (\$37.599).



Estado de resultados integral

CONCEPTO	2025	PPTO	CUMPLIMIENTO		2024	VARIACION	
			(\$)	(%)		(\$)	(%)
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORD.	21.523	21.214	309	101,5%	19.297	2.226	11,5%
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	21.242	20.945	297	101,4%	19.194	2.048	11%
RESULTADO OPERACIONAL	281	269	12	104%	103	178	173%
Margen Operacional	1%	1%			1%		
EBITDA	1.026	1.040	-14	99%	1.050	-24	-2%
INGRESOS NO OPERACIONALES	5.589	3.521	2.068	159%	5.179	410	8%
EGRESOS NO OPERACIONALES	233	151	81	154%	188	45	24%
RESULTADO NETO	5.637	3.638	1.999	155%	5.094	543	11%
Margen Neto	26%	17%			26%		

(Cifras en millones de pesos)



Estado de cambios en la situación financiera

CONCEPTO	DICIEMBRE					
	2025		2024		VARIACIÓN	
	Valor	%/Activos	Valor	%/Activos	Valor	%
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	51.510	49,0%	45.144	47,6%	6.366	14,1%
DEUDORES COMERCIALES POR COBRAR	17.952	17,1%	16.500	17,4%	1.452	8,8%
CRÉDITOS PARA ESTUDIOS	10.806	10,3%	8.447	8,9%	2.359	27,9%
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	493	0,5%	319	0,3%	174	54,7%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	80.761	76,8%	70.409	74,2%	10.352	14,7%
ACTIVO NO CORRIENTE						
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	21.628	20,6%	21.757	22,9%	-129	-0,6%
PROPIEDADES DE INVERSIÓN	791	0,8%	791	0,8%	0	0,0%
ACTIVOS INTANGIBLES	374	0,4%	408	0,4%	-34	-8,4%
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	1.609	1,5%	1.471	6,0%	138	9,4%
Proyecto nueva sede	1.609	1,5%	1.471	6,0%	138	9,4%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	24.402	23,2%	24.427	25,8%	-25	-0,1%
TOTAL ACTIVO	105.163	100,0%	94.836	100,0%	10.327	10,9%

Estado de cambios en la situación financiera

CONCEPTO	DICIEMBRE					
	2025		2024		VARIACIÓN	
	Valor	%/Activos	Valor	%/Activos	Valor	%
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
ACREEDORES COMERCIALES	2.082	2,0%	1.392	1,5%	690	49,5%
PASIVOS POR IMPUESTOS	288	0,3%	352	0,4%	-64	-18,2%
PASIVOS LABORALES	767	0,7%	648	0,7%	120	18,5%
PROVISIONES	80	0,1%	1.621	1,7%	-1.541	-95,1%
OTROS PASIVOS	3.598	3,4%	2.769	2,9%	830	30,0%
INGRESOS RECIBIDOS PARA TERCEROS	29.144	27,7%	27.548	29,0%	1.596	5,8%
TOTAL PASIVOS	35.960	34,2%	34.330	36,2%	1.630	4,7%
PATRIMONIO						
FONDO SOCIAL	46.086	43,8%	37.799	39,9%	8.286	21,9%
RESERVAS (proyectos y apoyos)	1.191	1,1%	1.324	1,4%	-133	-10,0%
RESULTADO DEL EJERCICIO	5.637	5,4%	5.094	5,4%	543	10,7%
AJUSTES TRANSICIÓN NIIF	16.289	15,5%	16.289	17,2%	0	0,0%
TOTAL PATRIMONIO	69.203	65,8%	60.507	63,8%	8.697	14,4%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	105.163	100,0%	94.836	100,0%	10.327	10,9%

(Cifras en millones de pesos)



CUMPLIMIENTOS NORMATIVOS

Derechos de autor

La Asociación cumple en su totalidad con las disposiciones referentes a las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor, de acuerdo con lo establecido en el numeral 4.º del artículo 47 de la Ley 222 de 1995, adicionado por la Ley 603 de 2000, en lo que respecta a todos los aplicativos y licencias que se tienen en la actualidad.

Operaciones con socios y administradores

Este punto no es aplicable a la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes – UNIANDINOS, ya que por ser una Asociación de exalumnos carece de socios o accionistas dentro de su estructura jurídica. La Asociación no paga honorarios o remuneración alguna a asociados que pertenezcan al gobierno corporativo tales como Asamblea, juntas directivas, comités, entre otros, ya que esta labor la desarrollan como voluntarios. Adicionalmente, los pagos realizados a Gerentes se relacionan en las notas financieras.

Procesos jurídicos en curso

FIDUPETROL este caso se originó en virtud de una inversión que hizo Uniandinos en dicha entidad.

Apoderado: Juan Carlos Esquerro.

Resumen de la demanda: El demandante busca que se protejan los derechos colectivos a la moralidad administrativa y al patrimonio público, presuntamente vulnerados con ocasión de la celebración de contratos de fiducia entre algunas sociedades, consorcios y entidades fiduciarias, así como de contratos de cesión de derechos de beneficio con pacto de readquisición suscritos por dichas sociedades y consorcios con el departamento de Casanare.

Estado a la fecha: El 8 de septiembre de 2025, el Tribunal Administrativo de Casanare emitió sentencia de segunda instancia mediante la cual confirmó el fallo de primera instancia del 9 de noviembre de 2023, emitido por el Juzgado 1 Administrativo de Yopal, en el que se desvinculó a UNIANDINOS del proceso. En consecuencia, esta sentencia quedó en firme a partir del 16 de septiembre de 2025, toda vez que ninguna de las partes solicitó aclaración o adición de la sentencia del Tribunal.

La Asociación no tiene conocimiento de procesos adicionales a favor o en contra, tampoco se conocen notificaciones.

Libre circulación de las facturas

Dando cumplimiento a lo indicado en el artículo 87, párrafo 2 de la Ley 1676 de 2013, y en concordancia con el párrafo primero del artículo 778 del Código de Comercio, se deja constancia que no se ha entorpecido, ni se han puesto obstáculos a la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores. Tampoco han existido cuestionamientos para los años 2024 y 2023 por parte de algún proveedor sobre alguna limitación de la norma para la Asociación.

Negocio en Marcha

Se preparan los estados financieros sobre la base de un negocio en marcha. En la realización de este juicio se considera que la posición financiera actual de la Asociación, su función de crear comunidad, el resultado de las operaciones y los lineamientos de la junta directiva así lo demuestran. A la fecha de este informe no se tiene conocimiento de ninguna situación que haga creer que la Asociación no tenga la habilidad para continuar como negocio en marcha durante el año 2026 y siguientes.

GRACIAS