

# Informe de Gestión 2014

**40**  
AÑOS  
1975 - 2015



Colegio de Estudios  
Superiores de Administración



© 2015 CESA - Colegio de Estudios Superiores de Administración

Editorial CESA  
Casa Incolda  
Diagonal 34a No 5a - 23  
[www.editorialcesa.com](http://www.editorialcesa.com)  
[www.cesa.edu.co](http://www.cesa.edu.co)  
[editorialcesa@cesa.edu.co](mailto:editorialcesa@cesa.edu.co)

Bogotá, D.C, julio de 2015

Coordinación Editorial: Editorial CESA  
Corrección de estilo: Lina Calle Arango  
Diseño y diagramación: Yimmy Alberto Ortiz Arias  
Impresión: Imageprinting Ltda

Todos los derechos reservados.  
Esta obra no puede ser reproducida sin el permiso previo escrito.

Impreso y hecho en Colombia  
Printed and made in Colombia

**40**  
**AÑOS**  
1975 - 2015



**Colegio de Estudios  
Superiores de Administración**

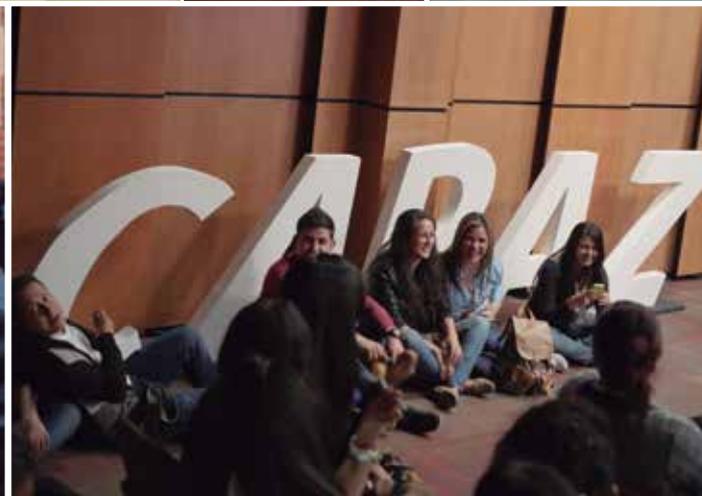


# **Informe de Gestión**

---

**2014**







# Henry Bradford Sicard

RECTOR CESA

Durante el presente año, el Colegio de Estudios Superiores de Administración-CESA continúa su búsqueda de excelencia y calidad. Acorde con su misión y proyecto educativo institucional, y consciente de las crecientes necesidades de mostrar información clara y transparente en nuestro actuar como institución, presentamos a toda la comunidad un nuevo paso del camino que se ha recorrido durante los últimos años.

Presentamos la continuación de las acciones que nos permitieron alcanzar las metas establecidas en el “Plan Estratégico 2010-2014”, que está finalizando. Vale la pena resaltar la obtención de la certificación ISO 9001:2008 para los procesos de Biblioteca, la certificación del CESA como EFR (empresa familiarmente responsable), la continuación del proceso de Acreditación Institucional en el que nos encontramos en la recta final esperando la respuesta por parte del Ministerio de Educación Nacional, el reconocimiento por parte de Colciencias de nuestra editorial y nuevos convenios con universidades en el exterior; gracias a ello podemos contar con una mayor presencia de estudiantes del CESA en el exterior al mismo tiempo que aumentamos el número de estudiantes extranjeros en nuestra institución.

Los anteriores son solo algunos ejemplos de lo que hemos logrado a lo largo de estos cinco años, resultado del esfuerzo conjunto de todos los actores de la institución. A continuación presentamos el Informe de Gestión 2014 y el boletín estadístico consolidado. En ellos la comunidad podrá encontrar los avances del Plan Estratégico y las cifras más representativas del CESA para este periodo.

# **Staff Directivo**

---

## **Dirección general**

RECTOR **Henry Bradford Sicard**

VICERRECTOR ACADÉMICO **Roberto Enrique Montoya Villa**

SECRETARIO GENERAL **Juan Santiago Correa Restrepo**

## **Programas**

DIRECTORA DE PREGRADO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS **Giséle Becerra**

DIRECTOR DE POSGRADOS FINANZAS **Werner Zitzman Riedler**

DIRECTORA DE POSGRADOS MERCADEO **Lina María Echeverri**

DIRECTOR DEL MBA **José Luis Sandoval**

---

## **Unidades de apoyo académico**

GERENTE UNIDAD DE GESTIÓN EMPRESARIAL **Ángela María Posse**

DIRECTOR DE BIBLIOTECA **Celiar Quiroga**

DIRECTORA DE BIENESTAR UNIVERSITARIO **María Teresa Sánchez**

DIRECTORA DEL CENTRO DE LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO – CLE **Carolina Ibarra**

DIRECTORA ASOCIACIÓN EGRESADOS **Marcela Moreno**

DIRECTORA DE FORMACIÓN EJECUTIVA **Claudia Borbón González**

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN **Juan Santiago Correa**

DIRECTORA DE RELACIONES INTERNACIONALES **Edén Bolívar**

DIRECTORA DE REGISTRO Y CONTROL **Tulia Agudelo**

DIRECTORA DE VISITAS Y PRÁCTICAS **Laura Bermúdez**

IDIOMAS **David van der Woude de Vries**

## **Dirección apoyo administrativo**

DIRECTORA DE COMUNICACIONES Y MARKETING **Paula María Cañas**

DIRECTORA CONTABLE Y FINANCIERA **Ana Iris Chávez**

DIRECTORA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL **Maira Patricia Gómez**

DIRECTORA DE INFRAESTRUCTURA **Rocío Jiménez**

DIRECTORA DE RECURSOS HUMANOS **Magda Jackson**

# ■ Consejo Directivo

---

**PRESIDENTE Luis Alberto Arango E.**

**MIEMBROS Santiago Perdomo**

**Juan Francisco Mejía**

**Marco Fidel Rocha**

**Gonzalo Sanín**

**Julio Bernardo Caballero**

**Marta Lucía Restrepo**

**Danilo Miranda De la Espriella**

**Juan David Aristizábal**

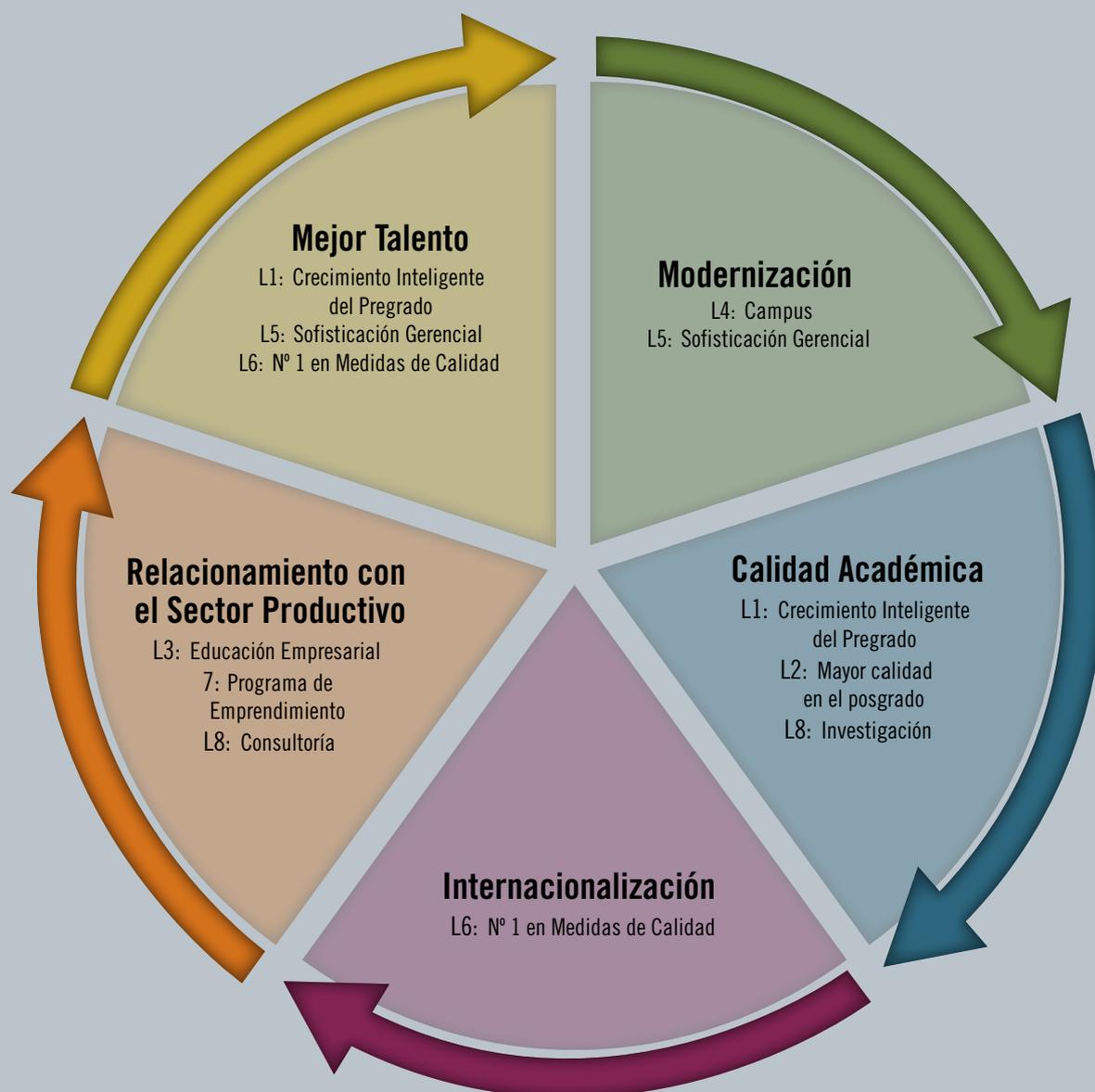
# ■ Ejes estratégicos CESA

---

En los últimos años el CESA ha logrado alcanzar sus objetivos institucionales gracias al trabajo en torno a cinco ejes estratégicos fundamentales:

- Mejor talento
- Modernización
- Calidad académica
- Relacionamiento con el sector productivo
- Internacionalización

Estos cinco ejes resumen la Visión del CESA y toman forma dentro del Plan Estratégico 2010-2014 como ocho líneas de desarrollo que regulan las actividades diarias y señalan el norte para los ejercicios de toma de decisiones.



A continuación se presenta el informe de gestión dividido en los ejes estratégicos. En este se exponen los resultados y logros obtenidos por las áreas durante el año 2014.

**1** Mejor Talento

**2** Internacionalización

**3** Calidad Académica

**4** Relacionamiento  
con el Sector Productivo

**5** Modernización

|  |    |
|--|----|
| <b>Crecimiento inteligente del pregrado</b> .....                            | 20 |
| <b>Número 1 en medidas de calidad</b> .....                                  | 26 |
| <b>Centro de Apoyo para Lectura, la Oralidad y la Escritura – DIGA</b> ..... | 38 |
| <b>Bienestar estudiantil</b> .....   | 49 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Relaciones Internacionales</b> .....                     | 64 |
| <b>Avances en el proceso de internacionalización</b> .....  | 65 |
| <b>BUSCA (Center for Business Communication Arts)</b> ..... | 76 |
| <b>Cursos de idiomas extranjeros</b> .....                  | 77 |
| <b>Centro de apoyo</b> .....                                | 78 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Posgrados en Marketing</b> .....                                       | 82  |
| <b>Posgrados en Finanzas</b> .....  | 99  |
| <b>Especialización en Finanzas Corporativas</b> .....                     | 99  |
| <b>Maestría en Finanzas Corporativas</b> .....                            | 105 |
| <b>Maestría en Administración MBA</b> .....                               | 108 |
| <b>CESA – Sprott School of Business</b> .....                             | 108 |
| <b>Investigación</b> .....  | 112 |
| <b>Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – CEGLI</b> ..... | 116 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Formación Ejecutiva</b> .....                        | 127 |
| <b>Centro de Liderazgo y Emprendimiento - CLE</b> ..... | 135 |
| <b>Visitas y prácticas empresariales</b> .....          | 145 |
| <b>AECESA</b> .....                                     | 159 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Biblioteca-Craii al servicio de la comunidad CESA</b> ..... | 178 |
| <b>Financiero</b> .....  | 190 |
| <b>Comunicaciones</b> .....                                    | 196 |
| <b>Gestión humana</b> .....                                    | 224 |
| <b>Infraestructura</b> .....                                   | 231 |

# ■ Plan Estratégico

---

El Plan Estratégico del CESA permite visualizar la forma en la cual se estructura la estrategia a través de las líneas de desarrollo que lo componen. Estas son:

**Línea 1.** Crecimiento inteligente del pregrado

---

**Línea 2.** Mayor calidad en los posgrados

---

**Línea 3.** Educación empresarial

---

**Línea 4.** Renovación de campus

---

**Línea 5.** Sofisticación gerencial

---

**Línea 6.** Número 1 en medidas de calidad

---

**Línea 7.** Programa de emprendimiento

---

**Línea 8.** Investigación y consultoría

---

---

Este Plan Estratégico en sus ocho líneas contiene diferentes componentes y estos a su vez actividades y subactividades que abarcan de manera transversal todas las áreas de la institución. Con el objeto de controlar las actividades que se han identificado, a lo largo del año se realizó el seguimiento y la revisión de los resultados de los indicadores de gestión del Plan con el fin de garantizar el cumplimiento de las metas establecidas.

Para el año 2014 el CESA cumplió con el 92% del Plan Estratégico planteado al inicio del año, lo que nos llena de una profunda satisfacción ya que alcanzamos las metas propuestas en los tiempos establecidos.

A continuación encontrarán el informe de gestión dividido en por los ejes estratégicos, en este se exponen los resultados y logros obtenidos por las áreas durante el año 2014.

# Mejor Talento

# 1



|   |    |
|---|----|
| Crecimiento inteligente del pregrado .....                            | 20 |
| Número 1 en medidas de calidad .....                                  | 26 |
| Centro de Apoyo para Lectura, la Oralidad y la Escritura – DIGA ..... | 38 |
| Bienestar Estudiantil .....   | 49 |



# CRECIMIENTO INTELIGENTE DEL PREGRADO

La Dirección de Pregrado de Administración de Empresas durante el 2014 continuó su enfoque en los grandes procesos estratégicos que ha definido en su Plan Estratégico 2010-2014 para asegurar la calidad del programa, mantener su posicionamiento como una de las mejores instituciones de educación superior; así como proyectarse a nivel internacional.

Así mismo, se sigue trabajando en potencializar aspectos de promoción, selección y retención de estudiantes a través del fortalecimiento de los procesos de admisión y de apoyo a los estudiantes.

**TABLA 1.** Población de pregrado Administración de Empresas

| SEMESTRE                           | I-2012     | II-2012    | I-2013       | II-2013      | I-2014       | II-2014      |
|------------------------------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| I                                  | 109        | 122        | 136          | 145          | 152          | 144          |
| II                                 | 126        | 104        | 163          | 188          | 179          | 157          |
| III                                | 129        | 154        | 139          | 157          | 152          | 192          |
| IV                                 | 94         | 102        | 120          | 99           | 106          | 108          |
| V                                  | 83         | 90         | 91           | 112          | 111          | 116          |
| VI                                 | 87         | 89         | 88           | 83           | 103          | 91           |
| VII                                | 76         | 67         | 62           | 64           | 79           | 93           |
| VIII                               | 58         | 50         | 80           | 66           | 77           | 85           |
| IX                                 | 46         | 73         | 67           | 72           | 68           | 65           |
| <b>Total presencial</b>            | <b>808</b> | <b>851</b> | <b>946</b>   | <b>986</b>   | <b>1.027</b> | <b>1.051</b> |
| Alumnos intercambio                | 71         | 63         | 49           | 73           | 76           | 74           |
| Extranjeros en intercambio en CESA | 4          | 4          | 8            | 15           | 16           | 32           |
| Nacionales en intercambio en CESA  |            |            | 1            | 3            | 3            | 1            |
| Programa Eli+e                     |            | 26         | 25           | 52           | 21           | 51           |
| <b>Total población*</b>            | <b>883</b> | <b>918</b> | <b>1.029</b> | <b>1.129</b> | <b>1.143</b> | <b>1.209</b> |

\* Incluye alumnos de transferencia, repitentes y reintegros

**FUENTE:** CESA, Dirección de Desarrollo Institucional, Boletín Estadístico 2014.

El impacto de la estrategia de crecimiento inteligente del pregrado se refleja en el aumento del 27% de los estudiantes frente al periodo 2012-I; y su estabilización en los periodos recientes, entre 6% y 7%.

## Aumento de cobertura del pregrado

### *Promoción*

Durante el año 2014, el área de Bienestar Estudiantil, junto con la Dirección de Pregrado, realizó diferentes actividades de promoción del programa de pregrado, y el diplomado Eli+e, en las cuales se atendieron colegios de diferentes regiones de Colombia. Dentro de estas actividades se encontró la realización de visitas a los colegios, con el propósito de lograr un acercamiento por medio de conferencias y charlas informativas sobre el CESA. Adicionalmente, se participó en foros y conversatorios sobre la carrera de administración de empresas, así como en ferias estudiantiles a nivel de Bogotá y Cali. En todas estas actividades de promoción se contó con la colaboración de algunos estudiantes del pregrado, bajo el programa de Embajadores del CESA. Estas actividades han impactado de forma positiva a los jóvenes interesados en ingresar a la institución, debido a que se ha logrado una comunicación más efectiva y directa con ellos.

Reforzando la relación con los colegios que constituyen el mercado objetivo de la institución, y como estrategia de mercadeo del pregrado, durante el 2014 se invitó a algunos rectores a compartir almuerzos y desayunos con nuestros directivos. Estas reuniones pretendían abrir un espacio de diálogo informal donde el rector y vicerrector del CESA dieran a conocer los programas, las instalaciones, proyectos y filosofía de la institución.

Para lograr un mayor impacto con las presentaciones, se incluyó en ellas un video institucional editado a ocho minutos y una presentación del programa Eli+e. En estas comunicaciones se han mantenido, como eje principal, los pilares del CESA: liderazgo, espíritu emprendedor, teoría aplicada a la práctica, internacionalización, y ética y responsabilidad social.

Estas presentaciones se acompañan generalmente con casos de emprendimiento de estudiantes, en los que sus protagonistas, estudiantes del CESA, cuentan sobre su experiencia en la creación de sus empresas y el papel la institución en el logro de sus objetivos. En todas estas actividades de promoción se hace énfasis en la exigencia de la carga académica, el pensum del programa, y se explica muy a fondo el proceso de admisiones, con sus modificaciones.

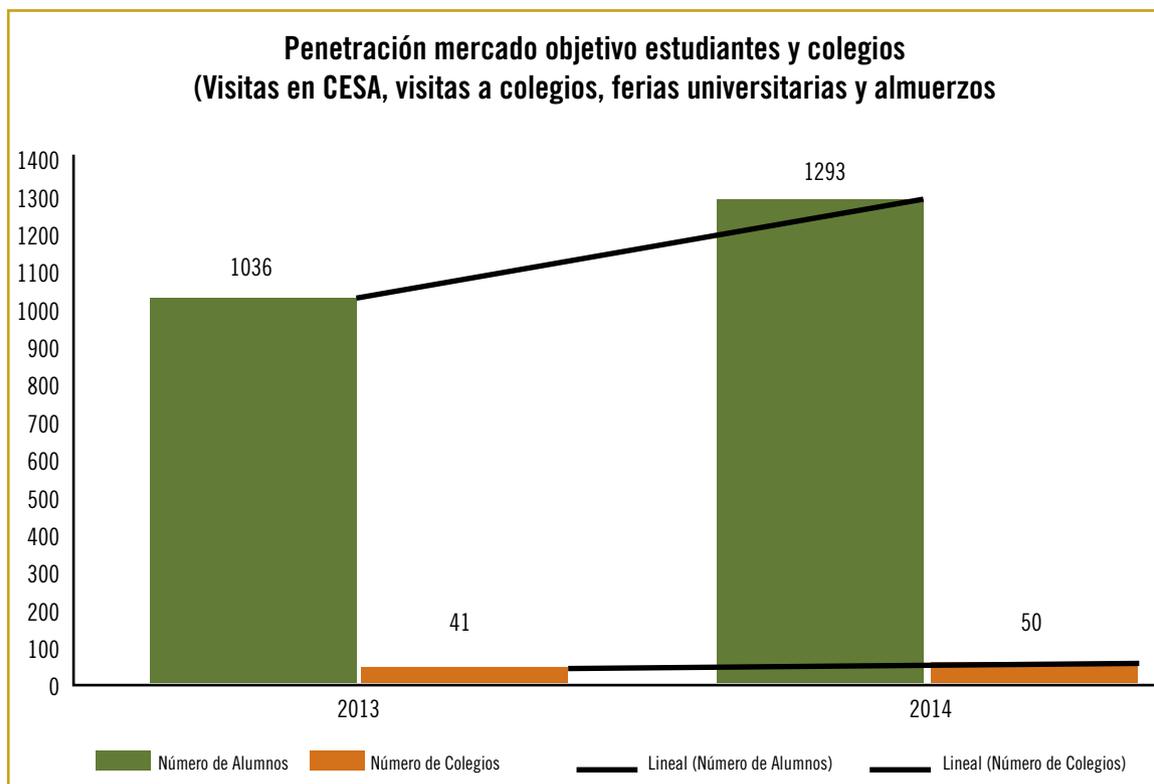
Estas estrategias han logrado un incremento en el posicionamiento del pregrado en el mercado objetivo del CESA, con la cobertura de nuevos colegios a nivel nacional y un aumento en la atención del público objetivo (ver gráfica 1).

De igual manera, Eli+e se ha presentado como opción a los estudiantes que participan en el proceso de admisión, y se ha convertido en un producto académico de alto interés para los jóvenes aspirantes al CESA. Lo anterior dado que aquellos no admitidos escogen el diplomado en vez de irse a otra institución, y han preferido tomarlo que buscar una posterior transferencia de universidad. Los alumnos muestran el interés por su ingreso sin tener en cuenta el reconocimiento académico de lo realizado en otra institución de educación superior.

Eli+e recibió durante el 2014 a 72 estudiantes que participaron y concluyeron el proceso. En cumplimiento de sus visitas internacionales, los estudiantes del primer periodo del año viajaron a Chile; y a Ecuador los del segundo. Para concluir el seminario, participaron con ideas de negocios en la Feria de Emprendimiento del CESA.

De estos estudiantes de Eli+e, el 96% ingresaron al pregrado. Adicionalmente, se continuó aplicando el proceso en la admisión al pregrado de los estudiantes de Eli+e. Para ello, se realizó un *assessment* en el que se evaluaron las competencias de liderazgo, emprendimiento y generación de valor. De igual manera, se les realizó la entrevista bajo los mismos estándares que los inscritos por primera vez.

GRÁFICA 1. Penetración mercado objetivo



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección Bienestar, 2014.

## Selección

Dentro del proceso de selección se contempla la importancia de atraer a aquellos estudiantes con un desempeño académico sobresaliente durante sus estudios de bachillerato. Estos casos se consideran especiales, siempre y cuando cumplan con los requisitos del perfil del CESA.

Durante el 2014 se mantuvo el proceso de selección, modificando los temas para la realización de los ensayos, los assessments y la estructura de las entrevistas. Por medio de estas herramientas de selección, se obtuvo un conocimiento más profundo de los aspirantes.

Durante al año 2014 se realizaron 881 entrevistas de admisión a nivel nacional; en Cali, Cartagena, Manizales, Barranquilla; y, en esta ocasión, dada la creciente demanda de la región de Santander, se realizaron también entrevistas en la ciudad de Bucaramanga.

En relación al proceso de selección de los estudiantes de Eli+e para ingresar al programa de pregrado, durante el año 2014 la dirección de Bienestar participó en los procesos finales de selección e hizo parte del grupo de profesores del diplomado.

## ***Control de selectividad***

Se continuó con la aplicación del nuevo proceso de selección, que incluye entrevistas con una duración aproximada de 90 minutos por grupo y se divide en tres momentos: presentación de cualidades; un assessment que busca medir ética, toma de decisiones, liderazgo, capacidad de trabajo en equipo y argumentación; y se finaliza con la entrevista personal para profundizar sobre los candidatos y su entorno.

Así mismo, se siguió aplicando la valoración del perfil de ingreso, como los niveles básicos de las competencias de liderazgo empresarial, espíritu emprendedor y generación de valor, en las que se incluyen las competencias de emprendimiento, trabajo en equipo, manejo de situaciones problemáticas, motivación, manejo de riesgo, toma de decisiones, habilidades comunicativas y liderazgo de los candidatos.



**TABLA 2.** Proceso de admisión pregrado primer periodo académico de los años 2008-2014

| Periodo | Entrevistas realizadas | No. Alumnos aceptados | No. Alumnos que ingresan | Alumnos admitidos / inscritos | Alumnos matriculados / admitidos |
|---------|------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| I-2008  | 182                    | 87                    | 73                       | 48%                           | 84%                              |
| I-2009  | 228                    | 87                    | 75                       | 38%                           | 86%                              |
| I-2010  | 220                    | 82                    | 77                       | 37%                           | 94%                              |
| I-2011  | 214                    | 119                   | 99                       | 56%                           | 83%                              |
| I-2012  | 314                    | 142                   | 109                      | 45%                           | 77%                              |
| I-2013  | 285                    | 163                   | 136                      | 57%                           | 83%                              |
| I-2014  | 306                    | 153                   | 135                      | 50%                           | 88%                              |

**FUENTE:** CESA, Dirección de Desarrollo Institucional, Boletín Estadístico 2014.

**TABLA 3** Proceso de admisión pregrado segundo periodo académico de los años 2008-2014

| Periodo | Entrevistas realizadas | No. Alumnos aceptados | No. Alumnos que ingresan | Alumnos admitidos / inscritos | Alumnos matriculados / admitidos |
|---------|------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| II-2008 | 304                    | 128                   | 92                       | 42%                           | 72%                              |
| II-2009 | 351                    | 114                   | 83                       | 32%                           | 73%                              |
| II-2010 | 355                    | 131                   | 75                       | 37%                           | 57%                              |
| II-2011 | 534                    | 171                   | 131                      | 32%                           | 77%                              |
| II-2012 | 557                    | 169                   | 122                      | 30%                           | 72%                              |
| II-2013 | 656                    | 183                   | 145                      | 28%                           | 79%                              |
| II-2014 | 575                    | 193                   | 126                      | 34%                           | 65%                              |

**FUENTE:** CESA, Dirección de Desarrollo Institucional, Boletín Estadístico 2014.

Se continúa con el programa de inmersión para que estudiantes de colegios como Tandem, Caobos, San Bartolomé La Merced, Gimnasio Moderno y Liceo Boston tomen una asignatura introductoria del pregrado. Para el 2014 participaron 16 estudiantes. Los estudiantes del programa de inmersión pueden participar un día en la vida académica del CESA, conocer el ambiente y las metodologías de clase.

# NÚMERO 1 EN MEDIDAS DE CALIDAD

## Valor académico agregado

Durante los dos periodos académicos del año 2014 se realizó la preparación de los estudiantes para las pruebas Saber-Pro, por medio de talleres presenciales y pruebas de aprestamiento.

Como resultado de la labor en el pregrado, y del seguimiento a los resultados de la prueba Saber-Pro para identificar los aspectos a fortalecer en la preparación académica de los estudiantes, el egresado Carlos Andrés Ramírez Zamudio recibió el reconocimiento por el mejor resultado, para el periodo 2013-I, de dicha prueba para el programa de Administración de Empresas a nivel nacional. Así mismo, Alejandro Buenaventura Ángel, Laura González Paredes, Mónica Linares Arciniegas y Camila Marcela Ríos Lizarazo lo recibieron para el periodo 2013-II. Como estímulo para estos estudiantes, el CESA realizó una ceremonia en la que se les reconocieron sus esfuerzos, y se les entregó una placa de reconocimiento y una beca para tomar un diplomado ofrecido por Formación Ejecutiva. De igual manera, se continúa reconociendo el mejor resultado alcanzado con una placa durante la ceremonia de grado.

A través del análisis de los resultados de las pruebas Saber-Pro se identifican las fortalezas y las oportunidades de mejora, y se desarrollan acciones puntuales y de largo plazo para reforzar las áreas y ser tenidas en cuenta en la revisión curricular.

TABLA 4 Resultados pruebas Saber – Pro 2013

| Institución de Educación Superior               | Sector  | Ciudad   | Promedio de la institución |
|---|---------|----------|----------------------------|
| Universidad de los Andes                        | Privado | Bogotá   | 11.61                      |
| CESA  | Privado | Bogotá   | 11.30                      |
| Universidad Nacional de Colombia, Bogotá        | Oficial | Bogotá   | 11.28                      |
| Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario        | Privado | Bogotá   | 11.20                      |
| Universidad ICESI                               | Privado | Cali     | 11.09                      |
| Universidad Externado de Colombia               | Privado | Bogotá   | 11.06                      |
| Universidad EAFIT                               | Privado | Medellín | 10.95                      |
| Universidad Nacional de Colombia, Medellín      | Oficial | Medellín | 10.90                      |
| Pontificia Universidad Javeriana                | Privado | Bogotá   | 10.89                      |
| Universidad de la Sabana                        | Privado | Bogotá   | 10.89                      |
| Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito | Privado | Bogotá   | 10.77                      |
| <b>Administración y afines país</b>             |         |          | <b>9.98</b>                |
| <b>General país</b>                             |         |          | <b>10.07</b>               |

FUENTE: ICFES, Elaboración propia Dirección de Pregrado, 2014.

En los últimos tres años el CESA viene obteniendo, junto con la Universidad de los Andes, los más altos resultados de las pruebas, y es reconocida por los ranking nacionales como una de las instituciones de mayor calidad en la formación integral de sus estudiantes, posición avalada no solo por el ICFES, sino por las firmas como BOT e instituciones universitarias que han realizado investigaciones sobre calidad en la educación superior.

## Mediciones de valor agregado

Se viene realizando, al ingreso de los estudiantes, la medición en las áreas de lenguaje, matemáticas e inglés. Con estas se realiza la clasificación inicial y se construye una base de datos que permitirá realizar análisis comparativos con las pruebas Saber-Pro en el momento de egreso.

Se continúa con el convenio con Korn Ferry en la medición de competencias para el liderazgo empresarial, y se realizó la comparación entre los resultados de los estudiantes que ingresaron en el 2011, y que para el 2014-I se encuentran en sexto semestre, de manera que se pudieran medir los avances y el desarrollo de las competencias a lo largo de su proceso de formación. Los resultados alcanzados han permitido implementar algunas acciones para fortalecer las competencias que se miden en la prueba de Korn Ferry, se han incorporado en algunas asignaturas para hacer un piloto (asignaturas del área de Informática, algunas sesiones de Historia Empresarial, Introducción a la Administración y Gestión de Talento Humano II) y continuar valorando el logro de los Intended Learning Outcomes (ILO).

De igual manera, se continúa aplicando el instrumento de Estilos de Aprendizaje, y se realizará la comparación de los resultados de los estudiantes que ingresaron en 2011-II con su estilo actual para obtener los primeros resultados que permitan plantear hipótesis de trabajo a ser analizadas por el Comité Curricular, para tomar medidas de acuerdo con el avance en la estructura de pensamiento lograda como base del pensamiento crítico.

Durante el año 2014 se realizó la medición del razonamiento lógico matemático y habilidad numérica como parte de las pruebas de cierre de ciclo de formación, proceso que se seguirá consolidando con la incorporación de valoraciones en otras áreas de conocimiento. Esta prueba se complementó con la de habilidades gerenciales de Korn Ferry en cuarto semestre; y BADyG e Inteligencia Emocional en séptimo semestre. Esta información es uno de los insumos que ha servido al Comité Curricular para la revisión que se está adelantando.

### ***Gestión del currículo***

Se ha consolidado la integración de cursos en el área cuantitativa, financiera, de economía, de humanidades, de talento humano y de informática. A su vez, se han logrado avances en algunas asignaturas de derecho, operaciones, organizaciones y mercadeo. Este proceso ha estado centrado en el desarrollo de conocimiento esperado (fundamentos temáticos mínimos requeridos en cada área). Para algunas áreas



se ha incluido el desarrollo de actividades de integración del conocimiento de manera interdisciplinar, y se realizó el piloto de proyectos que integran el conocimiento en ingeniería de la producción, proyectos de inversión y dirección estratégica, el cual servirá para evaluar la viabilidad de esta estrategia curricular.

De igual manera, se ha comenzado con la incorporación de metodologías centradas en el aprendizaje del estudiante, y actividades de clase que alcancen la unificación de los cursos, paso previo para medir los outcomes que se buscan desarrollar en los estudiantes, alineados al perfil de salida del egresado del CESA y al PEI.

## Fortalecimiento de competencias de los estudiantes

Se continúa desarrollando el seminario Preparación para la Vida Laboral, que se realiza en séptimo semestre y que tiene como objetivo elevar las competencias para la empleabilidad y el éxito en las organizaciones de los estudiantes. Durante el presente año contó con la participación de 80 estudiantes en tres sesiones en el primer periodo, y 93 estudiantes en cuatro sesiones durante el segundo. De igual manera, se logró contar en el seminario con la participación de Korn Ferry, prestigiosa head hunter, con el propósito de fortalecer las competencias en el proceso de entrevistas y selección para la práctica empresarial.

Se incrementó el apoyo en los procesos de aprendizaje y crecimiento personal de los estudiantes a través de la consejería, y los Centros SUMA y DIGA, y la creación del seminario cátedra Wellness - Self Leadership en conjunto con Bienestar. Durante el 2014, 320 estudiantes participaron de esta cátedra, con la profundización en la cátedra Happy Business, que contó con la participación de 58 estudiantes durante el año.

Dentro de la cátedra Wellness- Self leadership, y con la Consejería Psicológica, se apoyaron temas de autoestima, adicciones, plan de vida, ansiedad, depresión, duelo y adaptación a la vida universitaria, especialmente en aquellos que vienen de otras regiones del país.

A partir del primer periodo del 2014, SUMA implementó el seminario de Herramientas Matemáticas para todos los alumnos de primer semestre y repitentes de Fundamentos de Matemáticas, que contó con la participación de 214 estudiantes durante el año. Esto ha permitido nivelar conceptos básicos de aritmética, álgebra, geometría, y en general temas de fundamentación matemática, así como fortalecer competencias lógico-matemáticas.

Se sigue trabajando en una oferta transversal de seminarios extracréditos (extracurriculares) a través de talleres de autoconocimiento y desarrollo de planes de vida y carrera, uso de herramientas tecnológicas, uso de bases de datos, Bloomberg y software de apoyo para la gestión empresarial, talleres y pruebas de preparación para la vida laboral, assessment de selección para los estudiantes que ingresan a prácticas empresariales; y para los estudiantes de octavo y noveno semestre se realizaron talleres de trabajo en equipo para el desempeño profesional, presentaciones efectivas, negociación, y manejo de reuniones y juntas directivas, que han permitido mejorar las competencias de los estudiantes, su desempeño y participación en los grupos de trabajo, así como en el análisis de la información para la toma de decisiones.

Durante el 2014 se continuó con el fortalecimiento del programa de oferta de asignaturas obligatorias y electivas del plan de estudios en idioma inglés. Durante el primer periodo se ofrecieron 20 sesiones de cursos de inglés en diferentes niveles, con una participación de 309 estudiantes, que pasó a 38 sesiones durante el segundo periodo, atendiendo a 737. En cuanto a los cursos obligatorios, durante el primer periodo se ofrecieron 26 asignaturas con una participación de 554 estudiantes; que pasó a 29, con 656 estudiantes para el segundo periodo. En cuanto a electivas, durante el año se ofrecieron diez asignaturas diferentes, con una participación de 175 estudiantes. De igual manera, se ofrecieron cursos para mejorar las habilidades de comunicación en una segunda o tercera lengua como el portugués, francés y mandarín, con una oferta de ocho sesiones y 45 estudiantes matriculados durante el primer periodo; y siete sesiones y 50 estudiantes durante el segundo. Es necesario continuar incorporando otros idiomas al abanico de cursos.

Para asegurar contenido de TIC y actividades de aprendizaje en el desarrollo de los microcontenidos de los cursos, se han realizado dos acciones: en primer lugar, se incorporaron cursos virtuales para los estudiantes en práctica en empresas internacionales, como elemento de la promoción de su utilización. Se debe avanzar en el diseño de técnicas de innovación pedagógica para los profesores con el objetivo de incorporar la utilización de TIC en el desarrollo de clases, tanto con el diseño virtual de cursos, como de MOOC.

**TABLA 6.** Sesiones y estudiantes en cursos virtuales 2014-I

| CURSOS VIRTUALES              | # DE ESTUDIANTES | # DE SESIONES |
|-------------------------------|------------------|---------------|
| Cursos obligatorios virtuales |                  |               |
| Dirección estratégica         | 8                | 1             |
| Modelación                    | 38               | 1             |
| Simulación gerencial          | 9                | 1             |
| Cursos electivos virtuales    |                  |               |
| E-commerce                    | 13               | 1             |
| <b>Total</b>                  | <b>68</b>        | <b>4</b>      |

**FUENTE:** Información Registro y Control, Elaboración propia Dirección de Pregrado, 2014.

**TABLA 7.** Sesiones y estudiantes en cursos virtuales 2014-II

| CURSOS VIRTUALES                          | # DE ESTUDIANTES | # DE SESIONES |
|---|------------------|---------------|
| <b>Curso obligatorio - sesión virtual</b> |                  |               |
| Derecho tributario                        | 35               | 1             |
| Dirección estratégica                     | 3                | 1             |
| Seminario trabajo de grado                | 5                | 1             |
| Trabajo de grado                          | 7                | 1             |
| <b>Curso electivo - sesión virtual</b>    |                  |               |
| E-commerce                                | 5                | 1             |
| <b>Virtual solo intercambios</b>          |                  |               |
| Modelación                                | 30               | 1             |
| <b>Virtual fuera del país</b>             |                  |               |
| Simulación gerencial                      | 16               | 1             |
| <b>Totales</b>                            | <b>101</b>       | <b>7</b>      |

**FUENTE:** Información Registro y Control, Elaboración propia Dirección de Pregrado, 2014.

En el proceso de autoevaluación y fortalecimiento de las competencias para la empleabilidad, se hizo la revisión de las electivas del plan de estudios, y se ha venido ofertando una serie de asignaturas que han colaborado a una mayor electividad en la malla académica. Esto le permite al estudiante escoger de acuerdo a su enfoque y planes futuros del ejercicio profesional, y reforzar temas que en su práctica encuentre interesantes de profundizar. Durante el segundo periodo de 2014 se ofertaron 23 electivas, con una participación de 395 estudiantes. Estas electivas fueron:

**TABLA 8.** Electivas ofrecidas 2014-II

| Nombre asignatura                                    | Número de estudiantes |
|--|-----------------------|
| Marketing del cliente                                | 10                    |
| Branding strategies                                  | 19                    |
| Gerencia comercial                                   | 25                    |
| Sport marketing                                      | 15                    |
| Gerencia del servicio                                | 25                    |
| Tópicos de finanzas corporativas                     | 8                     |
| Organizational behavior                              | 8                     |
| Seminario self-leadership                            | 10                    |
| Gerencia de medios                                   | 21                    |
| Planeación, estrategia y control                     | 23                    |
| Empresa de familia-gobierno corporativo              | 33                    |
| Gestión del conocimiento, cultura y cambio           | 23                    |
| Innovación cambio y estrategia                       | 11                    |
| Seminario prácticas empresariales de buen gobierno   | 14                    |
| Seminario - Cómo negociar con feng shui              | 7                     |
| Formación en liderazgo                               | 13                    |
| Gobierno y sociedad en la competitividad empresarial | 24                    |
| Agro business  | 14                    |
| De la idea al producto                               | 22                    |
| Negocios e interculturalidad                         | 27                    |
| Competitividad y globalización                       | 22                    |
| Mercados internacionales                             | 9                     |
| Cómo hacer negocios con Asia-Pacífico                | 12                    |
| <b>Total estudiantes</b>                             | <b>395</b>            |

**FUENTE:** Información Registro y Control, Elaboración propia Dirección de Pregrado, 2014.

## Gestión de profesores

El pregrado desarrolló y adelantó una prueba piloto del Sistema de Evaluación Docente, el cual ha sido asumido desde la Vicerrectoría Académica después del proceso de maduración que ha vivido. Se continuará con su implementación a partir del 2015, y se incluirá la autoevaluación, la evaluación de pares y la generación de planes de mejoramiento que sean recogidos por el Plan de Formación Docente actualmente en fase de diseño.

El ofrecimiento de sesiones por curso permitió mantener el promedio de 22 estudiantes por cada una. Durante el año, los profesores de planta asumieron el 13% de las sesiones ofrecidas en el primer periodo y el 10% para el segundo. Los profesores de medio tiempo asumieron el 5% durante el primer periodo y el 4% durante el segundo. El personal administrativo que orienta cursos asumió el 2% durante el año. Finalmente, el 79% de las sesiones del primer periodo y el 84% de las programadas durante el segundo fueron orientados por profesores de hora cátedra.

## Certificación EDAF

La Dirección de Pregrado dio inicio formal a la tutoría y al plan de trabajo a seguir durante el segundo periodo académico del 2014 y todo el 2015, de la mano del profesor asignado por la EFMD para el acompañamiento en este proceso.

Se recibió la primera visita formal en el mes de noviembre del 2014. En esta se recogió información de primera mano del comité de coordinadores de área, las direcciones de investigación, gestión externa, internacionalización, Bienestar y la Vicerrectoría, para realizar su evaluación y sugerir pautas que permitieran asegurar el desarrollo del plan propuesto. Se encontraron algunos avances y tareas por realizar antes de solicitar la visita de condiciones iniciales y elegibilidad para el proceso de acreditación internacional al comenzar el 2016.

Se definieron como líneas de acción para continuar con el fortalecimiento: la revisión curricular y la definición de los ILO del programa; áreas y cursos, con el respectivo rediseño de cursos que se encuentren debidamente soportados teóricamente; la inclusión de bibliografía actualizada que incluya revistas académicas en las asignaturas y la unificación de criterios de evaluación que garanticen el rigor académico uniforme en las asignaturas; el sistema de gestión de profesores, que incorpore mezclas por áreas de acuerdo con su formación y tipo de vinculación, control de los procesos de docencia, evaluación de la práctica docente, selección de acuerdo con los perfiles requeridos para los cursos, y mejoramiento continuo a partir de planes de formación; fortalecimiento del programa de internacionalización con la definición del diferenciador y la estrategia de implementación que incremente la visibilidad del CESA entre los prospectos a sus programas de formación, los vínculos con el medio empresarial y los resultados de la investigación, que solucionan problemas del mundo empresarial; e incorporación de la ERS (Ética y Responsabilidad Social) en el proceso formativo.

## Internacionalización

En conjunto, la Dirección de Pregrado y la Dirección de Relaciones Internacionales vienen adelantando el diseño del proceso de selección de estudiantes candidatos a intercambio; se revisa su situación académica, promedio académico, y se realiza el diagnóstico. Luego, se envía la aprobación de la condición inicial en la cual se le autoriza el comienzo del proceso, y al finalizar el semestre se aprueban las condiciones de homologación, situación al regresar y condiciones académicas mínimas requeridas para el proceso de homologación.

Durante el mes de diciembre la Dirección de Pregrado organizó una gira académica a Dinamarca con la representante de los profesores al Consejo Directivo y un profesor de carrera académica. El propósito era investigar e inspirarnos en modelos pedagógicos innovadores para fortalecer el proceso de cambio en la gestión curricular y aseguramiento de los estándares de calidad. Así mismo, consolidar la estrategia de internacionalización, la acreditación internacional, la focalización de la investigación

como parte del currículo, el emprendimiento, la innovación pedagógica y el liderazgo como un sello distintivo de la formación de los estudiantes y la creación de un centro de innovación empresarial.

Dentro de los aspectos más interesantes de esta visita están el intercambio de ideas y el aprovechamiento del conocimiento en Gestión Académica y curricular de directivos de ocho escuelas y facultades líderes en negocios, sobre:



- Educación basada en el modelo PBL (Project and Problem Based Learning).
- Nuevos métodos de enseñanza.
- Integración del currículo con la investigación.
- Estructura curricular orientada al emprendimiento e innovación.
- Redes, networking y búsqueda de oportunidades para compartir con la comunidad académica (estudiantes, profesores, equipos de dirección y coordinación en estos temas).

Las universidades visitadas fueron:

- Copenhagen Business Academy
- University College North – Aalborg
- Aalborg University
- Business Academy Aarhus
- Aarhus University

- Copenhagen Business School
- Roskilde University Center
- University Of Southern Denmark

Se han identificado potenciales pares amigos que pueden realizar la revisión de documentos, validación de modelos curriculares y pedagógicos que se propongan, y validación de las actividades para capitalizar el diferenciador internacional del CESA; y que permiten visitar sus universidades para conocer las buenas prácticas administrativas de lo académico y de enseñanza aprendizaje, para potenciar las definiciones que se realicen en la propuesta del CESA y visitas para realizar revisiones críticas al proceso. Este banco de pares está disponible para el momento en que se requiera el desarrollo de las actividades de validación.

## Reconocimiento del CESA a nivel nacional e internacional

Desde diciembre del 2011 la Presidencia se viene ocupando del capítulo de ASCOLFA Bogotá y se ocupa un puesto en el Consejo Directivo Nacional de ASCOLFA. De igual manera, se ocupa la representación de los decanos de las facultades de Administración del capítulo Bogotá y Centro ante la Junta Directiva del Consejo Profesional de Administración CPAE. Así mismo, desde diciembre del 2013 se asumió la vicepresidencia de la Junta Directiva de este último.

Durante el año se enviaron estudiantes del CESA a CFA Challenge 2014 y al Concurso Latinoamericano de Administración, en el que ocuparon el segundo lugar. Un grupo de cuatro estudiantes participó en el NIBS Worldwide International Case Competition y clasificó a la ronda final, que se llevará a cabo en Otawa Canadá durante el mes de febrero de 2015.

Adicionalmente, se invitó a doce profesores internacionales, quienes orientaron asignaturas electivas profesionales, para reforzar la presencia y la visibilidad del CESA.

Por último, se participó como par internacional invitado en NEOMA Business School en la ciudad de Rouen en Francia durante la Semana Internacional y como jurado del Case Competition.

## **CENTRO DE APOYO PARA LECTURA, LA ORALIDAD Y LA ESCRITURA – DIGA**

Durante el año 2014 se mantuvo la planta de solo uno de los profesores del año inmediatamente anterior. Estuvo el profesor Andrés Sánchez, con su carga de tiempo completo (40 horas semanales), y, tras la salida de la profesora Laura Tatiana Ramírez, se contrató a la profesora Lina Calle Arango, con la misma carga laboral. Esta estuvo encargada de trabajar las tutorías de los estudiantes de pregrado y de coordinar el trabajo de los lectores pares o monitores del centro DIGA (María Paula Rubiano, María Camila Rubio y Estefanía Puerta, para 2014-I; y María Paula Rubiano, María Camila Rubio y María José Fonnoll, para 2014-II).

También, se siguió contando con la presencia, por horas, de la profesora Catalina Ortiz, especialista en esta área que apoyó las tutorías de expresión oral, con tres horas a la semana. Para el área de expresión escrita, tanto en asesorías como tutorías, se contó con la colaboración de la profesora Ángela Cruz, con seis horas semanales.

Por último, el Departamento de Inglés apoyó la lectura y corrección de textos escritos en esa lengua con las profesoras Zarifa Mohamad y Dana Matl. Además, se contó con el apoyo de especialistas para cada una de las áreas de trabajo (comunicación escrita y oral, textos en español y en inglés).

## Examen de nivelación

En 2014 se mantuvo el diseño del examen de nivelación aplicado en el 2013 para los estudiantes que ingresan al CESA por primera vez. Este examen, diseñado y calificado por los tres profesores de DIGA, continuó haciendo énfasis en la lectura de un texto no verbal (una gráfica) y, a partir de esa lectura, la realización de un ejercicio de resumen y argumentación. Los resultados permitieron definir los contenidos básicos y las principales necesidades de los estudiantes, para trabajar estos desde las materias de Comunicación Escrita y Oral, el área de Humanidades y el Centro DIGA. Así mismo, permitió a los profesores de las materias de Comunicación conocer, por anticipado, las necesidades particulares de los estudiantes de sus sesiones, de tal forma que pudieran orientar su trabajo más efectivamente.

## Apoyo estudiantes, profesores y administrativos

Durante el 2014, el servicio de asesorías a estudiantes ocupó un 55% del destinado por los integrantes de DIGA para atención y colaboración en habilidades comunicativas; 27% a tutorías para estudiantes con necesidades específicas; y 18% en asesoría a profesores y administrativos.

### *Asesorías y tutorías a estudiantes: pregrado, posgrados, Eli+e*

Las asesorías para estudiantes que brinda el Centro DIGA se dividieron en dos: las que ofrecen los docentes que integran el Centro, presenciales y por lo general individuales (para pregrado y maestrías); y el servicio de lectores pares (monitores), que por lo general se da de manera virtual y únicamente para pregrado.

Las tutorías del Centro DIGA, por su parte, fueron ideadas para trabajar en las necesidades lingüísticas específicas de los estudiantes de pregrado. De esta manera, los alumnos pueden tener un refuerzo, mejorar y no estar en desventaja frente a sus compañeros. Lo anterior teniendo en cuenta que los problemas que los estudiantes presentan en su expresión escrita u oral tienen siempre repercusiones en todas las áreas de la carrera y perjudican su adecuado desempeño en la universidad.

## ***Asesorías y tutorías ofrecidas por los docentes del Centro DIGA***

El equipo docente disponible para tales apoyos estuvo conformado por el Coordinador del área de Humanidades, el profesor Javier Murillo; los docentes de planta Andrés Sánchez y Lina Calle; y las profesoras de cátedra Ángela Cruz y Catalina Ortiz. Las asesorías brindadas por estos docentes tienen una duración promedio de media hora; mientras que las tutorías, de una hora u hora y media.

El número total de asesorías a estudiantes ofrecidas durante el 2014 fue de aproximadamente 800 a alrededor de 520 alumnos, lo que deja en evidencia la noción general dentro de los estudiantes de que existe una utilidad en este servicio y, por lo tanto, se sienten motivados a solicitarlo de nuevo. Por su parte, a lo largo del año se impartió un aproximado de 110 tutorías a alrededor de 70 estudiantes.

En cuanto a las áreas en las que más necesidad sienten los estudiantes de solicitar colaboración en DIGA, la lista está encabezada por Comunicación (26%), Emprendimiento (23%) y Economía (11%), y seguido de otras con de menor impacto.

En concordancia con esto, los estudiantes más asiduos al Centro DIGA, tanto para asesorías como para tutorías, hacían parte de I a III semestre (36%), seguidos por los que se encontraban entre IV a VI semestre (26%), de VII a IX (15%) y, finalmente, Eli+e (14%), Maestrías (6%) y otros (3%).

Los temas más recurrentes en las tutorías del Centro DIGA durante el año 2014 fueron los siguientes (en orden de importancia):

- Puntuación y conectores
- Comunicación oral
- Planeación de textos
- Tildes y ortografía
- Normas APA
- Comprensión de lectura
- Otros

Mientras que los estudiantes de los semestres iniciales se acercan a DIGA a buscar ayuda en la estructura del texto, los estudiantes de semestres más altos se concentran más en los problemas de ortografía y puntuación. No obstante, el trabajo continuado desde 2011 con estudiantes que ya se encuentran en prácticas empresariales ha permitido que aumente su preocupación por los problemas estructurales de los textos que escriben para la universidad y para sus prácticas.

Además de trabajar con los estudiantes de pregrado, DIGA se ocupó de apoyar a los estudiantes del programa Eli+e. Se colaboró con estos estudiantes en las áreas de comunicación oral y escrita. Ese trabajo corrió a cargo de los profesores Andrés Sánchez, Ángela Cruz y Catalina Ortiz, y estuvo orientado a fortalecer las competencias comunicativas, haciendo un énfasis especial en la presentación de sus proyectos de emprendimiento en las respectivas ferias.

En ambos semestres del año inmediatamente anterior, el trabajo sobre habilidades lingüísticas para los estudiantes de Eli+e fue un componente importante de la preparación de los estudiantes, no solo en las materias de Comunicación sino en el trabajo con cursos que se asociaron con DIGA: Entorno Económico Colombiano (prof. José Manuel Restrepo) y Gestión del Conocimiento, Cultura y Cambio

(prof. Henry Bradford). El trabajo en las competencias comunicativas fue destacado por los profesores y asistentes a la Feria de Espíritu Emprendedor, quienes vieron en los estudiantes de Eli+e un nivel de preparación en comunicación oral y escrita similar al de sus compañeros de cuarto semestre; un trabajo que se vio reflejado en la entrada de gran parte de los estudiantes al CESA y la homologación de la materia de Comunicación Escrita de muchos de ellos.

### ***Asesorías ofrecidas por monitores de DIGA: lectores pares***

Dado que las asesorías ofrecidas por los profesores de DIGA establecen, necesariamente, una estructura vertical, se identificó la necesidad de crear, para algunos casos, una figura en la que los estudiantes se sintieran en mayor confianza, siendo ayudados por pares. La figura de Lectores Pares viene funcionando y consolidándose desde el año 2010. Esta ha sido concebida como una estructura horizontal; es decir, una oportunidad para establecer diálogo y ayuda entre semejantes. Por tanto, el objetivo es ofrecer a los estudiantes un servicio de asistencia en escritura y oralidad liderado por los monitores del Centro DIGA.

### ***Asesorías a profesores y administrativos***

Uno de los principios fundamentales desde el origen de DIGA es que los estudiantes saben comunicarse, pero no han aprendido a hacerlo formalmente. Esto significa que no suelen hacerlo con solvencia en las disciplinas específicas de su carrera. Por ello, una de nuestras principales labores ha sido asesorar a los profesores que evidenciaron la necesidad de reforzar las competencias de lenguaje de sus estudiantes.

Por un lado, los integrantes de DIGA, a petición de los profesores, ofrecen en varias sesiones breves charlas introductorias sobre estructuras de textos, normas APA y auto-ría, entre otros. Este servicio, en general, suele ser solicitado a principios del semestre.

Así mismo, el Centro DIGA ayuda a preparar, corregir y evaluar pruebas de estas materias para hacer más efectivo y elocuente el trabajo de escritura de los

estudiantes. Esta asesoría tiene tres maneras. En la primera –la que ha dado mejores resultados–, el profesor planea en conjunto con DIGA la tarea en la que los estudiantes demuestran sus habilidades de lenguaje, con el objetivo de optimizar los alcances de la misma.

En la segunda, orientada más a los resultados, el profesor envía un paquete de tareas para que sea calificado por DIGA. Así, DIGA da una calificación antes que el profesor, que es requisito para la entrega final. Esta última es cada vez menos utilizada.

La última consiste en el apoyo de DIGA en las presentaciones orales de las materias. El profesor invitado, integrante de DIGA, se encarga de observar la presentación y calificar las competencias comunicativas, lo que permite al docente de la materia en cuestión dedicarse más a la evaluación de las competencias propias de la asignatura.

Por último, se apoya el trabajo de escritura de profesores y miembros del grupo administrativo del CESA. El Centro DIGA se ha consolidado cada vez más como un espacio en donde los profesores de planta revisan sus artículos antes y durante los procesos de publicación en revistas. Igualmente, se colabora con la revisión de documentos institucionales de la universidad.

En cifras, durante el 2014 se ofreció un total de 91 asesorías, distribuidas en un número aproximado de 40 profesores y administrativos. El promedio temporal de una asesoría para docente es mayor que para los estudiantes; durante este periodo significó un tiempo promedio de una hora y media.

El mayor interés que encontramos en los profesores y administrativos que asisten o se ponen en contacto con DIGA se relaciona con solicitudes, en orden de importancia, para la colaboración en corrección o revisión de textos de diversa índole; realización de charlas en clase sobre tipos de textos; solicitud de asistencia como segundos jurados en parciales orales; colaboración en el área de emprendimiento; y un porcentaje restante en consultas variadas, tales como casos de plagio, uso de normas APA, etc.

## Coordinación del proceso editorial

A lo largo del año, el coordinador del Centro DIGA continuó con el trabajo de coordinación del proceso editorial del CESA para complementar el trabajo del Área de Comunicaciones y del responsable de la editorial, Juan Santiago Correa.

La principal responsabilidad de esta coordinación ha sido establecer contacto con potenciales pares evaluadores (la mayor parte de ellos miembros inscritos en el sistema de información de Colciencias) de los textos que se pretenden publicar en la editorial del CESA. También, organizar el sistema de evaluaciones y clasificar las mismas, de tal manera que se pueda garantizar un proceso de evaluación académica equitativo, claro y sistemático. Durante el año se coordinó la presencia de ocho pares lectores para la evaluación de cuatro libros, todos ellos avalados por Colciencias en distintas áreas del conocimiento.

## Espíritu emprendedor

Durante 2014 se continuó con la colaboración entre DIGA y la materia de Espíritu Emprendedor, un apoyo que incluyó no solo la asesoría para los estudiantes en sus competencias orales y escritas, sino una calificación (5%) para la nota definitiva de la materia.

La metodología de trabajo se consolidó como un apoyo a la escritura del Plan de Negocios –para quien lo requiriese, bien como tutoría o como requisito del profesor–, de materiales de divulgación –el Resumen Ejecutivo y el resumen para la revista de la feria– y la presentación de un prepanel junto a profesores y monitores de DIGA, profesores de planta del CESA, del CLE y de la Unidad de Gestión Empresarial. Esto permitió que los estudiantes tuvieran claro el rol de DIGA como apoyo para dar una argumentación más consistente en sus planes de negocio, tanto en lo escrito como en lo oral. Además, el trabajo con profesores especializados en los temas de administración dio a los estudiantes un enriquecimiento a sus ideas de negocio.

Los monitores de DIGA y de Espíritu Emprendedor, así como los profesores de la Unidad de Gestión Empresarial, presenciaron y retroalimentaron los ensayos para el Panel. Este ensayo buscaba que los grupos observaran inconsistencias en su exposición (tanto en la presentación oral como en sus diapositivas), encontraran puntos para fortalecer y escogieran los expositores.

## Español como segunda lengua

Durante el primer semestre del año 2014, se impartieron clases de Español como Lengua Extranjera I, II para un grupo de siete estudiantes en cada una.

En concordancia con El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER), así como el Plan Curricular del Instituto Cervantes, se dividieron los estudiantes en tres niveles, según un examen de nivelación en el que se evaluaban tanto las habilidades de lectura y escritura como las conversacionales.

(Ver tabla 9)

Durante el segundo periodo lectivo del año 2014 se desarrollaron igualmente dos cursos de Español como Lengua Extranjera en el CESA. En A2.1 se contó con tres estudiantes, y en B1.1, con cinco estudiantes de intercambio.

Además de ofrecer la asignatura para estudiantes extranjeros que vienen al CESA de intercambio, se ofrecieron adicionalmente otros dos cursos para el programa Heart For Change; personas vinculadas al SENA o directamente en colegios oficiales responsables de las cátedras de inglés y que entrenan a los profesores de inglés de las mismas instituciones. Estos se inscribieron voluntariamente para aprender español. Para ellos, se habilitó un curso de B1.2, que contaba con ocho estudiantes; y A1.1, que contaba con seis estudiantes iniciales, de los que solamente tres terminaron el curso, por motivos ajenos a la institución.

**TABLA 9.** Niveles del examen para los estudiantes

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <p><b>A1 (Acceso)</b></p>     | <p><b>Comprensión oral:</b> comprende lo suficiente para enfrentarse a necesidades concretas (nombre, familia, lugar de procedencia y residencia, profesión, edad) siempre que la información sea articulada lentamente y de manera clara.</p> <p><b>Comprensión escrita:</b> comprende con facilidad información presente en letreros, carteles y catálogos.</p> <p><b>Interacción y expresión oral:</b> es capaz de interactuar de forma sencilla, planteando a otros y contestando preguntas sobre sí mismo en relación con lugar de origen, lugar de residencia, profesión, edad, familia, necesidades inmediatas. Es capaz de pedir repetición o algún tipo de aclaración a su interlocutor, de ser necesario.</p> <p><b>Expresión escrita:</b> tiene los conocimientos para diligenciar formatos similares a formularios de información personal.</p>   |
| <p><b>A2 (Plataforma)</b></p> | <p><b>Comprensión oral:</b> es capaz de comprender frases y expresiones relacionadas con aspectos de la vida diaria, también puede comprender la idea principal de mensajes breves.</p> <p><b>Comprensión escrita:</b> comprende cartas generales y breves, así como menús, avisos publicitarios y explicaciones breves sobre contenidos o características).</p> <p><b>Interacción y expresión oral:</b> aunque aún no podría mantener una conversación más extensa por sí mismo, puede formular y responder preguntas relacionadas con aspectos de la vida cotidiana como compras, hábitos, rutinas diarias, planes y actividades de tiempo libre, familia.</p> <p><b>Expresión escrita:</b> es capaz de escribir mensajes y postales breves en las que exprese las actividades y planes que lo involucran.</p>  |
| <p><b>B1 (Umbral)</b></p>     | <p><b>Comprensión oral:</b> aparte de comprender discursos relacionados con asuntos cotidianos relacionados con el trabajo o la escuela, también es capaz de comprender detalles e ideas de programas de radio o conversaciones sencillas relacionadas con la vida actual o temas de interés personal.</p> <p><b>Comprensión escrita:</b> comprende contextos relacionados con intenciones, planes y deseos en cartas personales, así como textos redactados en lengua habitual.</p> <p><b>Interacción y expresión oral:</b> puede participar de manera espontánea en conversaciones y desenvolverse de manera natural en viajes. Es capaz de articular discursos en los que exprese sus ambiciones y planes, así como historias pasadas, relatos y experiencias.</p> <p><b>Expresión escrita:</b> es capaz de escribir textos bien enlazados y articulados en los que exprese su opinión personal sobre temas conocidos o de interés general. En cartas y documentos cortos puede expresar impresiones, ideas y opiniones.</p> |

**FUENTE:** Elaboración propia Centro Diga, 2014.

# Proyectos especiales

## *Formación*

Javier H. Murillo continuó su Doctorado en Estudios Sociales en la Universidad Externado de Colombia.

## *Publicaciones*

El libro Casas de la Merced, escrito por Javier H. Murillo y Andrés Sánchez, aprobado por el Comité Editorial del CESA, y en espera de su publicación para el primer semestre de 2015.

Se llevó a cabo la publicación del libro Escritura e investigación académica. Una guía para la elaboración de trabajo de grado escrito por Javier Murillo, Coordinador de área, y Juan Santiago Correa, Secretario General y Director de investigaciones de la institución.

## *Formación ejecutiva*

En 2013, DIGA comenzó a ofrecer sus servicios a públicos externos al CESA y relacionarse con el sector productivo. Se ofreció el curso de Comunicación Estratégica a la Cámara Colombiana de la Infraestructura, el cual fue dictado por Javier H. Murillo. Se busca, para 2015, continuar trabajando en paquetes para que las instituciones interesadas los contraten a través de Formación Ejecutiva o el Centro de Consultoría Empresarial.

## *Principales logros*

- Continuación de los procesos de concienciación de profesores y estudiantes sobre la necesidad de una comunicación efectiva, escrita y oral.
- Asesoría particular, según la necesidad de cada profesor y de cada materia.

- Aumento de demanda de los servicios de DIGA por parte de los estudiantes.
- Integración del trabajo de DIGA con el de cada profesor, en aras de lograr resultados más efectivos en la escritura y expresión oral de los estudiantes.
- Utilización del examen de nivelación para diagnosticar las fallas que tienen los estudiantes nuevos y así planificar de forma más adecuada los contenidos de las materias de Comunicación.
- Publicación del libro Escritura e investigación académica. Una guía para la elaboración de trabajo de grado escrito por Javier Murillo, Coordinador de área, en conjunto con Juan Santiago Correa, Secretario General de la Institución. (Murillo y Correa).
- Escritura del libro Casas de la Merced (Murillo y Sánchez, en impresión).
- Concienciación del riesgo de cometer plagio y de la gravedad de hacerlo.
- Mayor posicionamiento de DIGA en grupos de trabajo en alfabetización académica dentro y fuera de Colombia.
- Afinación de herramientas pedagógicas que permiten un trabajo cada vez más claro y efectivo con los profesores y los estudiantes.
- Consolidación del trabajo con el Centro de Emprendimiento y Liderazgo (CLE) en competencias escritas y orales.
- Aumento de la oferta de cursos de español para extranjeros.
- Revisión de estructura y desarrollo de los trabajos de grado de especializaciones y maestrías en Finanzas y Marketing.

# BIENESTAR ESTUDIANTIL

## Extracédito

Con el propósito de promocionar las actividades de Bienestar que brinda el CESA a sus estudiantes, y específicamente ofertar los extracéditos, se realizó una Feria de Bienestar Virtual, que se envió vía electrónica a los estudiantes de pregrado con la información detallada de las diferentes opciones deportivas y culturales para el año 2015.

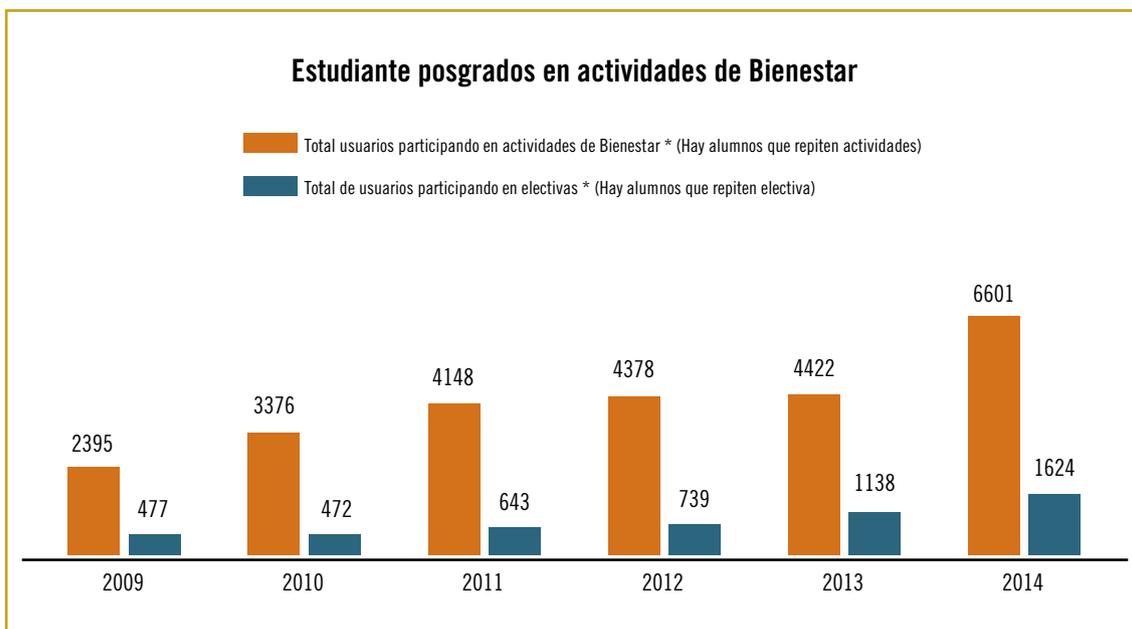
Durante el año 2014 se mantuvieron las electivas de Bienestar ya abiertas. Con el objetivo de dar cabida a nuevas opciones para los estudiantes, y buscando una formación integral, se abrieron: Cata de café avanzado, Ultimate y nuevamente Yoga. De esta forma se completó una oferta de 26 extracéditos.

Se adelantó un trabajo de capacitación a los profesores de extracéditos de Bienestar con el fin de involucrarlos y familiarizarlos con el programa académico, la formación integral, el equilibrio o balance de vida, e introducirlos a la cultura del CESA. Durante este proceso se realizaron reuniones de capacitación para el diseño y establecimiento de los syllabus de cada una de estas actividades, así como para implementar procesos de evaluación y control de estudiantes.

Durante el año se cubrió una población de 1.624 inscritos en extracéditos de Bienestar para estudiantes de pregrado, con un crecimiento del 42.71% frente al año 2013.

En cuanto a la participación de estudiantes de pregrado y posgrado en la totalidad de las actividades de Bienestar, las cuales incluyen eventos deportivos, recreacionales, sociales y culturales, se presentó en el 2014 un incremento del 60.14%, con la participación de 6.601 personas (ver gráfica 2).

GRÁFICA 2. Participación estudiantes en actividades de Bienestar

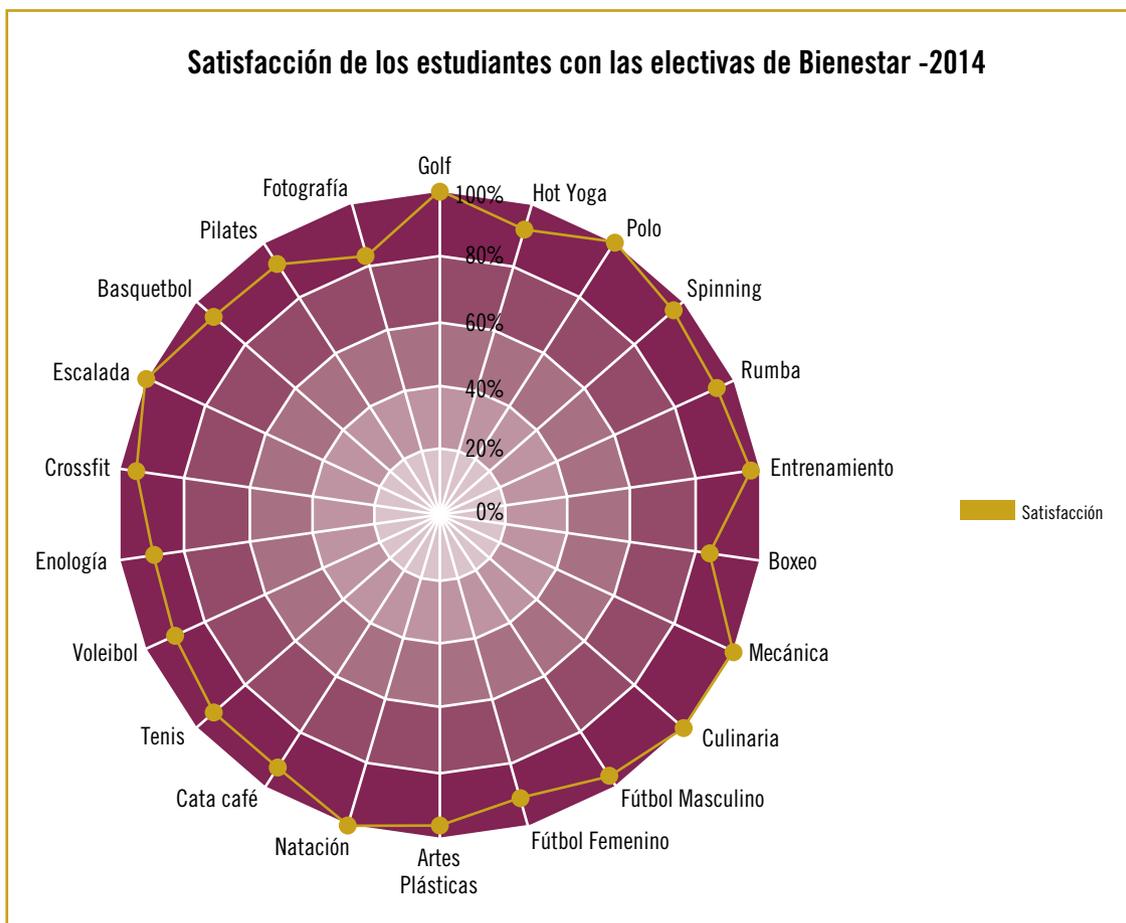


FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección Bienestar, 2014.

Al finalizar el año se realizó una encuesta de satisfacción de los estudiantes con las electivas tomadas a lo largo de los dos semestres, con el propósito de orientar la gestión de Bienestar a satisfacer las necesidades de los estudiantes dentro de los objetivos del área. Esta arrojó un nivel de satisfacción entre alto y medio alto para todos los extracréditos ofrecidos (ver gráfica 3).



GRÁFICA 3. Encuesta de Bienestar satisfacción estudiantes



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección Bienestar, 2014.

## Actividades deportivas

### Torneo Cerros

El torneo de fútbol de Cerros es un torneo anual y local que se lleva a cabo con 32 selecciones de la mayoría de la Universidades de Bogotá: en el año 2014 inició con la fase de grupos, donde la selección del CESA se ubicó en puesto seis, razón por la cual se disputó un cuadrangular.

Adicionalmente, se participó en voleibol y se jugaron, en la primera fase del año, nueve partidos contra las siguientes universidades: Universidad Católica, Universidad Pedagógica, Universidad Militar, Universidad Distrital, Universidad de La Sabana, Universidad Externado de Colombia, Universidad del Rosario, UNITEC y CUN. En esta primera ronda, la selección del CESA ganó cuatro partidos; y en segunda fase del torneo clasificó en el Grupo I, en el que jugó cuatro partidos más, de los cuales se ganó tres.

El equipo de squash del CESA realizó un gran papel clasificando a finales a seis deportistas en diferentes categorías. Cinco de ellos viajaron a Girardot a disputar dicha fase. El estudiante Hernando Andrade ganó medalla de bronce en la categoría más alta, élite, con la mejor participación de todos.

Sin lugar a dudas, el 2014 fue un año muy importante para el deporte en el CESA; se empezó a participar en disciplinas diferentes a fútbol masculino, que lleva ya cuatro años en el torneo.

### *Torneos internos de fútbol*

El torneo interno de fútbol CESA se lleva a cabo semestralmente con la participación de equipos conformados por estudiantes o egresados, y con una participación minoritaria de invitados.

El torneo 2014 del primer semestre tuvo participación de nueve equipos, y la final la disputaron Academia y Atlético, con marcador de 3-2 a favor del segundo; valla menos vencida del equipo Atlas, y el goleador Mauricio Calderón del equipo Academia.

A partir del segundo torneo de 2014, el área de Bienestar ofrece a los estudiantes de primer semestre dos sesiones de entrenamiento que tienen como objetivo formar el equipo del semestre para participar en el torneo interno. Adicionalmente, se subsidia el costo de inscripción del equipo. Esta idea ha sido muy bien recibida por los estudiantes de primer semestre, que ya participan activamente y han continuado con su equipo en el 2015.

El torneo de segundo semestre de 2015 se realizó con la participación de nueve equipos, y la final la disputaron los equipos de semestres altos y egresados: Atlas y La Banca. El campeón fue La Banca, el subcampeón fue Atlas. La valla menos vencida fue Cantera FC, y el goleador Gabriel Martínez del equipo La Banca.

El torneo interno se ha convertido en un espacio en el cual participan por lo menos 100 estudiantes del CESA, más un buen número de egresados, y se caracteriza por ser un espacio para la integración de los estudiantes a través del deporte, de forma que estos emplean parte de su tiempo libre en una actividad sana, que responde al proyecto de educación integral ofrecido por el área de Bienestar Estudiantil.

## ***Torneos de cierre de polo***

Al finalizar los dos semestres del año 2014 se llevaron a cabo nuestros tradicionales torneos de cierre de polo, en los que los estudiantes tienen la oportunidad de mostrar sus avances en este deporte, compartir con sus compañeros y pasar un rato agradable en un ambiente campestre.

## ***Torneo de Bienestar***

Adicionalmente, se realizaron durante el año dos torneos de Bienestar, en los que los estudiantes tienen la oportunidad de demostrar sus habilidades en las diferentes actividades que ofrece la Casa de Bienestar. Se compite ping-pong, fútbolín, billar, billar pool, y juegos electrónicos como Wii, X-box y Nintendo. En estos torneos se contó con la participación de un promedio de 86 alumnos.

## ***Salida a escalar***

Al cierre semestral de la electiva de escalada, se llevaron a cabo dos salidas a escalar en campo. Estas se realizaron a las afueras de Bogotá, donde los estudiantes se enfrentaron a la montaña en Suesca y practicaron sus destrezas en esta disciplina al aire libre.



## ***Torneos de golf y tenis***

En el mes de octubre se llevó a cabo el torneo de golf y tenis de alumnos de pregrado y posgrado dentro del marco de la celebración de los 40 años del CESA. En esta ocasión se contó con la participación de 126 jugadores en golf y 15 para tenis, que se enfrentaron a las canchas del Club Los Lagartos.

## ***Patrocinios deportivos***

El desarrollo integral de sus estudiantes es fundamental para el CESA, razón por la cual se apoya y motiva a los deportistas destacados. Durante el segundo semestre del año, se le dio un patrocinio a los estudiantes Sebastián Donado y a Lizeth Pinilla, quienes representan al país en la selección de bolos a nivel internacional y han obtenido grandes logros.

## ***Actividad outdoors***

Como complemento a la formación integral, el área de Bienestar realiza dos salidas de campo enfocadas a generar habilidades de liderazgo y trabajo en equipo. Además, se aprovecha el momento para unir lazos de amistad entre aquellos que participan, compartiendo con otros y dándose la oportunidad de conocer nuevas personas en la universidad. Adicionalmente, los participantes generan una conciencia ambiental; todo esto por medio de la práctica de deportes de aventura y actividades al aire libre.

En el primer semestre se realizó una salida a Tobia, en la que 75 de los estudiantes realizaron una carrera de aventura por la quebrada El Tigre e hicieron rafting por el río Negro. En esta oportunidad tuvimos la participación de cerca de doce estudiantes extranjeros, quienes conocieron más de nuestro país, se incorporaron al grupo, pasaron un rato agradable e hicieron amistad con los demás participantes.

En el segundo semestre se llevó a 90 estudiantes de todos los semestres a realizar una actividad por la zona de La Calera, donde tuvieron la oportunidad de concursar por equipos en una carrera de aventura, así como realizar rapel y pruebas de inteligencia.

## Actividades culturales

### *Salidas cata de café*

En el año 2014 se dio comienzo a la cátedra de Cata de cafés especiales. La clase se dividió en una parte teórica y otra práctica. Los estudiantes recibieron información en cuatro módulos: el mundo del café, cultivo del café, proceso industrial del café y café con sentidos. Se les ofreció la posibilidad de aprender las técnicas en los diversos sistemas de preparación, así como conocimiento sobre cómo catar los distintos perfiles de taza, y experimentar en la preparación de Arte Latte. Al finalizar cada semestre, se organizó el Campeonato de bebidas con Café y Diseño CESA 2014, en el que cada estudiante diseñaba una bebida cuyo ingrediente principal era el café y la presentaba a un jurado.

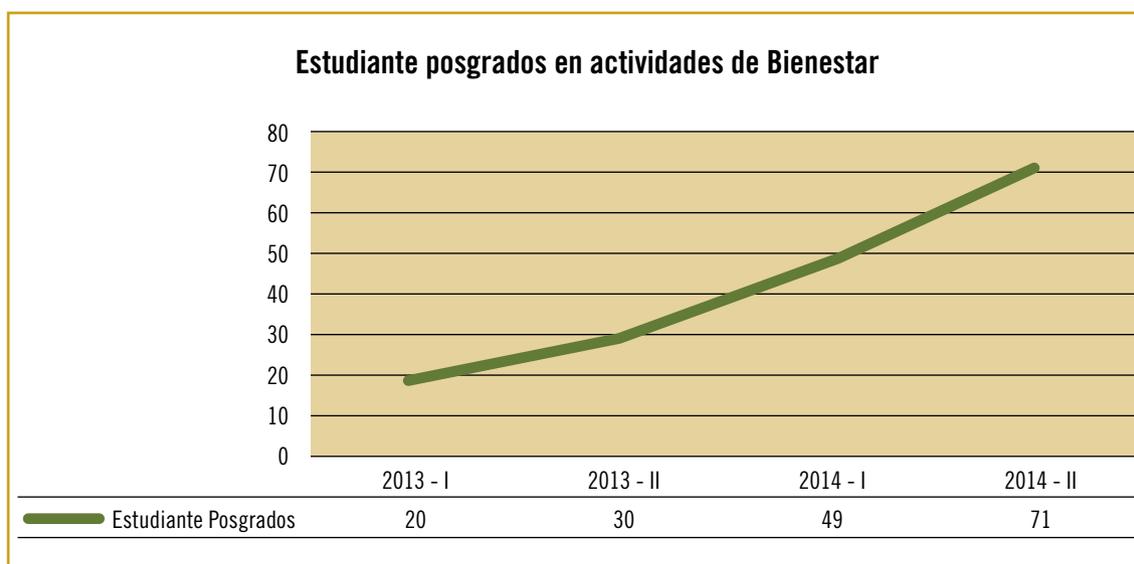
Complementando el trabajo del aula de clase, se llevaron a cabo dos visitas a empresas tostadoras de cafés especiales. En el primer semestre se visitó la empresa de Lucía Londoño (egresada del CESA) y en el segundo semestre visitamos Catación Pública. Adicionalmente, en el segundo semestre se organizó un viaje al eje cafetero, en el que los estudiantes visitaron la planta de café liofilizado Buendía y la finca Venecia, donde tuvieron la oportunidad de entrar en contacto con los cultivos y todo el proceso agrícola del café. Adicionalmente, se visitó el centro experimental de Cenicafé.

### *Actividades a estudiantes de posgrado*

Con el propósito de incorporar e involucrar más activamente a los estudiantes de posgrado y MBA en el marco de una formación integral, el área de Bienestar organizó diversas actividades culturales y deportivas acordes a las necesidades de estos

estudiantes. Estas actividades fueron: clases de culinaria, con la participación de 30 estudiantes; clases de enología, con 38 asistentes; y clase de cata de café, con 32 participantes. Así mismo, se montaron cursos de golf en el simulador de la casa de Bienestar, con la participación de 20 estudiantes, en un horario que les permitía asistir luego de su jornada laboral (ver gráfica 4).

GRÁFICA 4 Estudiantes de posgrados



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección Bienestar, 2014.

Cubriendo las necesidades puntuales del perfil de los estudiantes de pregrado, la Dirección de Bienestar ofrece el servicio de asesoría laboral a los estudiantes interesados en revisar su hoja de vida o recibir orientación sobre el proceso de cambio o consecución de trabajo. Dentro de este esquema se han atendido 17 estudiantes, a los cuales se les hace un seguimiento.

## Conciertos y ópera

Para apoyar el desarrollo cultural y musical de los estudiantes, el área de Bienestar patrocinó las entradas de diez estudiantes al Teatro Jorge Eliecer Gaitán. Ellos, junto con el Profesor Rivas, tuvieron la oportunidad de apreciar la ópera Turandot.

## ***Exposiciones en la Biblioteca***

Dando continuidad al proceso de búsqueda de una integración y consolidación de nuestra comunidad en torno a la realización de eventos en el ámbito académico y cultural, y con el propósito de hacer de la Biblioteca un espacio de desarrollo cultural, punto de encuentro de alumnos, profesores, egresados, colegas y amigos de nuestra institución, en el año 2014 se realizó la exposición del artista Nicolás Sanín Ordoñez, hijo de nuestra profesora Eugenia Ordoñez y de un miembro del Consejo Directivo, Gonzalo Sanín. Este nos presentó una exposición llamada La Locura Automática. En la noche de su inauguración se contó con la asistencia de cerca de 100 invitados, miembros de la comunidad, que tuvieron la oportunidad de conocer la remodelación de la Biblioteca y experimentar una experiencia cultural y artística.

## ***Misa de acción de gracias***

Para finalizar el año, y en busca de un bienestar espiritual dentro de los miembros de la comunidad, el Padre Joaquín Castro ofreció una misa de acción de gracias para todos los empleados, profesores, alumnos, egresados y familiares del CESA, dentro del marco de la despedida del rector. Adicionalmente, se realizaron otros eventos, como una cena para los miembros del Consejo Directivo y Cuerpo de Electores en el Club Metropolitan.

# **Campañas y actividades educativas**

## ***Campaña de carpooling o carro compartido***

El CESA participó nuevamente en el 2014 en una campaña Semana de Carro Compartido, de la que hacen parte varias empresas y universidades. Su principal objetivo es promover el uso eficiente de los vehículos. Durante la semana del 27 al 31 de octubre, los miembros de la comunidad CESA participaron activamente compartiendo su carro.

## ***Campañas sobre adicciones***

Con el propósito de conocer la situación de los estudiantes del pregrado en relación a temas como autoestima, manejo responsable de la sexualidad y consumo de sustancias psicoactivas, en conjunto con el área de psicología se diseñó una encuesta sobre este tema. Esta investigación se realizó vía electrónica y de respuesta anónima, y fue contestada por 305 estudiantes. A partir de la información hallada, se realizó una serie de análisis y un marco descriptivo con miras a un proyecto de prevención y promoción de la salud mental y física, dando lugar al diseño de un programa de prevención y apoyo basado en una mirada interdisciplinaria, que será implementado en 2015 bajo la cátedra CESA o Self Leadership.

## ***Escuela de líderes***

A finales del mes de junio y principios de julio, por espacio de diez días, se llevó a cabo la Escuela de Líderes, que contó con la participación de 21 niños entre 7 y 13 años, todos ellos hijos de egresados, profesores y personal administrativo. Se realizaron visitas a importantes empresas de servicios y del sector real, tales como Fritolay, Algarra, Helados Popsy, Líder Productos Publicitarios y Escuela Taller de Bogotá.

Adicionalmente, en el 2014 se incorporó dentro del curso un programa de emprendimiento en el cual los niños, siguiendo la metodología del Canvas, desarrollaron por grupos una idea de negocio con ayuda de estudiantes del CLE (mentores). Estas fueron expuestas a los padres en una gran Feria de Emprendimiento al final del curso. Como complemento, se llevaron a cabo actividades al aire libre: excursiones a La Calera. Con la colaboración de los profesores del CESA se dictaron clases que reforzaron los conceptos en áreas como economía, mercadeo, producción y responsabilidad social.

## ***Curso de maquillaje***

Orientado a la población femenina del CESA, se organizó un curso de maquillaje y una tarde de spa. En esta, la compañía Percos S.A. llevó dos de sus maquilladoras profesionales, quienes dieron a las interesadas un curso de maquillaje, cuidado de la

piel y algunos consejos de belleza. Como complemento a la actividad, cada una de las 22 estudiantes fue maquillada y se le regaló muestras de productos, todo dentro de un ambiente de relajación y en compañía de sus compañeras y amigas.

## ***Entrega de cuadernos y regalos***

Durante el año se repartieron 1.200 cuadernos, 600 en cada semestre, a los estudiantes de pregrado. En estos cuadernos se reforzaron temas de interés para los estudiantes como visión, misión y valores del CESA. Así mismo, se les incluyó el cronograma académico y se aprovechó para resaltar los eventos de conmemoración de los 40 años del CESA. Adicionalmente, para celebrar el Día del Amor y la Amistad, se entregó a los estudiantes 1.550 cupcakes con el propósito de reforzar y resaltar los vínculos de amistad y valores de pertenencia.

# **Asesoría psicológica**

## ***Atención a estudiantes***

Durante el 2014 se atendió a los estudiantes de primer semestre que vienen de fuera de Bogotá. El trabajo con este grupo se fundamentó en el seguimiento de proceso de adaptación al medio universitario, así como en la nueva forma de vida lejos de su hogar. Con el propósito de conocer a los nuevos estudiantes, se hizo un trabajo de seguimiento a la mayoría de los de primer semestre, con miras a detectar las fortalezas y falencias en los procesos de adaptación, y buscando también perfiles comunes según el colegio de origen. Adicionalmente, se atendieron varios casos asociados a duelos puntuales, respecto a los cuales los estudiantes buscaron espontáneamente el apoyo de la consejería. Estos duelos fueron primordialmente asociados a muertes en el contexto familiar, rupturas de pareja, cambios en la vida y divorcio de los padres.

A lo largo del año se abordaron algunos casos puntuales de consumo de alcohol y sustancias psicoactivas. Así mismo, se atendieron varios casos en relación a la

ansiedad asociada a la situación de examen de evaluación, de exposiciones orales y de dificultad para identificar los puntos de estancamiento en el proceso de aprendizaje. Adicionalmente, se realizó un seguimiento exhaustivo de los estudiantes en prueba y, dentro de un análisis conjunto de cada proceso académico, se exploró el concomitante emocional, afectivo y familiar de cada uno de ellos en la situación de prueba. Según las necesidades, se trabajó en conjunto con algunos profesores que expresaron su inquietud sobre ciertos estudiantes no solo en relación a su desempeño académico sino también a posibles factores emocionales que inciden en el mismo.

Finalmente, se atendió, en el cuerpo administrativo, a personas interesadas en tener un apoyo psicológico en diferentes aspectos de su vida laboral, personal y emocional.

## Proyectos especiales

Se adelantó un trabajo de Bench Marketing extensivo con diferentes universidades para conocer sus programas de bienestar estudiantil y asesoría psicológica, y de esta forma implementar y diseñar los programas de bienestar estudiantil acordes a las necesidades del CESA.

## Comunicaciones y página web

En los últimos 20 meses, Bienestar Estudiantil y Asesoría Psicológica han diseñado e implementado el proyecto de una nueva página web para su área. Esta página web, con sus propiedades interactivas, comunicativas y de actualización, permitirá a los estudiantes conocer los servicios y noticias más importantes tanto culturales y deportivas, como emocionales. Esta página provee a los estudiantes una herramienta de información y de apoyo que antes desconocían pero cuya necesidad era evidente. Además de esto, cuenta con un blog a través del cual se abrirá la posibilidad de argumentar sobre temas coyunturales de trascendencia psicosocial.

## Apoyo a estudiantes con estudios en el exterior

Se realizó un trabajo de empalme con el área de Relaciones Internacionales con miras a darle apoyo desde el punto de vista psicológico tanto a los estudiantes que viajan al exterior como a los que vienen del exterior, y los que se encuentran en el exterior vía skype.

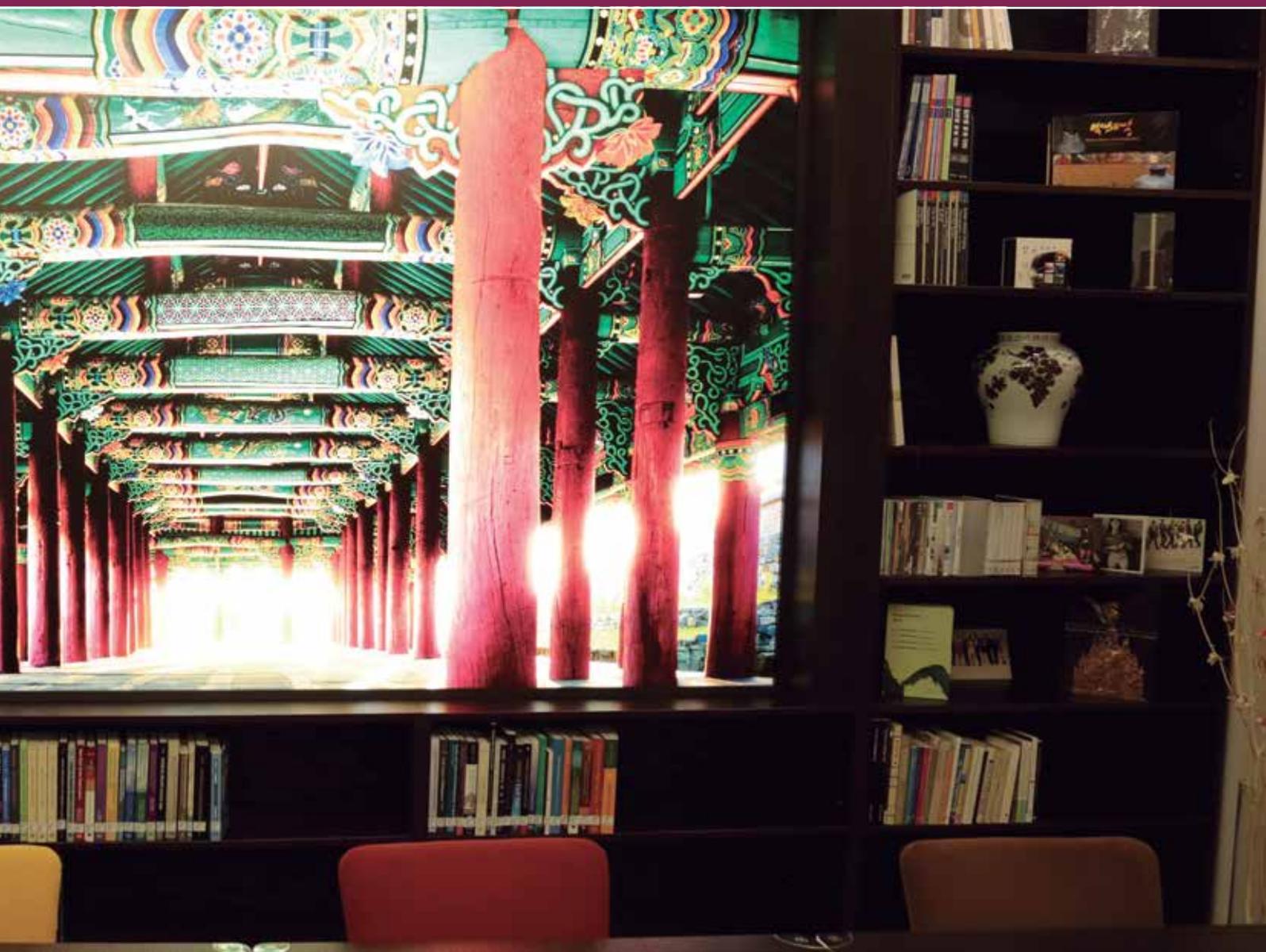


# Internacionalización

2



|   |    |
|---|----|
| Relaciones internacionales.....                     | 64 |
| Avances en el proceso de internacionalización.....  | 65 |
| BUSCA (Center for Business Communication Arts)..... | 76 |
| Cursos de idiomas extranjeros.....                  | 77 |
| Centro de apoyo.....                                | 78 |



# Relaciones Internacionales

En un mundo globalizado se ha vuelto cada vez más evidente la interdependencia de las economías y la alta competencia y movilidad de trabajo en el mercado laboral, lo que ha generado importantes desafíos para la formación de capital humano en los países. Las Instituciones de Educación Superior (IES) como el CESA tienen un papel muy importante en formar líderes y profesionales para dotarlos con las competencias y conocimientos que les permitan generar valor agregado, asumir retos, tomar decisiones y responder a los nuevos desafíos impuestos por un entorno internacional competitivo y cambiante.

El informe de Gestión de la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) del CESA consta de dos partes. La primera hace referencia al plan de internacionalización, en donde se describen los ejes principales a trabajar en los próximos años. La segunda parte contiene un resumen de los avances que ha tenido el CESA en materia de internacionalización en el año 2014. En esta misma sección se enumeran los acuerdos internacionales vigentes, los nuevos acuerdos firmados, y los que están en proceso de negociación.

Así mismo, se hace una presentación de las estadísticas de movilidad, tanto de los estudiantes del CESA que se encuentran en intercambio y doble titulación en universidades extranjeras, como de los estudiantes internacionales que están en el CESA durante el año 2014. Hay una sección breve en donde se menciona a los profesores o expertos internacionales que han venido al CESA para dictar conferencias.

# Avances en el proceso de internacionalización

Como eje principal de la estrategia de internacionalización, la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) ha implementado acciones para fortalecer lazos con universidades socias. Así mismo, se han establecido contactos en países donde no existen convenios con universidades para establecer alianzas y comenzar a promover intercambio de estudiantes. En los últimos años, la ORI ha logrado consolidar la implementación de los convenios vigentes y ha negociado nuevos convenios, de manera que ha incrementado el número de destinos a nivel internacional para la movilidad académica de los estudiantes del CESA. Durante el 2014 la ORI trabajó fuertemente para consolidar el proceso de internacionalización y ha logrado avances en las siguientes áreas:

## Acuerdos internacionales del CESA

Como eje principal de la estrategia de internacionalización, la ORI ha implementado acciones para fortalecer lazos con universidades socias. Así mismo, se han establecido contactos en países donde no existen convenios con universidades para establecer alianzas y comenzar a enviar estudiantes. En el año 2014, la ORI logró consolidar la implementación de los convenios vigentes y negoció nuevos convenios. En total, hubo 39 convenios vigentes al finalizar el año de 2014, lo que representa un crecimiento importante frente a los 33 convenios vigentes en el 2013.

**TABLA 10.** Convenios internacionales

| Universidad   | Tipo de acuerdo  | País      |
|---|--|-----------|
| Griffith University (GU)  | Acuerdo de doble titulación  | Australia |
| Vesalius College  | Acuerdo de semestre en el extranjero / intercambio                               | Bélgica   |
| Sprott School of Business, Carleton University  | Memorando de entendimiento / Acuerdo de semestre de intercambio                  | Canadá    |
| Nova Scotia Community College   | Acuerdo de semestre de intercambio   | Canadá    |
| University of Alberta   | Acuerdo de semestre de intercambio   | Canadá    |
| Copenhagen Business Academy   | Acuerdo de semestre de intercambio   | Dinamarca |
| Universidad Internacional del SEK   | Acuerdo marco  | Ecuador   |
| IESEG School of Management  | Acuerdo de doble titulación  | Francia   |
| NEOMA Business School (formerly Rouen Business School)  | Acuerdo de doble titulación  | Francia   |
| École Supérieure du Commerce Extérieur (ESCE)   | Memorando de colaboración para semestre de intercambio                           | Francia   |
| Zeppelin University   | Acuerdo de semestre de intercambio y doble titulación                            | Alemania  |
| The Interdisciplinary Center Herzliya (IDC Herzliya)  | Acuerdo de intercambio y cooperación   | Israel    |
| Kansai Gaidai University  | Acuerdo especial (los estudiantes del CESA estudian estudios asiáticos)          | Japón     |
| Kyung Hee University  | Acuerdo de semestre en el extranjero   | Corea     |
| Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM - Campus Monterrey)                  | Acuerdo de semestre en el extranjero (acuerdo de cooperación interinstitucional) | México    |
| Facultad de Economía, Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango (FECA) | Acuerdo de cooperación/ Intercambio  | México    |
| The Hague University of Applied Science The Netherlands   | Acuerdo de intercambio para estudiantes y profesores                             | Holanda   |
| Universidad Americana de Paraguay   | Acuerdo de semestre en el extranjero   | Paraguay  |
| Porto Business School   | Memorando de colaboración  | Portugal  |
| Universidad Francisco Vitoria   | Acuerdo de doble titulación / Intercambio para estudiantes y profesores          | España    |

| Universidad  | Tipo de acuerdo  | País                          |
|--|--|-------------------------------|
| Escuela Europea de Dirección y Empresa (EUDE)        | Acuerdo marco que incluye doble titulación   | España                        |
| Escuela Superior de Estudios Internacionales (ESEI)  | Acuerdo de intercambio para estudiantes y profesores                                     | España                        |
| ESIC Business and Marketing School                   | Acuerdo de intercambio para estudiantes  | España                        |
| Instituto de Estudios Bursátiles (IEB)               | Acuerdo marco  | España                        |
| EAE Business School                                  | Acuerdo de intercambio para estudiantes  | España                        |
| EADA Business School                                 | Acuerdo de cooperación - Programas de verano   | España                        |
| European University                                  | Acuerdo de doble titulación y acuerdo de intercambio para estudiantes en los tres campus | España, Suiza, Alemania       |
| Istanbul Kültür University                           | Memorando de entendimiento   | Turquía                       |
| University of New Castle Upon Tyne (NU)              | Acuerdo de semestre en el extranjero   | Reino Unido                   |
| American University                                  | Memorando de entendimiento   | Estados Unidos                |
| Whitman School of Management, Syracuse University    | Memorando de entendimiento   | Estados Unidos                |
| University of Pennsylvania English Language Programs | Acuerdo para programas de inglés   | Estados Unidos                |
| California State University Fullerton                | Memorando de entendimiento/ Acuerdo de semestre en el extranjero                         | Estados Unidos                |
| George Washington University                         | Memorando de entendimiento   | Estados Unidos                |
| Duke University                                      | Memorando de entendimiento   | Estados Unidos                |
| University of North Alabama                          | Acuerdo de semestre en el extranjero   | Estados Unidos                |
| Universidad del Sagrado Corazón                      | Acuerdo de intercambio   | Estados Unidos- Puerto Rico   |
| Università Cattolica del Sacro Cuore                 | Memorando de entendimiento / Acuerdo de semestre en el extranjero                        | Italia                        |
| Banco Santander S.A.,                                | Becas iberoamérica, estudiantes de grado   | Universidades Iberoamericanas |
| Heart For Change and Partners of the Americas        | Prácticas/ voluntariado  | Colombia y Estados Unidos     |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Oficina de Relaciones Internacionales, 2014.

## Nuevos convenios

Durante el año del 2014 se realizaron acercamientos importantes con varias universidades para fortalecer lazos y renegociar convenios buscando mayores beneficios para nuestra comunidad. Nuevos convenios se firmaron creando nuevos destinos y oportunidades de estudios para nuestros estudiantes, con exención o importantes descuentos en la matrícula. Esto incluye George Washington University (*summer programs*), Duke University The Fuqua School of Business (MOU), University of North Alabama (*Exchange and Semester Abroad Agreement*) en Estados Unidos, Universidad del sagrado Corazón en Puerto Rico, Università Cattolica del Sacro Cuore en Italia (*Student Exchange Agreement* y a punto de firmar *Double Degree Agreement*), y Zeppelin University en Alemania (*doblé Degree Agreement*).

Así mismo, se gestionaron nuevas oportunidades de becas con el Banco Santander Universia, afianzando nuestro compromiso de expandir el acceso para los estudiantes de estudiar en el exterior con ayudas financieras.

En otra esfera, el CESA firmó un convenio con una entidad sin ánimo de lucro (Heart for Change y Partners of the Americas) para generar oportunidades de voluntariados tanto en Colombia como en el exterior para nuestros estudiantes y atraer estudiantes internacionales al CESA a través de estas dos instituciones.

## Nuevas becas para estudiantes del CESA

Una de las barreras para los estudios en el exterior es la parte financiera. A través de la gestión de la ORI, se lograron becas parciales en la matrícula y/o sostenimiento con varias universidades. Hasta la fecha, la ORI ha logrado la consecución de Becas Emerging Leaders of the Americas Program (ELAP) del Gobierno Canadiense, con doce estudiantes del CESA beneficiados de esta beca, equivalente a CAD\$7,500 dólares canadienses cada uno, para un total de CAD\$90,000. Así mismo, Becas

Iberoamérica, Santander Universidades- CESA, de €30,000 para diez estudiantes durante 2013 y 2014; becas totales o parciales en las diferentes universidades en convenio; hasta 95% de beca en la matrícula del CESA para los estudiantes que salen de intercambio en el exterior; y convenios de becas parciales para egresados del CESA en prestigiosas escuelas de negocios.

## Asesoría académica

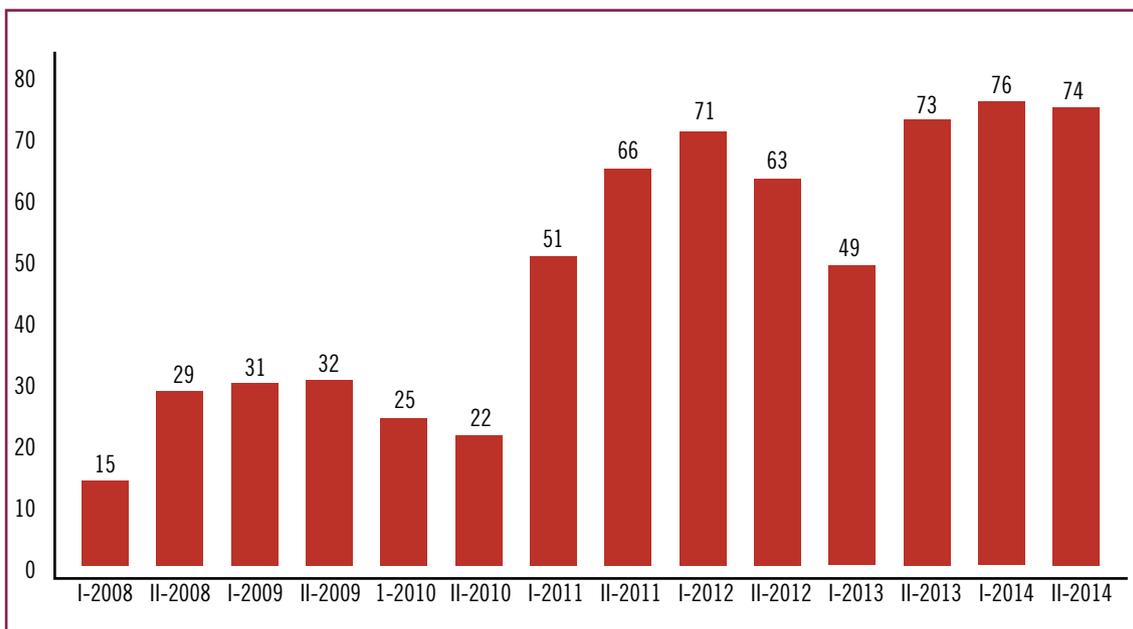
La ORI brindó asesoría académica sobre oportunidades de estudios en el exterior (semestre por fuera o doble titulación) a través de aproximadamente diez charlas informativas semestrales durante 2014. Esta actividad fue clave para incrementar el número de estudiantes con planes para estudiar o hacer prácticas en el exterior. En el 2014 se vio la consolidación del número de estudiantes del CESA fuera del país, dado que ha sido el año con mayor cifra de intercambios hasta ahora.

## Estadísticas sobre estudiantes del CESA en intercambio y estudiantes internacionales en el CESA

Como resultado del esfuerzo para fortalecer las relaciones con universidades en convenio con el CESA y promover nuestra institución como destino de estudiantes internacionales, en los últimos semestres se observa un crecimiento importante tanto en el número de estudiantes del CESA en intercambio y prácticas en el exterior como en el número de estudiantes internacionales provenientes de diferentes países y universidades en convenio con el CESA. En los gráficos de abajo se observa un mayor incremento en la movilidad de estudiantes del CESA al exterior en programas de intercambio por un semestre y de doble titulación; de 16 estudiantes en el primer

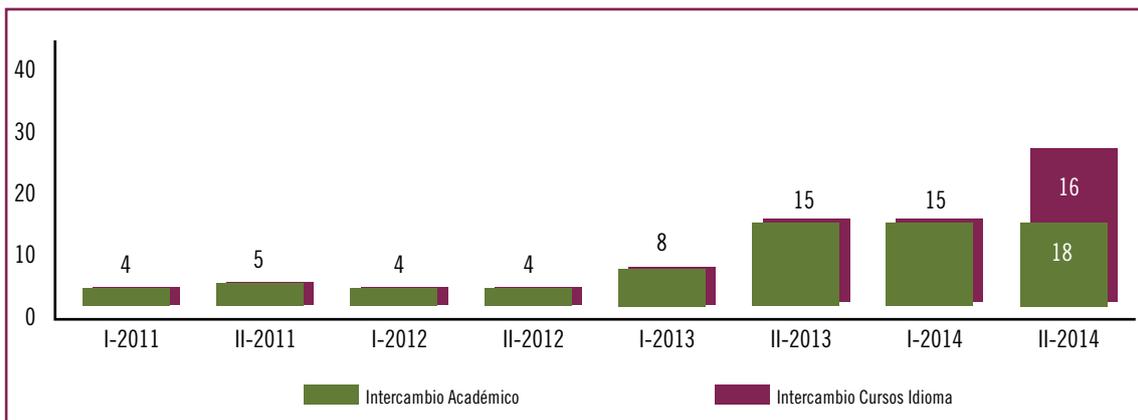
semestre de 2008, se pasó a 74 estudiantes en el segundo semestre de 2014, lo que representa un significativo aumento en casi cinco veces. Así mismo, se registró un robusto crecimiento en el número de estudiantes internacionales; de cuatro estudiantes en el primer semestre del 2011 a 34 estudiantes (18 en intercambio y 16 en curso de español para extranjeros) durante el segundo semestre de 2014.

**GRÁFICA 5.** Estudiantes del CESA en intercambio y prácticas en el exterior 2008-2014



**FUENTE:** CESA, Boletín Estadístico, Elaboración propia Oficina de Relaciones Internacionales, 2014.

**GRÁFICA 6.** Estudiantes internacionales en el CESA 2011-2014



**FUENTE:** CESA, Boletín Estadístico, Elaboración propia Oficina de Relaciones Internacionales, 2014.

## Pre-departure orientation

Se realizaron charlas a los estudiantes que se van de intercambio para dar información de los aspectos claves a tener en cuenta antes de viajar. Con estas charlas se espera que su experiencia en el exterior sea más productiva. Así mismo, y para prepararlos mejor para su intercambio, cada uno de los estudiantes tuvo una cita de consejería con la psicóloga del CESA.

## Promoción de bilingüismo en el CESA

CESA ha trabajado fuertemente en fortalecer el bilingüismo a través de los esfuerzos de la Dirección del Pregrado para aumentar el número de cursos dictados en inglés y contratar más profesores extranjeros. Esto en conjunto con las estrategias implementadas por BUSCA para reforzar las competencias de comunicación escrita y oral en inglés de los estudiantes ofreciendo más opciones tanto de cursos obligatorios como electivos.

## Estudiantes internacionales en el CESA

Se brindó asesoría y servicio de información para los estudiantes internacionales que querían solicitar admisión al CESA. Para incrementar el número de estudiantes internacionales y la diversidad cultural en el CESA, la ORI está continuando con el esfuerzo de promover el CESA como destino para estudiantes internacionales. Como resultado del trabajo cercano con las universidades del exterior, hay un creciente interés por parte de estas universidades de enviar estudiantes al CESA. Se espera que durante el 2015 el CESA tenga un mayor número de estudiantes internacionales, con lo cual se espera llegar a los 30 semestralmente.

## **Profesores y expertos internacionales visitantes dictando varias conferencias o seminarios en el CESA**

Por gestión de varias dependencias en el CESA y de la ORI, han venido varios profesores internacionales para dictar seminarios/conferencias para la comunidad del CESA. Tanto el pregrado como los programas de maestría contaron con varios profesores internacionales para dictar cursos a su población de estudiantes. El año 2014 fue muy concurrido en términos de visitas internacionales por parte de profesores y expertos en diferentes temáticas. Para mencionar algunos profesores que ofrecieron conferencias o seminarios en el CESA durante el año 2014, encontramos a: Stephanie Nau y Mark Mietzner (Zeppelin University en Alemania); Stephen Murdoch, Antonio Giangreco y Antonio Giangreco (IESEG School of Management en Francia); Lluís Aranzanz (EAE Business School en España); y Wonho KIM (Universidad de Hankuk en Corea del Sur), entre otros.

### ***Reuniones en conferencias internacionales y visita al CESA de representantes de varias universidades e instituciones de educación superior***

Durante el último año el CESA tuvo la visita de algunos representantes de universidades extranjeras para estrechar relaciones y conocer más de cerca el proceso de internacionalización del CESA, así como para ofrecer charlas informativas acerca de su institución y sus programas. Tuvimos representantes de universidades de dis-

tintos países, como UCSC de Italia; Hult Business School, con sedes en diferentes países; IESEG School of Management y NEOMA Business School, en Francia; Wilfrid Laurier University, NSCC, Canadian Bureau for International Education, University of Alberta, en Canadá; Sydney University, en Australia; Partners of the America, Northeastern University, George Washington University, California State University Fullerton, University of North Alabama, University of Illinois, en Estados Unidos; Universidad Francisco Vittoria, EADA, EAE, European University y ESIC Business School, de España; Zeppelin University, en Alemania; University of Bradford, en el Reino Unido; The Hague University of Applied Sciences, en Holanda; University of Stellenbosch en Sudáfrica; Copenhagen Business Academy, de Dinamarca; y Istanbul Kultur University, de Turquía.

El CESA se ha consolidado como destino de visitas de varias delegaciones tanto de universidades como de instituciones bilaterales. Este mismo año, el CESA recibió una delegación de estudiantes de posgrado (MBA) de varias universidades prestigiosas como Wilfrid Laurier University y HEC Montreal, de Canadá; y Northeastern University de Estados Unidos.

## ***Contacto con instituciones encargadas de educación superior y con instituciones bilaterales - embajadas en Colombia***

Durante todo el año la ORI se ha reunido o ha participado en reuniones con British Council, Australian Trade Commission y con la Embajada de Estados Unidos, y ha divulgado algunas convocatorias de becas o estancias de investigación del DAAD. La Rectoría del CESA también ha organizado reuniones con la Cámara Colombo China y con la Embajada de Corea y Korea Foundation.

## **Ponencias e investigación de profesores del CESA al exterior**

Algunos profesores del CESA fueron invitados por universidades en el exterior para dictar clases/seminarios, colaborar en investigaciones o presentar ponencias.

## **Internacionalización de profesores**

La ORI ha brindado apoyo al proceso de selección de profesores internacionales. Durante 2014, apoyó el proceso para definir y promover para la convocatoria internacional liderada por el Director de Investigación. La ORI también ha negociado convenios de becas parciales para programas de posgrado y programas de idiomas en el exterior para los profesores del CESA.

## **Divulgación de convocatoria internacional para la comunidad del CESA**

Durante el año 2014, la ORI divulgó competencias o convocatorias internacionales para que nuestros estudiantes se animaran a participar, como por ejemplo Becas Botín, becas UNIVERSIA, becas de la Embajada de Corea, del DAAD y otras convocatorias.

## Presencia en conferencias internacionales sobre educación internacional

A través de la membresía a NAFSA y EAIE, la ORI ha participado en algunas conferencias internacionales, y como resultado ha conseguido nuevos contactos para nuevos acuerdos internacionales con universidades en diferentes partes del mundo. De la misma forma, en estos eventos la ORI ha tenido la oportunidad de reunirse con representantes de las universidades socias para fortalecer lazos.

## Promoción de varios eventos y ferias a través de papernet

Varias actividades/ferias internacionales que promueven estudios en el exterior a nivel de pregrado y posgrado fueron divulgadas a la comunidad a través de papernet del CESA.



# BUSCA (Center for Business Communication Arts)

El informe del Center for Business Communication Arts (BUSCA) del CESA hace referencia a las actividades que se desarrollan en el área dentro de la internacionalización y el plan de la Dirección de Pregrado.

El 2014 fue el año en que BUSCA tomó más forma debido a que el sistema de registro obligó a los estudiantes a matricular cada semestre las clases correspondientes a Advanced Public Speaking, Intercultural Communication y Corporate Communication.

El área siguió con un incremento notable para el 2014. Entre los primeros semestres el número de estudiantes incrementó casi cuatro veces, y entre los segundos semestres el número de estudiantes se más que duplicó. Para el próximo semestre se anticipa que los requisitos I y II se mantendrán números estables con un incremento en el requisito III.

**TABLA 11.** Estudiantes 2014

|         | Requisito I | Requisito II | Requisito III | Total |
|---------|-------------|--------------|---------------|-------|
| 2014-I  | 174         | 78           | 43            | 295   |
| 2014-II | 181         | 146          | 47            | 374   |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia BUSCA, 2014.

## Cursos de idiomas extranjeros

La estructura de las clases se mantuvo: clases presenciales de 1.5 horas, y 1.5 horas virtuales con Rosetta Stone. Los estudiantes también tuvieron más opciones para usar la plataforma en smartphone o tablet en vez de computador.

Para el 2014 tuvimos menos estudiantes registrados en las clases de idiomas extranjeros. El número de estudiantes en total bajó 17% del primer semestre de 2013 al primer semestre de 2014. Del segundo semestre de 2013 al segundo semestre de 2014, el número bajó por 32%.

**TABLA 12.** Estudiantes en idiomas extranjeros 2014

|                         | 2014-I | 2014-II | 2013-I | 2013-II | 2013-I vs 2014-I | 2013-II vs 2014-II |
|-------------------------|--------|---------|--------|---------|------------------|--------------------|
| <b>Francés</b>          | 23     | 19      | 26     | 28      | -12%             | -32%               |
| <b>Portugués</b>        | 14     | 13      | 26     | 16      | -46%             | -19%               |
| <b>Mandarín</b>         | 6      | 2       | 0      | 6       | 0%               | -67%               |
| <b>Subtotal idiomas</b> | 43     | 34      | 52     | 50      | -17%             | -32%               |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia BUSCA, 2014.

Debido a la disminución en la participación en estas clases, se hizo una encuesta a 190 estudiantes para analizar si estábamos ofreciendo los idiomas extranjeros que querían los alumnos. Los resultados mostraron que casi 69% de los estudiantes preferían los idiomas de la oferta actual, y de los casi 31% de los estudiantes que dijeron lo contrario; un casi 53% escogió alemán.

## Centro de apoyo

Durante el 2014 hubo un cambio en la demanda para la preparación y consejería de TOEFL para pregrado y el MBA. Durante los dos semestres recibimos 28 aspirantes que necesitaban practicar, entrevistar, tomar el examen oficial o una comunicación oficial con Carleton. Para el pregrado seguimos recibiendo estudiantes que

necesitaban practicar para el examen durante la semana y los sábados. Adicional al apoyo que se le ofrece a los estudiantes, abrimos cursos cortos para la preparación del TOEFL durante junio y diciembre. Las clases tuvieron una intensidad de 15 horas.

Junto con la Oficina de Relaciones Internacionales se realizaron exámenes internos y preparación de TOEFL para más de 150 estudiantes.

BUSCA también aplicó más de 200 exámenes de inglés a aspirantes de la Especialización de Marketing durante el año. Se clasificaron los puntajes obtenidos en los exámenes en los niveles de CEFR (Common European Framework of Reference) con su correlación al rango de TOEFL para ayudar a la Dirección de Posgrados en Marketing en su proceso de selección.



# Calidad Académica

3



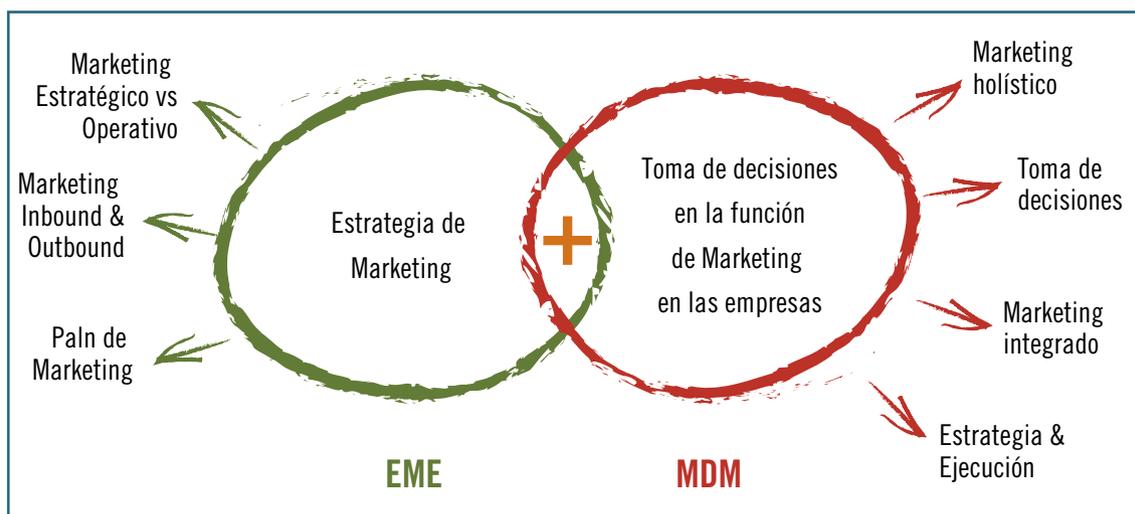
|  |     |  |     |
|--|-----|--|-----|
| Posgrados en Marketing .....                   | 82  |  |     |
| Posgrados en Finanzas .....                    | 99  | CESA - Sprott School of Business .....                 | 108 |
| Especialización en Finanzas Corporativas ..... | 99  | Investigación .....                                    | 112 |
| Maestría en Finanzas Corporativas .....        | 105 | Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – |     |
| Maestría en Administración MBA .....           | 108 | CEGLI .....  | 116 |



# Posgrados en Marketing

El objetivo es consolidar y mantener la filosofía institucional del CESA sustentada en la inclusión de contenidos a la vanguardia académica, la participación de profesores vinculados al sector empresarial nacional e internacional y la aplicación de una metodología con un alto componente práctico aplicado al entorno colombiano. Hay una necesidad inminente de mejorar la reputación de los profesionales de marketing en las organizaciones. Los directores de marketing deben hoy desarrollar nuevas destrezas ante la variedad de modelos de negocio, la complejidad de los mercados, la amplia gama de medios de comunicación, los cambios permanentes de los patrones de consumo y la agresiva competencia. Sumado a todo lo anterior, también deben enfrentarse a las altas expectativas de sus jefes y exponerse a la opinión sobre lo que se debe hacer o no en términos de marketing. Las empresas requieren de directores de marketing que impulsen los ingresos y mejoren la rentabilidad del negocio. De acuerdo con lo anterior, el conocimiento del lenguaje financiero, administrativo y de emprendimiento se está constituyendo en un requisito al elegir un director de marketing en una compañía. Este perfil de directores de marketing es el que formamos en nuestros posgrados de marketing del CESA.

**GRÁFICA 7.** Objeto de estudio de los posgrados en marketing



**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Posgrados en Marketing, 2014.

La formación en posgrados se ha convertido en una prioridad de las políticas públicas en Colombia. La alta deserción, la falta de presupuesto y el desinterés son tres factores que influyen en la decisión de aplicar a un programa de posgrado. Frente a esta situación, la Dirección de Posgrados de Marketing durante el 2014 se propuso ofrecer una educación pertinente y contextualizada que generara gran valor a sus estudiantes. Estas acciones se vieron reflejadas en positivos resultados: a) una tasa de deserción cercana a cero, b) el aumento de aspirantes a los programas, y c) el compromiso del graduado en actividades académicas en el CESA.

## Valor extraordinario en el currículo de los posgrados en marketing

En el 2014 se crearon dos nuevos programas que tienen como propósito enriquecer el proyecto de vida universitario de los estudiantes de los posgrados. El primer programa se denomina Marketing sin fronteras, y consiste en el desarrollo de una agenda de visitas empresariales en un destino internacional. El segundo programa se definió como Marketing Jobs, el cual es una unidad de orientación laboral para nuestros alumnos.

### *Marketing sin fronteras: programa de visitas empresariales internacionales*

La Dirección de Posgrados en Marketing lanzó el programa de visitas empresariales internacionales dirigido a estudiantes, profesores y egresados de la Especialización en Mercadeo Estratégico y de la Maestría en Dirección de Marketing del CESA. El programa fue realizado en Chile la primera semana de junio, con la participación de 14 profesionales de diferentes sectores productivos. Los propósitos del recorrido empresarial fueron:

1. Apropiar conocimientos sobre la realidad empresarial en el contexto internacional.
2. Entender el desarrollo de las mejores prácticas en emprendimiento y marketing en economías en crecimiento.
3. Conocer los factores culturales, económicos y productivos que influyen en el desarrollo empresarial de un país.
4. Complementar su formación académica con experiencias empresariales internacionales.
5. Desarrollar el pensamiento crítico e innovador a través de los modelos de negocios en un contexto global.
6. Comprender que el marketing requiere de una visión holística e integrada de los modelos de negocio internacionales.

Se eligió como destino Chile por ser un país ejemplo en Latinoamérica. Es el líder en desarrollo y refleja los avances del país en democracia, economía y gestión. La calidad de vida, el desarrollo empresarial y el aporte intelectual de Chile es de fundamental interés para los profesionales en marketing.

**FOTOGRAFÍA 1.** Visita a Sodimac, Chile



**FUENTE:** CESA, Archivo Dirección Posgrados en Marketing, 2014.

El programa de visitas tuvo dos componentes: un recorrido empresarial y una agenda académica en la Universidad Mayor de Chile, donde los alumnos participaron en el Seminario de Liderazgo y Comunicación impartido por nuestro profesor internacional Manuel Tessi.

Se realizaron las siguientes visitas empresariales:

- Sodimac
- Prisa Depot
- Forex Chile
- Unilever Chile
- Embajada de Colombia en Chile
- CMPC Chile
- La Fábrica de la Felicidad de Coca-Cola Company
- LAN Chile
- Viña Undurraga

Grandes lecciones empresariales generaron impresiones profesionales y personales en el grupo que participó en el programa de visitas empresariales internacionales.

**FOTOGRAFÍA 2** Visita a Unilever Chile



**FUENTE:** CESA, Archivo Dirección Posgrados en Marketing, 2014.

*“Chile tiene un magnetismo mágico que aúna diferentes culturas, idiosincrasias, maneras de pensar. Santiago respira poesía y arte que irremisiblemente un vino decanta para impregnar el embeleso de la ciudad. Las visitas las disfruté todas y cada una. El hecho de aprender de logística, emprendimiento, e-commerce y consumo masivo enriquece mucho la labor del marketing y le da una visión holística. Lo mejor de todo fue la conexión con el grupo, logramos generar, más que networking, unos vínculos estrechos con las personas que compartimos la agenda. ¡¡¡Muchas gracias a todos y al CESA por esta gran oportunidad!!!”.*

*Oscar Darío Salazar*

*Jefe Comercial de Caracol Unidad de Medios  
Estudiante de Maestría en Dirección de Marketing*

**FOTOGRAFÍA 3.** Visita a CMPC Chile



**FUENTE:** CESA, Archivo Dirección Posgrados en Marketing, 2014.

*“Para mí la visita tuvo varios matices. Desde el punto de vista empresarial puedo decir que existió la combinación perfecta entre empresas entre servicios, industrial y consumo masivo. Cada una aportó al entendimiento sus diferentes modelos de negocio. El segundo matiz es el cultural, en donde conocimos un Chile diferente al que yo había visto en otros lados. El último matiz es el turístico, un país en el que en menos de tres horas se pueda pasar de playa a nieve es algo invaluable. Muchas gracias y las felicito por la iniciativa, Lina y Concepción, creo que fue un éxito”.*

*Armando Rey González*

*Brand Manager audio & home appliances en Panasonic Colombia*

*Estudiante de Maestría en Dirección de Marketing*

**FOTOGRAFÍA 4.** Visita a Coca-Cola Chile



**FUENTE:** CESA, Archivo Dirección Posgrados en Marketing, 2014.

*“Chile sin duda fue una gran sorpresa, no solo por su desarrollo, impecable arquitectura o arte en las calles. Su cercanía cultural y el 40% de inversión digital que fue transversal en diferentes empresas demuestra que Latinoamérica está evolucionando a pasos agigantados empresarial, digital y en términos de e-bussines. Una conciencia emprendedora y muchas lecciones de vida rodearon esta mágica semana. Un país desarrollado, vías estructuradas, todo por hacer en marketing digital y servicio al cliente. Este lugar hizo, para mí, honor a su slogan de marca país: Chile Sorprende”.*

*Paula Andrea Gaviria  
VP de activación de marcas, PRAGMA  
Profesora en Especialización en Mercadeo Estratégico*

## ***Marketing Jobs***

Las empresas reconocen el potencial que tienen nuestros alumnos y egresados. Por este motivo, y dadas las necesidades de crecimiento profesional de nuestros estudiantes, se ofrece la Unidad de Orientación Laboral Marketing Jobs, dirigida exclusivamente a estudiantes de los posgrados en marketing. Durante el 2014 se atendió un promedio de 40 estudiantes. La Dirección de Bienestar y la Dirección de Posgrados en Marketing conforman el equipo que orienta a los estudiantes en su desarrollo profesional.

Marketing Jobs tiene los siguientes propósitos:

1. Divulgar ofertas laborales de interés para nuestros alumnos.
2. Colaborar con las empresas para cubrir ofertas de empleo.
3. Apoyar al estudiante frente a sus inquietudes laborales.
4. Convocar voluntarios interesados en hacer parte de la Unidad de Orientación Laboral. Es un espacio para escuchar y orientar al estudiante frente a sus inquietudes laborales.

## **Maestría en Dirección de Marketing MDM**

La Maestría en Dirección de Marketing es un programa diseñado para que el alumno adquiriera conocimientos que le permitan definir estrategias competitivas y planes de acción referentes a la función de marketing a partir de una experiencia internacional.

El programa de maestría busca desarrollar competencias técnicas, estratégicas y personales a profesionales innovadores, con una amplia visión de la empresa, y capaces de afrontar los retos necesarios para la gestión de marketing de hoy. En Colombia no existe un programa de maestría con igual denominación a la ofrecida por el CESA. La mayoría de los programas registrados en el Ministerio de Educación en Colombia comparten denominaciones comunes de maestrías en mercadeo.

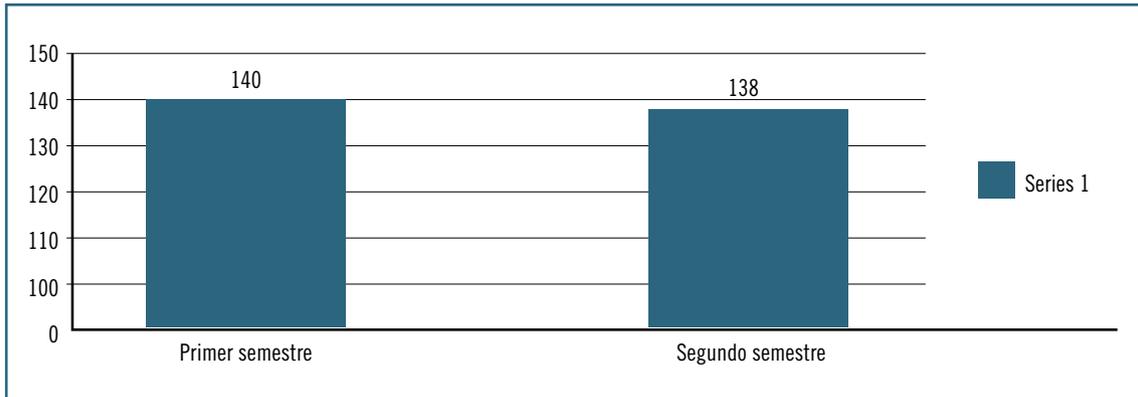
El objeto de estudio de la Maestría en Dirección de Marketing se orienta a la toma de decisiones en la función de marketing de las empresas, muy distinto a las demás maestrías, que se focalizan en el conocimiento del consumidor. Un elemento diferenciador que queremos potencializar en los profesionales es formar directores de marketing que integren conocimientos de diferentes disciplinas como finanzas, economía y la administración, con el propósito de articular sus acciones con otras áreas funcionales de la empresa. Cada semestre se abre convocatoria para inscribirse al programa y se ejecuta el proceso de admisión, como se evidencia en la tabla 13:

**TABLA 13.** Resultados del proceso de inscripción para la Maestría en Dirección de Marketing 2014

|   | 2014-I     | 2014-II     |
|---|------------|-------------|
| Aspirantes - nuevos estudiantes         | 42         | 22          |
| Aspirantes – egresados                  | 9          | 3           |
| Entrevista                              | 51         | 23          |
| Estudiantes aceptados – nuevos          | 29         | 20          |
| Estudiantes aceptados – egresados       | 9          | 3           |
| Total aceptados                         | 38         | 23          |
| Estudiantes matriculados                | 31         | 23          |
| <b>Alumnos admitidos/inscritos</b>      | <b>75%</b> | <b>100%</b> |
| <b>Alumnos matriculados / Admitidos</b> | <b>82%</b> | <b>100%</b> |

**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

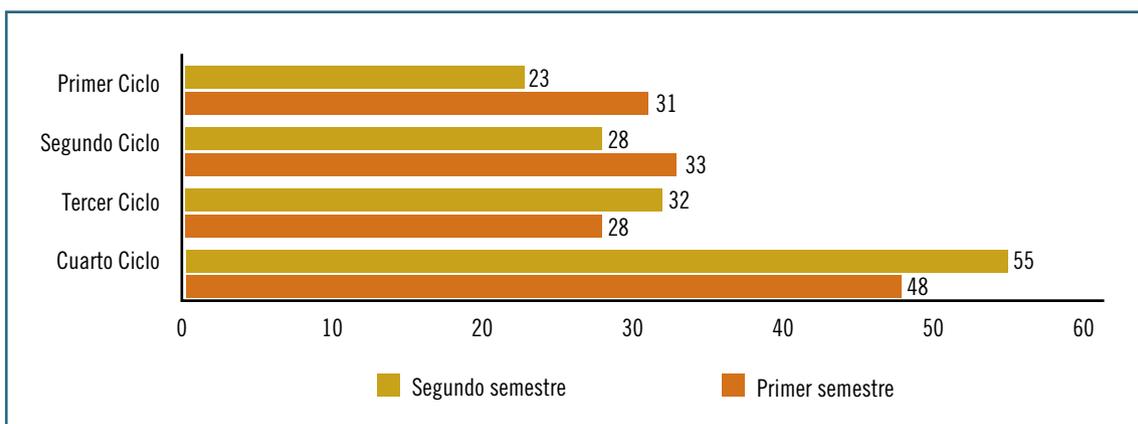
**GRÁFICA 8.** Población estudiantil en la Maestría de Dirección de Marketing 2014



**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

Para el 2014, el programa tuvo activos los cuatro ciclos académicos que lo componen:

**GRÁFICA 9.** Número de estudiantes por ciclo académico del programa de maestría 2014



**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

A septiembre de 2014, el programa de maestría tenía un total de 66 graduados.

El 2014 fue el segundo de año de la alianza académica establecida con ESIC. El trabajo institucional de la diada CESA-ESIC ha generado resultados positivos al combinar y compartir nuevas experiencias de aprendizaje. La metodología europea en la enseñanza del marketing promueve el desarrollo profesional orientado hacia mejores prácticas en las empresas, situación que se vio reflejada en la visita académica internacional en la sede de ESIC en Madrid.

**FOTOGRAFÍA 5.** Grupo de alumnos que conforman la segunda promoción con doble titulación CESA-ESIC



**FUENTE:** CESA, Archivo Dirección Posgrados en Marketing, 2014.

Los profesores del CESA representan un rol fundamental en el proceso de enseñanza-aprendizaje de nuestros alumnos. Son profesionales destacados en el entorno empresarial y referentes académicos en el ámbito internacional.

**TABLA 14.** Profesores internacionales visitantes 2014

| Profesor internacional | Tópico de marketing       |
|------------------------|---------------------------|
| Néstor Braidot         | Neuromarketing            |
| Manuel Tessi           | Comunicación Corporativa  |
| Hugo Brunetta          | CRM                       |
| Erwin Andía            | Las 4 P de Emprendimiento |

**FUENTE:** CESA, Archivo Dirección Posgrados en Marketing, 2014.

## Especialización en Mercadeo Estratégico EME

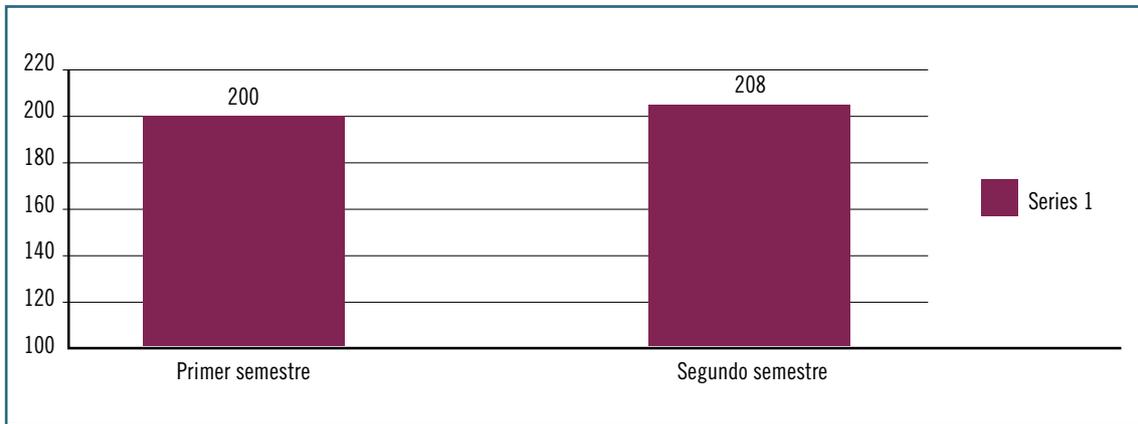
El especialista en mercadeo estratégico del CESA tiene un papel protagónico en la generación de valor para su empresa, a través de la formulación, gestión y articulación de las estrategias de marketing. Nuestros estudiantes y graduados están en capacidad de anticiparse e incluso dar forma a las preferencias de los clientes y consumidores, proponer estrategias y tácticas en comunicación, y comprender las dinámicas del mercadeo y de la competencia. Cada semestre se abre convocatoria para inscribirse al programa y se ejecuta el proceso de admisión, como se evidencia en la tabla a continuación

**TABLA 15.** Resultados del proceso de inscripción para la Especialización en Mercadeo Estratégico 2014

| Descripción                      | 2014-I | 2014-II |
|----------------------------------|--------|---------|
| Aspirantes                       | 120    | 103     |
| Entrevistas                      | 98     | 96      |
| Estudiantes aceptados            | 98     | 78      |
| Estudiantes matriculados         | 63     | 73      |
| Alumnos admitidos/inscritos      | 82%    | 76%     |
| Alumnos matriculados / Admitidos | 64%    | 94%     |

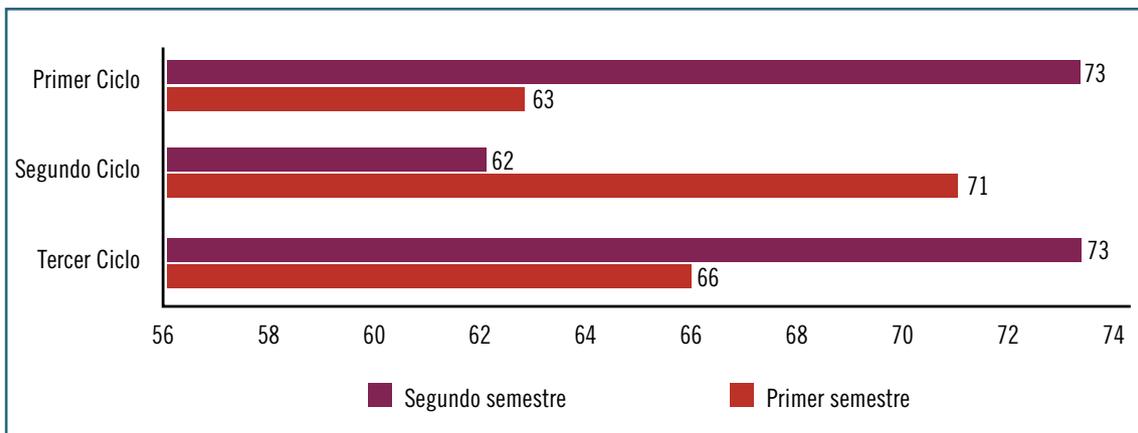
**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

**GRÁFICA 10.** Población estudiantil en la Especialización en Mercadeo Estratégico 2014



**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

**GRÁFICA 11.** Número de estudiantes por ciclo académico del programa de especialización 2014



**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

Cerrando el 2014, el programa de especialización tenía un total de 1815 graduados.

Cada semestre se realiza la prueba de producto, donde los estudiantes del Ciclo II de la Especialización en Mercadeo Estratégico compiten por el Premio de Innovación al Mercadeo. Los ganadores en el 2014 fueron:

- **BBQ2GO** es un BBQ portable, desechable y práctico. Está diseñado para el hogar en un formato pequeño y adaptable a los espacios. Para usarlo, solo se prende un papel mantequilla que enciende el carbón natural en segundos. Ángela María Buitrago, María Fernanda Sandino, Laura Andrea Marín, Valeria García y Daniel Muñoz se llevaron el primer lugar por su producto innovador y original.
- **KTOY** un sticker localizador de objetos que se sincroniza a una aplicación móvil. La aplicación muestra un mapa con la ubicación de los objetos, evitando perder tiempo y dando la tranquilidad de saber siempre en dónde están. Además, desde la aplicación se puede hacer que los stickers brillen, hagan ruido o vibren. Patricia Berón Zúñiga, Paula Caldas Montero, Santiago Reyes Rivas y Lina María Vélez Betancur se llevaron el primer lugar por su producto innovador y original.

**FOTOGRAFÍA 6.** Producto ganador del Premio a la Innovación en Mercadeo – Segundo semestre de 2014



**FUENTE:** CESA, Archivo Dirección Posgrados en Marketing, 2014.

Como complemento al proyecto educativo de los posgrados en marketing, se realizaron tres eventos académicos:

## ***Primer workshop de mejores prácticas para la enseñanza del marketing***

### **Mejores prácticas para la enseñanza del marketing**

El propósito del evento fue compartir experiencias y prácticas en la enseñanza de marketing para mejorar y fortalecer las habilidades de los profesores del CESA. El workshop se salió de los esquemas tradicionales y dejó de hablar de una academia alejada de la realidad, para hablar de una academia conectada con la realidad. Los panelistas discutieron aspectos como la innovación en el salón de clase, el arte de reinventarse, la actualización de contenidos y la población de los *millennials*.

## ***Foro de mercadeo alianza CESA – Revista P&M [06.08.2014]***

### **Cómo construir reputación corporativa desde el plan de marketing.**

Con el objetivo de discutir sobre el aporte de las estrategias de mercadeo a la reputación corporativa, el Colegio de Estudios Superiores de Administración-CESA y la Revista P&M unieron fuerzas para llevar a cabo el foro “Cómo construir reputación corporativa desde el plan de marketing” el pasado 5 de agosto. El foro-debate contó con la presencia de María José Quiceno, Jefe de Comunicaciones Externas de Nestlé; Keka Palacio, Directora Estratégica de Babel Group; Jaime Arteaga, Gerente de Merco – Colombia; y José Pablo Arango, Gerente de Marca País. La moderación de la conversación estuvo a cargo de Nohra Ramírez e Ignacio Ardila, de P&M. Los panelistas analizaron el fenómeno de la reputación corporativa desde el marketing estratégico y presentaron buenas prácticas de mercadeo que aportan a la reputación corporativa.

## ***Conferencia: howard moskowitz [29.08.2014]***

### **Modelo de segmentación Mind Genomics.**

Evento privado organizado por SAP y Raddar, patrocinado por los posgrados en marketing del CESA, al cual se presentaron cerca de 200 asistentes. Moskowitz es uno de los investigadores más reconocidos en el mercado por el desarrollo de su modelo de segmentación horizontal; ha sido consultor de Kraft, PepsiCo y General Foods.

## ***Marketing morning [24.09.2014]***

### **El marketing según nuestros días.**

Fue una mañana llena de conversaciones sobre marketing. Los egresados de los posgrados en marketing del CESA hablaron de la relevancia del marketing en su desempeño profesional y presentaron un caso de éxito de su empresa. Los graduados que participaron fueron:

- Carlos Fernando Vega, Especialista en Mercadeo Estratégico, CESA, Director de la Revista P&M.
- Margarita Castro, Especialista en Mercadeo Estratégico, CESA, Fundadora Dos&Medios.
- Juan David Giraldo, Magíster en Dirección de Marketing, CESA, Gerente Marcas Propias de la categoría aseo hogar y aseo personal en Jerónimo Martins.
- Juan Carlos Valdés, Especialista en Mercadeo Estratégico- CESA, Subdirector de gestión de Marketing en UNE/EPM Telecomunicaciones.
- Wilson Martínez, Magíster en Dirección de Marketing CESA, Socio fundador de Marama Experience5.

- Ana Victoria Ricaurte, Especialista en Mercadeo Estratégico, CESA, CMO en INCUBATED.
- Daniel Martínez, Especialista en Mercadeo Estratégico, CESA, Gerente de marca de Shampoo Clear para Middle Americas en UNILEVER.
- Natalia Bohórquez, Especialista en Mercadeo Estratégico. CESA, Consultora en marketing en CITROEN.

## ***CESA digital day [15.10.2014]***

En esta oportunidad, el evento estuvo enfocado en el cambio y la innovación, en la importancia de saber qué se puede hacer cuando todo lo conocido cambia velozmente, y cómo es posible adaptarse para sobrevivir y triunfar en este entorno. El evento, al que asistieron 100 personas entre estudiantes de posgrado, profesores y funcionarios del CESA y externos, contó con la participación, como ponentes, de profesionales con alto reconocimiento nacional e internacional que compartieron con los presentes los principales cambios de la industria, sus posiciones y opciones frente a esos cambios y las metodologías del pensamiento innovador. Los ponentes del evento fueron: Sandra Quintero, directora de Facebook Colombia; y Borja Rius, Consultor Rocca Salvatella y Katharsis, que participó con una conferencia taller titulada De la Innovación a la Acción.

*“Las empresas requieren líderes con una profunda formación en mercadeo, quienes, además de encargarse de mejorar y desarrollar estrategias viables para el crecimiento de la empresa, tengan un papel en la definición de los objetivos corporativos. Líderes que comprendan el contexto nacional e internacional, con conocimientos y destrezas en la aplicación de metodologías efectivas articulando el mercadeo con otras áreas de la administración”.*

*Lina María Echeverri, Directora de Posgrados en Marketing*

# Posgrados en Finanzas

## Especialización en Finanzas Corporativas

El grupo 34 inició sus estudios en febrero de 2013. Se entrevistaron 39 aspirantes, de los cuales fueron admitidos 31. Este grupo culminó estudios en junio de 2014 y obtuvo su grado de especialistas en septiembre del mismo año.

Para la cohorte No. 35, cuyo proceso de inscripción se llevó a cabo en el primer semestre de 2013, se entrevistaron 53 candidatos, fueron admitidos 35 y matriculados finalmente 30. El plan de estudios de esta promoción terminó en diciembre pasado y su grado está previsto para abril de 2015.

De los candidatos del grupo 36, con un total de 48 entrevistas, ingresaron 32 alumnos, quienes iniciaron sus estudios en enero de 2014 y culminarán el programa a finales del primer semestre de 2015.

En el primer semestre de 2014 se entrevistaron 57 candidatos para conformar la cohorte No. 37, la cual quedó finalmente con 33 estudiantes admitidos, quienes iniciaron el programa el 25 de julio de 2014, y cuya finalización está prevista para diciembre de 2015.

A finales del año 2014 se procedió a la convocatoria del programa de Especialización en Finanzas Corporativas. Para la cohorte No. 38, se presentaron y fueron entrevistados 63 candidatos, de los cuales se aceptaron 36. El grupo quedó conformado finalmente solamente por 26 alumnos. Debido al alargamiento de las fechas del proceso de matrículas y la confirmación de matriculados, apenas en enero de 2015, no fue posible recuperar a los nueve alumnos, con el fin de disponer de un grupo

de 34 personas, que decidieron no participar en el programa por diversas razones. Cuando se lleva a cabo el proceso de inscripciones y anuncio de los estudiantes aceptados, hay un periodo de holgura que permite convocar a aquellos estudiantes no seleccionados de la lista de espera de acuerdo con el ranking obtenido en el proceso de admisión. Esta situación, desafortunadamente, no se pudo llevar a cabo en esta ocasión.

**TABLA 16.** Origen de los aceptados por profesión de procedencia

|                                       | 2013-I    | 2013-II   | 2014-I    | 2014-II   |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Administración de empresas            | 4         | 5         | 10        | 8         |
| Economía                              | 3         | 5         | 2         | 5         |
| Ingeniería industrial                 | 7         | 7         | 3         | 2         |
| Contaduría                            | 5         | 7         | 4         | 7         |
| Ingeniería civil                      | 1         | 0         | 0         | 0         |
| Finanzas y relaciones internacionales | 7         | 5         | 6         | 6         |
| Otras                                 | 4         | 1         | 7         | 5         |
| <b>Total</b>                          | <b>31</b> | <b>30</b> | <b>32</b> | <b>33</b> |

**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

**TABLA 17** conformación del grupo por universidad de origen del pregrado

|                | 2013-I    | 2013-II   | 2014-I    | 2014-II   |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Javeriana      | 2         | 7         | 3         | 6         |
| Externando     | 1         | 5         | 7         | 5         |
| Andes          | 7         | 1         | 3         | 2         |
| CESA           | 2         | 1         | 4         | 1         |
| Otras          | 19        | 16        | 15        | 19        |
| <b>Totales</b> | <b>31</b> | <b>30</b> | <b>32</b> | <b>33</b> |

**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

En términos generales, es de anotar que la demanda por la Especialización se ha mantenido en el año 2014; el tamaño de los grupos está en un promedio de 31 alumnos.

Las expectativas acerca del futuro apuntan hacia una menor demanda por el programa de la Especialización; pero, en la medida en que el mercado solicite este programa y la idoneidad de los aspirantes sea satisfactoria, estaremos con condiciones logísticas y económicas para continuar prestando este servicio. Cabe mencionar que las condiciones de admisión siguen igual de estrictas y se lleva a cabo un proceso de selección que consiste en un examen de admisión muy técnico y una entrevista a cada uno de los candidatos, que permita inferir el tipo de alumnos que deseamos tener en la familia del CESA.

Con satisfacción registramos, por conducto de las entrevistas llevadas a cabo cada semestre, la percepción de alta calidad del CESA, corroborada por el origen de los aspirantes, quienes en su gran mayoría provienen de referidos, bien sea de parte de nuestros exalumnos y/o por parte de los empresarios y ejecutivos relacionados con el CESA de una u otra forma.

## ***Currículo***

Se ha propuesto en el último ciclo un abanico de materias electivas que puede ofrecer un valor agregado especial, dado que es una profundización en Mercado de Capitales cuyo fin es incrementar las competencias para acceder a la certificación del AMV, y la presentación de pruebas de competencias en Finanzas Corporativas para acceder a la certificación de la American Academy of Financial Management (dentro de un convenio con el Dr. Roberto Santillán, Presidente del Capítulo Latinoamericano). Esta oferta no ha sido acogida por los estudiantes hasta la presente.

A mediados el año 2013 se le solicitó el Dr. Francisco Venegas-Martínez, del Politécnico Nacional de México y profesor en la Maestría de Finanzas Corporativas en el CESA desde el año 2011, su apoyo con el fin de revisar la malla curricular de los programas de posgrado en Finanzas Corporativas, de lo cual se obtuvo una evaluación muy satisfactoria, como se puede inferir del informe presentado por el Dr. Venegas a la Rectoría.

A raíz de reuniones del Consejo Académico sobre el tema de la malla curricular, el director del programa de la Especialización en Finanzas Corporativas propuso eliminar el trabajo de grado exigido a los estudiantes y reemplazar los créditos por un curso de Estrategia Corporativa, con el fin de lograr una inmersión en temas gerenciales que permita alinear a los alumnos con uno de los pilares del modelo pedagógico. Teniendo en cuenta que este tipo de cambios requieren el visto bueno del MEN, el director del programa propuso llevar a cabo modificaciones mayores a la malla curricular, en cuanto a reducir el número de créditos y acortar el programa, de manera que se pueda desarrollar en un periodo de máximo un año y otorgar el grado de Especialista en el semestre inmediatamente siguiente a la terminación de los estudios. Esta revisión del programa se está llevando a cabo y se espera que durante el primer semestre del 2015 el Consejo Académico apruebe la propuesta, sea tramitada ante el Consejo Directivo, y se solicite al MEN la revisión y aprobación.

## Profesores

Cabe destacar que la nómina de profesores es de muy alto nivel profesional. En su mayoría tienen estudios de posgrado en reconocidas universidades nacionales y del exterior, poseen una larga experiencia en el sector financiero y real, además de amplísima experiencia en el mundo académico.

**TABLA 18.** Profesores del Posgrado en Finanzas Corporativas

|   | NOMBRE DOCENTE   | MATERIA  |
|---|--|--|
| 1 | <b>José Ricardo Romero Avilez</b><br>Consultor independiente en Impuestos.   | Legislación tributaria.  |
| 2 | <b>Werner Zitzman Riedler</b><br>Director programas de Posgrados en Finanzas Corporativas<br>(Profesor de planta). | Gerencia, Capital de trabajo, Excel, Análisis y estrategias, Prospectación y Fondeo. |
| 3 | <b>Carlos Felipe Serrano</b><br>Director de riesgo- BVC.   | Sistemas de administración de riesgo.  |
| 4 | <b>Bernardo León Camacho</b><br>Consultor independiente.   | Mercado de capitales, Ingeniería financiera, Bloomberg.                              |
| 5 | <b>Fernando Eduardo Suescún Mutis</b><br>Director financiero Colsubsidio.  | Finanzas internacionales II.   |

|    | NOMBRE DOCENTE   | MATERIA  |
|----|--|--|
| 6  | <b>Carlos Fradique</b><br>Socio Brigard & Urrutia.   | Titularización de activos.                                 |
| 7  | <b>Clara Bruckner Borrero</b><br>Consultora independiente.   | Gestión de riesgos II, Énfasis en riesgo.                  |
| 8  | <b>José Roberto Acosta</b><br>Abogado y economista -Corredor.  | Economía.  |
| 9  | <b>Javier Cadena</b><br>(Profesor de planta)   | Estadística, Econometría.                                  |
| 10 | <b>Jaime Ricaurte J.</b><br>Gerente General Incorbank.   | Banca de Inversión I-II.                                   |
| 11 | <b>Mauricio Rojas/Andrés Escobar</b><br>Profesor cátedra/Director de planeación y proyectos -Biomax. | Planeación financiera y Análisis de crédito.               |
| 12 | <b>Carlos Gustavo Cano</b><br>Codirector Banco de la República.                                      | Economía, Análisis del entorno económico.                  |
| 13 | <b>Juan Santiago Correa</b><br>Director Investigación CESA (Profesor de planta)                      | Investigación.   |
| 14 | <b>Alexander Guzmán</b><br>(Profesor de planta)  | Contabilidad gerencial, Matemáticas financieras aplicadas. |
| 15 | <b>Ricardo Salas</b><br>Servicios de información y tecnologías para las TIC                          | Administración y evaluación de proyectos.                  |
| 16 | <b>Carlos Huertas</b><br>DataCrédito (Profesor de cátedra )  | Modelación.  |
| 17 | <b>Arturo Riaño</b><br>(Profesor de cátedra )  | Banca de inversión - Énfasis en banca de inversión.        |
| 18 | <b>Juan Carlos Jaramillo</b><br>Asesor tributario.   | Legislación tributaria.                                    |
| 19 | <b>Esperanza Hernández</b><br>Asesora y consultora independiente.                                    | Finanzas internacionales, Gestión del riesgo.              |
| 20 | <b>José Luis Sandoval</b><br>Director MBA (Profesor de planta)                                       | Corporate strategy.  |
| 21 | <b>Germán Ricardo Rivas</b><br>Asesor y consultor independiente.                                     | Corporate strategy.  |
| 22 | <b>Álvaro Moncada</b><br>(Profesor de cátedra)   | Simulaciones en Excel.                                     |
| 23 | <b>Camilo Almonacid</b><br>Asesor y consultor independiente.   | Ética en los negocios.                                     |

FUENTE: CESA, Elaboración propia Posgrados en Finanzas, 2014.

Es de anotar que el Dr. Edgardo Cayón, quien culminó recientemente sus estudios de Ph. D. en Australia, se reincorporó a las labores de investigación y docencia a partir del segundo semestre. El Dr. Cayón hace parte del Consejo Curricular y dirige el área financiera en el grupo de Investigación del CESA.

**TABLA 19.** Profesores internacionales

|   | NOMBRE DOCENTE              | MATERIA                                      |
|---|-----------------------------|--|
| 1 | Francisco Venegas -Martínez | Matemáticas para Finanzas                    |
| 2 | Eduardo Herrera             | Simulación Monte Carlo                       |
| 3 | Simón Benninga              | Modelación Financiera                        |
| 4 | Roberto Santillan           | Finanzas Corporativas II                     |
| 5 | Lorenzo Dávila              | Mercado de Capitales / Ingeniería Financiera |
| 6 | Fernando Diz                | Value investing                              |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Posgrados en Finanzas, 2014.

**TABLA 20.** Invitados para 2015-2016

| NOMBRE DOCENTE                                   | MATERIA                       |
|--|-------------------------------|
| Francisco Venegas (Politécnico Nacional, México) | Matemáticas para Finanzas     |
| Eduardo Herrera (Ecuador)                        | Simulación Monte Carlo        |
| Simón Benninga (Israel)                          | Modelación Financiera         |
| Federico Molina (Argentina)                      | Banca de Inversión            |
| Roberto Santillán/(EGADE -México)                | Finanzas Corporativas         |
| Lorenzo Dávila (España)                          | Mercado de Capitales          |
| Fernando Diz (EEUU)                              | Value Investing               |
| Mauricio Jaramillo (McKinsey -E.E.U.U.)          | Banca de Inversión            |
| Jaime Alonso Gómez (EGADE-México)                | Emprendimientos               |
| Juan Carlos Cachanosky (Argentina)               | Macroeconomía en las Finanzas |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Posgrados en Finanzas, 2014.

# Maestría en Finanzas Corporativas

Fue aprobada por el MEN con SNIES 91265 en mayo de 2011, con registro calificado por siete años sin comentarios.

Con el fin de estimular el ingreso para los exalumnos de la Especialización en Finanzas Corporativas, se diseñó un programa especial para estos, a quienes se les reconoció buena parte de los créditos cursados, de manera que, en el curso de un año, tomando aproximadamente 21 créditos y elaborando un trabajo de grado que se ajuste a los requerimientos de una Maestría de Profundización, pudieran acceder al grado de Maestría. El Consejo Académico reglamentó la posibilidad de homologación de los egresados de la EFC en cuanto a que no podrán ser homologados aquellos egresados que lleven un periodo mayor a 42 meses de haber iniciado el programa de la EFC.

Actualmente están cursando estudios de Maestría en Finanzas Corporativas las promociones 5, 6 y 7, y en abril de 2015 será la graduación de la cohorte No. 4.

**TABLA 21.** Origen de los aceptados por profesión de procedencia

|                                       | 2013-I    | 2013-II   | 2014-I    | 2014-II   |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Administración de empresas            | 14        | 12        | 7         | 11        |
| Ingenierías                           | 8         | 7         | 8         | 6         |
| Economía                              | 4         | 8         | 4         | 5         |
| Finanzas y relaciones internacionales | 11        | 6         | 6         | 4         |
| Contaduría                            | 5         | 1         | 2         | 4         |
| Otras                                 |           |           | 1         | 1         |
| <b>Totales</b>                        | <b>42</b> | <b>34</b> | <b>28</b> | <b>31</b> |

**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

**TABLA 22.** Origen de los aceptados por universidad del pregrado

|                | 2013-I    | 2013-II   | 2014-I    | 2014-II   |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Javeriana      | 11        | 6         | 2         | 6         |
| CESA           | 4         | 5         | 2         | 2         |
| Andes          | 2         | 1         | 3         | 3         |
| Rosario        | 1         | 4         | 0         | 3         |
| Externado      | 9         | 3         | 6         | 2         |
| Otras          | 15        | 15        | 15        | 15        |
| <b>Totales</b> | <b>42</b> | <b>34</b> | <b>28</b> | <b>31</b> |

**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014

**TABLA 23.** Proceso de admisión estudiantes de maestría

|   | 2013-I     | 2013-II    | 2014-I     | 2014-II    |
|---|------------|------------|------------|------------|
| Aspirantes - nuevos estudiantes         | 62         | 61         | 45         | 36         |
| Aspirantes - egresados                  | 11         | 5          | 2          | 6          |
| Entrevista                              | 67         | 48         | 34         | 38         |
| Estudiantes aceptados - nuevos          | 35         | 35         | 31         | 28         |
| Estudiantes aceptados - egresados       | 11         | 4          | 2          | 6          |
| Total aceptados                         | 46         | 39         | 33         | 34         |
| Matriculados                            | 42         | 34         | 28         | 31         |
| <b>Alumnos admitidos/inscritos</b>      | <b>69%</b> | <b>81%</b> | <b>97%</b> | <b>89%</b> |
| <b>Alumnos matriculados / admitidos</b> | <b>91%</b> | <b>87%</b> | <b>85%</b> | <b>91%</b> |

**FUENTE:** CESA, Boletín estadístico consolidado, 2014.

La composición por género corresponde en la MFC al 40% de mujeres y 60% hombres, con una edad promedio de 29 años.

## ***Otros temas a destacar***

El director del Posgrado de Finanzas se desempeñó como miembro principal en el Consejo Académico del Autoregulador del Mercado de Valores AMV desde principios del año 2011, por un periodo máximo de tres años (reelegido por un año adicional), hasta su finalización en diciembre de 2014.

La American Academy of Financial Management, por medio de su junta directiva, designó al Dr. Werner Zitzman como presidente de la Conferencia Internacional de Finanzas, la cual se llevará a cabo en Bogotá en noviembre de 2015. Con el fin de anunciar este evento, el Dr. Zitzman asistió en noviembre pasado a la Conferencia Internacional en la ciudad de México, participando como observador y moderador en una de las mesas en las cuales fueron presentados los trabajos de algunos de los seleccionados. La presidencia de la conferencia del año 2015 es compartida con el director de la Maestría en Administración Financiera de la Prime School of Business de la Universidad Sergio Arboleda.

La más reciente invitación al Dr. Werner Zitzmann fue hecha desde España como Experto en Finanzas Corporativas del Instituto Iberoamericano de Derecho y Finanzas (IIDF).

*El Instituto Iberoamericano de Derecho y Finanzas (IIDF) es una asociación sin ánimo de lucro que tiene como objeto promover el estudio y la investigación de todas las áreas científicas relacionadas con el derecho y las finanzas, incluyendo, entre otras materias, el estudio del derecho de sociedades, el derecho concursal, el derecho bancario, el derecho del mercado de valores, las finanzas corporativas, la economía financiera y las normas reguladoras de la actividad de contabilidad y auditoría de cuentas.*

# Maestría en Administración MBA CESA – Sprott School of Business

En el año 2014 el CESA puso en marcha uno de los programas que se establecieron como parte importante del Plan Estratégico 2009-2014 en el campo de los posgrados: la Maestría en Administración, MBA.

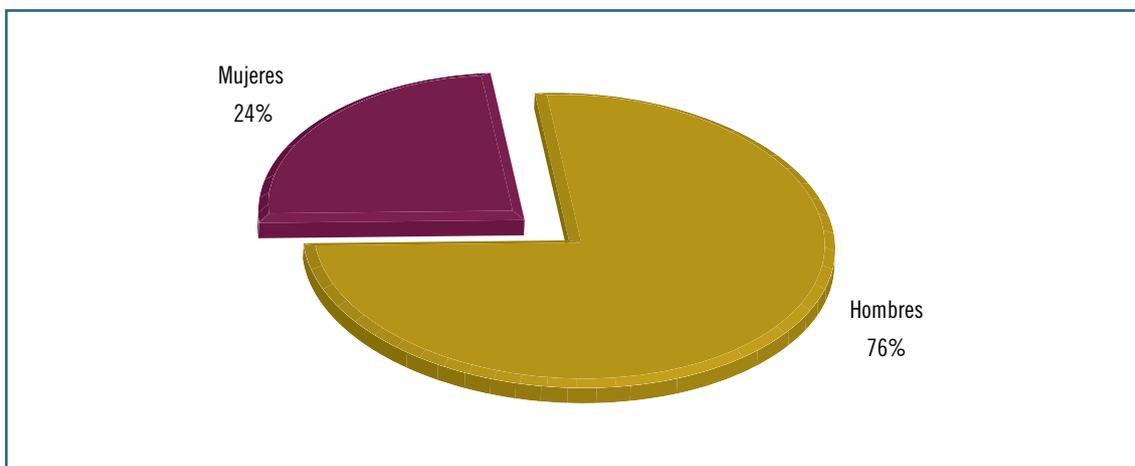
El diseño y creación del MBA se inició desde el año 2012 y fue aprobado por el Ministerio de Educación con la Resolución 12965 del 23 de septiembre de 2013, por un periodo de siete años.

A partir de esa fecha se inició una intensa campaña de promoción para dar a conocer el programa, con eventos y despliegues especiales en Bogotá y Barranquilla, así como divulgación en medios masivos de alcance nacional. Fue así como en abril del 2014 se iniciaron las clases, con un evento especial en el que participaron directivos del CESA y de Sprott School of Business, y con un grupo selecto de 25 estudiantes que cumplieron con todos los requisitos de ingreso y se matricularon en el programa.

El proceso de selección no fue sencillo y generó un gran aprendizaje para la institución, pues los requisitos de ingreso son diferentes a otros programas de posgrado ya que se exige, entre otras cosas, una gran suficiencia comunicativa en inglés, demostrada a través de exámenes internacionales como el TOEFL, IELTS y otros; la presentación de un examen de ingreso internacional denominado PAEP; entrevistas con directivos del CESA y con directivos de Sprott School of Business; y experiencia y proyección en cargos de nivel ejecutivo.

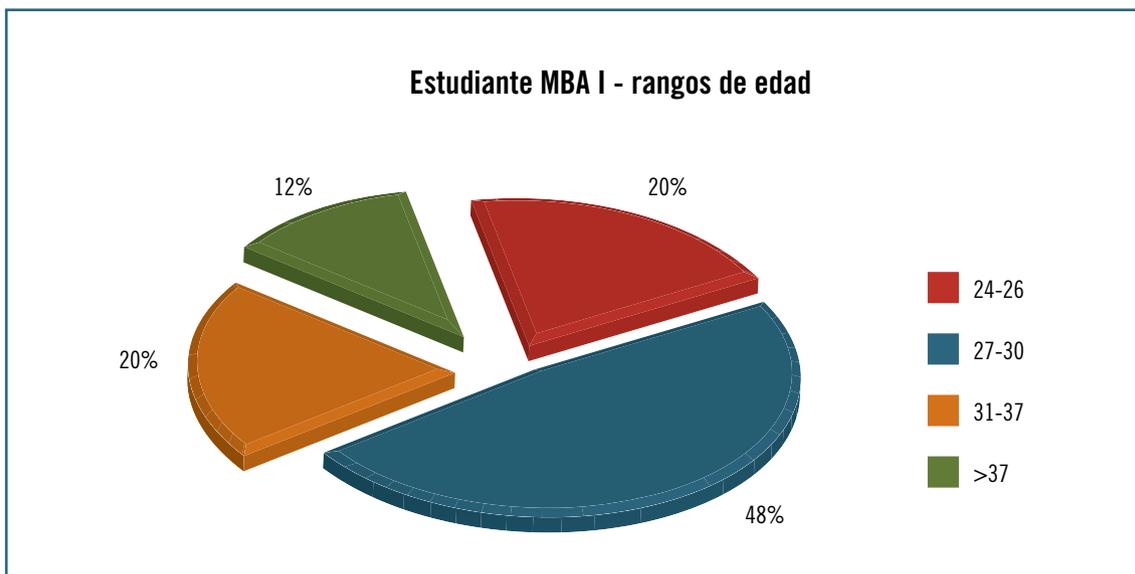
El resultado fue un grupo interdisciplinario de estudiantes procedentes de diversas universidades y profesiones, que han trabajado consistentemente durante el año y esperan culminar su programa en abril del 2016.

**GRÁFICA 12.** Estudiantes MBA I Cohorte – Distribución por género



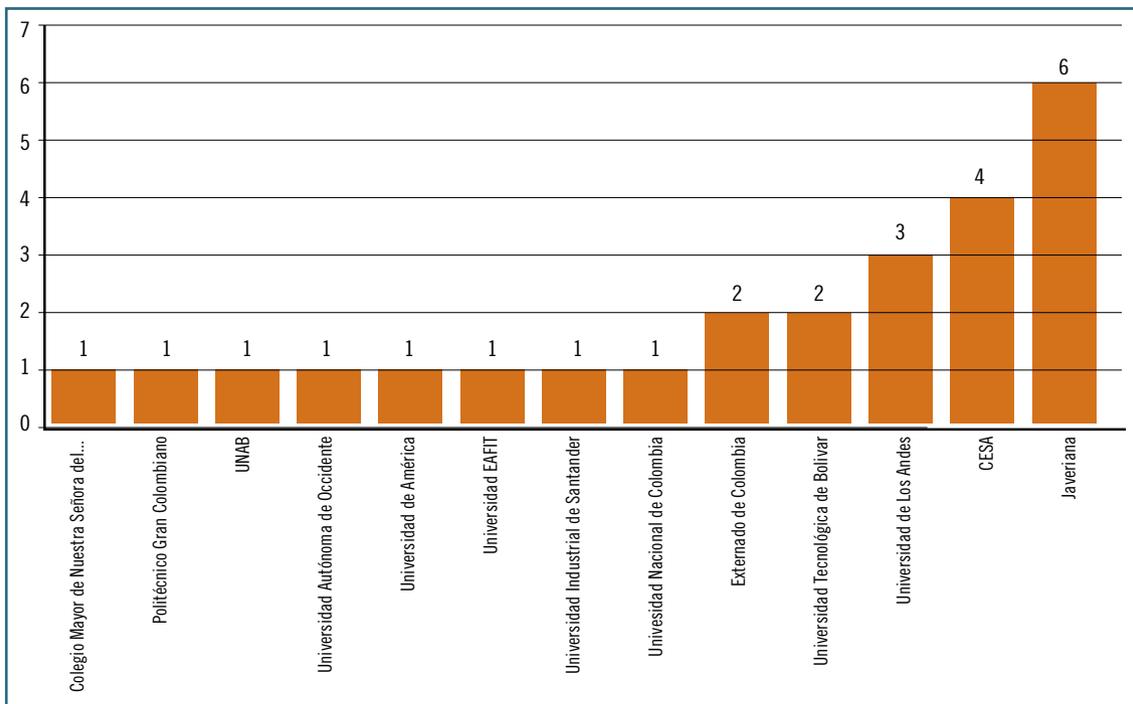
**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección MBA, 2014.

**GRÁFICA 13.** Estudiantes MBA I Cohorte – Distribución rangos de edad



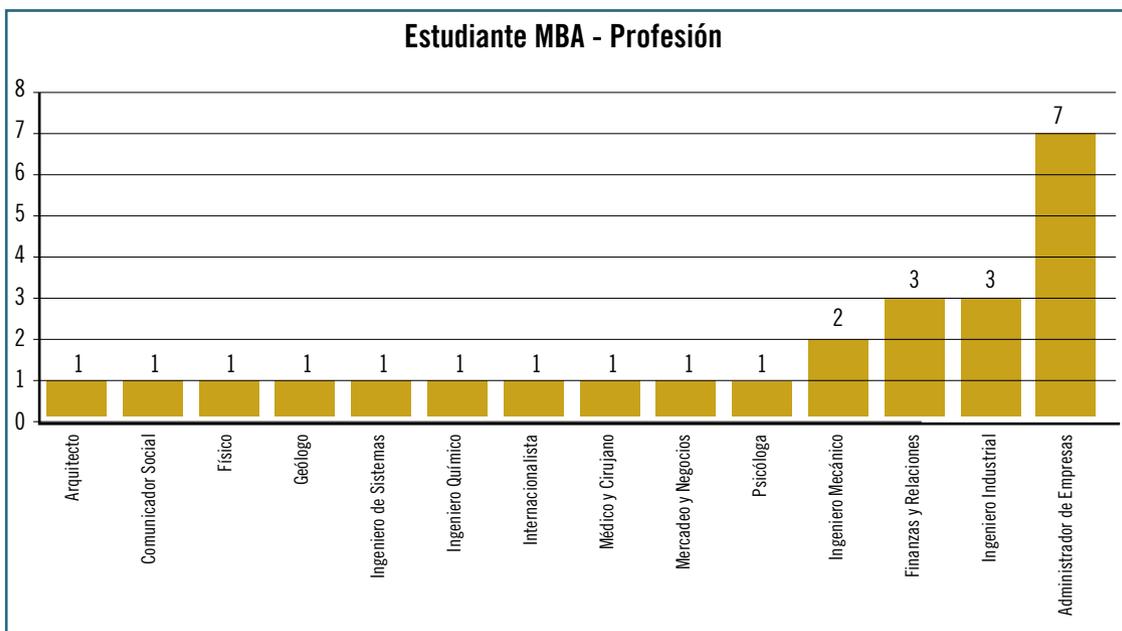
**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección MBA, 2014.

GRÁFICA 14. Estudiantes MBA I Cohorte – Universidad de procedencia



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección MBA, 2014.

GRÁFICA 15. Estudiantes MBA I Cohorte – Profesión



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección MBA, 2014.

Durante el año 2014 trabajaron con el MBA diez profesores colombianos y cinco profesores provenientes de Sprott School of Business, ratificando así el carácter internacional del programa.

**TABLA 24.** Docentes MBA

| Docente                  | Procedencia               |
|--------------------------|---------------------------|
| Alexander Guzmán         | CESA                      |
| Edgar Vieira Posada      | CESA                      |
| Henry Bradford           | CESA                      |
| Javier Murillo           | CESA                      |
| José Luis Sandoval Duque | CESA                      |
| José Roberto Acosta      | CESA                      |
| Juan Santiago Correa     | CESA                      |
| María Andrea Trujillo    | CESA                      |
| Ricardo Bonilla Jiménez  | CESA                      |
| Werner Ziztman           | CESA                      |
| David Cray               | Sprott School of Business |
| Gerry Grant              | Sprott School of Business |
| Jose Rojas-Mendez        | Sprott School of Business |
| Linda Duxbury            | Sprott School of Business |
| Yuriy Zabolotnyuk        | Sprott School of Business |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección MBA, 2014.

En el mes de agosto se inició la promoción del programa con miras a iniciar clases en enero del 2015, y para tal efecto se realizaron campañas sostenidas a través de medios impresos y redes sociales, acompañadas de una presentación oficial del MBA en el Gun Club, en septiembre; y en el Country Club de Barranquilla, en noviembre del 2014.

El resultado obtenido al 31 de diciembre del 2014 fue que completamos un grupo de 24 estudiantes admitidos y dos más en proceso. De esta forma se logró consolidar una cifra de 46 estudiantes formalizados en el año para el programa.

Por otra parte, y obedeciendo al deseo de la institución plasmado en el Plan Estratégico 2015-2020, en el mes de noviembre se iniciaron los trabajos tendientes al diseño y formalización del MBA tiempo completo, que esperamos entregar al Ministerio de Educación Nacional para su aprobación en enero del año 2016. Es un trabajo complejo, pues se trata de diseñar un programa de alto nivel, que encaje dentro de la filosofía del CESA en cuanto a innovación y enfoque de formación en liderazgo y emprendimiento, y para eso cuenta con un equipo multidisciplinario que permitirá lograr una propuesta adecuada en el tiempo previsto.

## Investigación

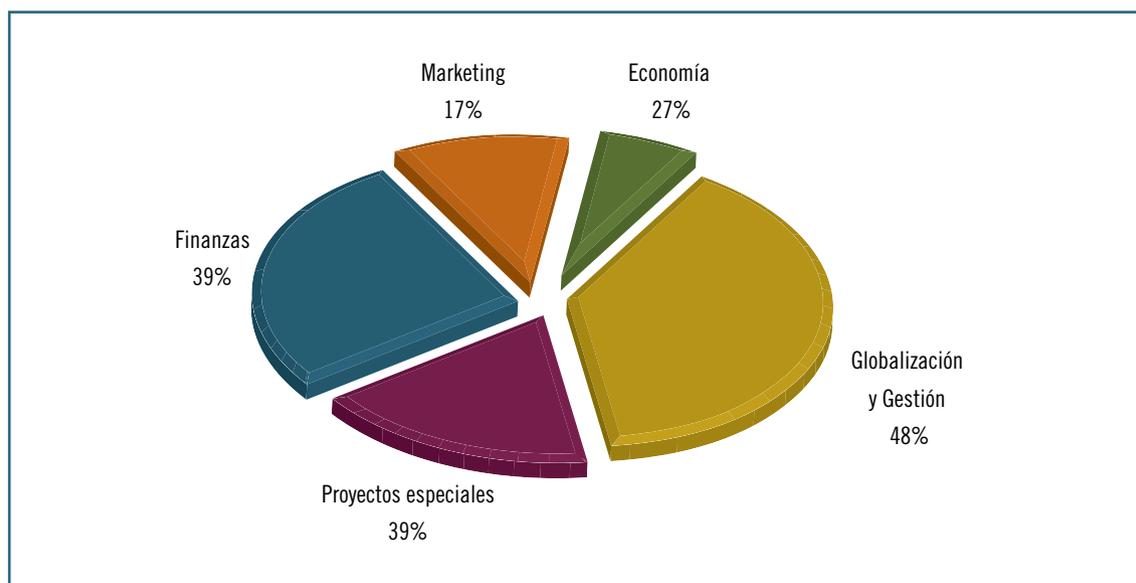
El Grupo de Investigación en Innovación y Gestión Empresarial ha recorrido un proceso de consolidación y proyección nacional durante los últimos años a través de un esfuerzo sostenido de gestión y desarrollo de la investigación en el CESA. Esto ha permitido que la investigación se convierta en un medio privilegiado para la realización de la misión institucional en la formación de los mejores líderes empresariales, pues una formación de excelencia requiere el desarrollo de competencias analíticas, la actualización permanente, y la generación de conocimiento nuevo y pertinente que permita mejorar las prácticas de la administración. Es claro que el medio por excelencia de la investigación es la publicación de sus resultados en documentos científicos que tengan en cuenta tanto el nivel de madurez de lo que se propone, como el público objetivo de la misma.

Como se puede ver en la siguiente tabla, el Grupo de Investigación ha tenido una producción constante en los últimos siete años, con una reorientación evidente hacia los productos de mayor impacto internacional. Esto sin abandonar la comunicación social del conocimiento a través de otros mecanismos, como las series especializadas, entre las que se destacan la colección Globalización e Integración, liderada por el CEGLI; y los *Caminos de Hierro*. Así mismo, se evidencia ya un esfuerzo por la generación de una colección de libros de texto que permiten llevar la teoría a la práctica docente.

**TABLA 25.** Productos del grupo de investigación (2008-2014)

| Producto                                  | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|
| Libros                                    | 3    | 1    | 4    | 1    | 8    |      | 4    |
| Artículos ISI/Scopus Q1                   |      |      |      |      | 1    | 2    | 1    |
| Artículos ISI/Scopus Q2                   |      |      |      |      |      |      | 3    |
| Artículos ISI/Scopus Q3                   |      | 1    | 3    | 3    | 1    | 2    | 2    |
| Artículos ISI/Scopus Q4                   | 1    | 2    | 2    | 1    | 2    | 2    | 1    |
| Artículos Scielo                          | 1    | 2    | 6    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| Artículos en otras publicaciones seriadas | 4    | 5    | 8    | 13   | 8    | 6    | 1    |
| Ponencias nacionales                      | 4    | 13   | 3    | 3    | 2    | 2    | 3    |
| Ponencias internacionales                 | 6    | 9    | 11   | 7    | 7    | 11   | 16   |
| Documentos de trabajo                     | 15   | 23   | 5    | 16   | 2    | 1    | 0    |
| Capítulos de libro                        |      |      | 2    | 2    |      | 3    | 5    |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Investigación, 2014.

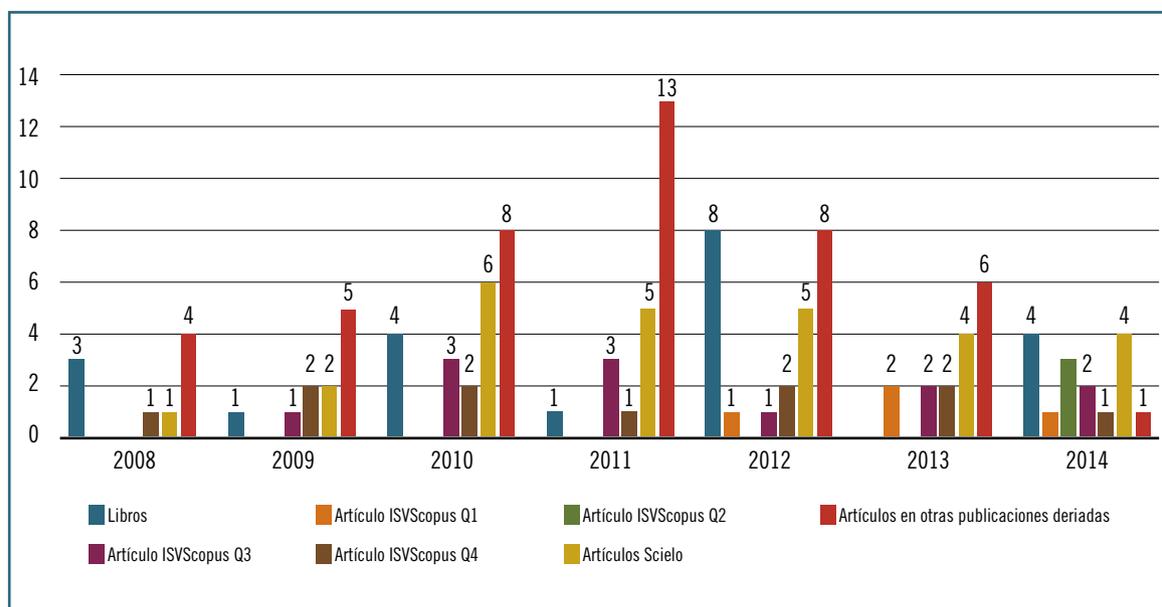
**GRÁFICA 16.** Distribución relativa de la producción por líneas de investigación

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Investigación (construida sobre el peso relativo calculado con el índice de producción docente en investigación), 2014.

La participación relativa de las líneas en el total de la producción académica del grupo muestra cómo las líneas de Mercadeo (17%), Finanzas (39%) y Economía (27%) reflejan un proceso maduro de publicaciones, el cual permitió en los dos primeros casos sustentar con solvencia la creación de las maestrías en Dirección de Marketing y en Finanzas Corporativas; y, con la línea de Economía, desarrollar investigaciones transversales que apoyan el pregrado y los posgrados del CESA en temas de economía aplicada al mundo empresarial y de historia empresarial y económica. La línea de Globalización y Gestión ha mantenido un proceso de crecimiento desde su creación (2011) que, junto con las otras líneas de investigación, fue una pieza fundamental en el proceso de creación del MBA Internacional en el 2013.

Como se puede apreciar en la siguiente gráfica, el grupo ha aumentado significativamente la publicación de artículos de investigación nacional e internacional en el periodo 2008-2014, y ha mejorado así cualitativamente su participación en revistas académicas indexadas en el mismo periodo.

**GRÁFICA 17.** Artículos publicados en revistas indexadas y publicaciones seriadas (2008-2014)



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección Investigación, 2014.

En la última medición de los grupos de investigación realizada por Colciencias, el grupo tuvo un resultado que lo ubicó en el primer cuartil de producción por área del conocimiento nuevo y la misma ubicación en la producción de libros de investigación en el área de conocimiento. Esto último apalancado además por el reconocimiento que ha recibido la Editorial CESA de manera permanente en las distintas convocatorias como una en capacidad de gestionar y producir conocimiento científico nuevo.

Así mismo, en los indicadores de apropiación social del conocimiento, el grupo se ubicó en el primer cuartil en las categorías de circulación del conocimiento especializado y en la de comunicación social. Esto acompañado de unos resultados importantes en la transferencia de conocimiento a través de la dirección de trabajos de grado de pre y posgrado.

La evolución de la clasificación del grupo de investigación muestra el desarrollo de este proceso, dado que en el periodo 2005-2008 el grupo no obtuvo reconocimiento por parte de Colciencias; fue clasificado D en el 2009, y B en las últimas dos mediciones, lo que lo ubica en el 25% superior entre los grupos de investigación por área de conocimiento.



# Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – CEGLI

Con autorización del Consejo Directivo del CESA en el mes de agosto de 2012, se creó el Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – CEGLI para asegurar mejores condiciones en los trabajos de internacionalización de la entidad, ya que se consideraba conveniente para los planes de internacionalización del Colegio de Estudios Superiores de Administración-CESA para dar respuesta al nuevo entorno mundial de globalización y de suscripción acelerada de tratados comerciales de integración; y disponer de estructuras mejor adaptadas para abordar estas temáticas con un centro de estudios que contribuyese a una mayor visualización del CESA hacia afuera, facilitar la comunicación e intercambio con otros centros académicos y permitir canalizar apoyos en actividades relacionadas con la globalización y la integración.

## Acuerdos de cooperación con centros de estudios nacionales e internacionales

### *Centro de Estudios Asia-Pacífico de la Universidad EAFIT de Medellín*

Con base en el acuerdo de cooperación entre la Universidad EAFIT y el CESA, firmado en 2013, y el lanzamiento en ese año del segundo libro de la colección

*Globalización e Integración* sobre “La transformación de China y su impacto para Colombia” en el que participaron investigadores del Centro de Estudios Asia-Pacífico de la Universidad EAFIT, en 2014 se aseguró la participación de este último con uno de los capítulos de un libro sobre la Alianza del Pacífico. Así mismo, se organizó e inició durante 2014 la coedición entre el CESA y la Universidad EAFIT de un libro conjunto sobre el TLC de Colombia con Corea del Sur.

### ***Centro de Estudio de las Relaciones Internacionales – CERI de la Universidad del Desarrollo – UDD de Santiago de Chile***

Con base en el acuerdo de cooperación firmado en 2013 entre la Universidad del Desarrollo (UDD) de Santiago de Chile y el CESA, en 2014 la UDD colaboró con capítulos sobre la experiencia chilena en los tratados de libre comercio suscritos por ese país con Canadá y Estados Unidos, en los libros que el CEGLI del CESA preparó y lanzó en 2014. Igualmente, se adelantaron trabajos conjuntos en 2014 en la preparación de la coedición de un libro sobre las condiciones y oportunidades de aprovechamiento de la Alianza del Pacífico que, con participación de académicos de los cuatro países miembros, será lanzado en 2015.

### ***Centro de Estudios de la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás de Bogotá***

Durante 2014 se realizaron las gestiones para la firma de un acuerdo de cooperación entre el Centro de Estudios de la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás, sede Bogotá y el CEGLI del CESA. Los temas en los que comenzaron a trabajar están relacionados con la participación en un capítulo en el libro de estudio de casos de internacionalización de empresas colombianas del CEGLI; la participación en el subgrupo del CEGLI sobre infraestructura; y los trabajos a desarrollar sobre internacionalización de las pymes.

## Actividades de investigación

El CEGLI, como integrante de la Línea de Globalización y Gestión del Grupo de Investigación del CESA, desarrolla actividades relacionadas con tres proyectos de investigación:

- El entorno de globalización como marco de las relaciones y los negocios internacionales.
- Oportunidades en acuerdos de integración económica suscritos por Colombia.
- El desarrollo de regiones en la Unión Europea y su aplicabilidad al nuevo ordenamiento territorial colombiano.

Con cargo a tales proyectos, en 2014 se publicaron y se trabajó en las siguientes obras:

### *Libro TLC con Canadá*

Se publicó y presentó en junio en el salón múltiple del CESA el tercer libro de la colección Globalización e Integración sobre “El TLC Colombia Canadá: nuevo escenario para el comercio y la inversión”, libro de 356 páginas y 11 capítulos, cuyo editor fue Edgar Vieira. Participaron, entre otros, colaboradores como el embajador de Colombia en Canadá, directivos y afiliados a la Cámara de Comercio Colombo Canadiense, investigadores de la Universidad de Carleton – Canadá, la Universidad del Desarrollo de Chile, exfuncionarios e investigadores del CEGLI (Edgar Vieira, Luis Loaiza).

### *Libro TLC con Estados Unidos*

Se publicó y presentó en noviembre en el salón múltiple del CESA el cuarto libro de la colección Globalización e Integración sobre “El TLC Colombia Estados Unidos: una nueva relación para el siglo XXI”, libro de 438 páginas y 12 capítulos, cuyo editor fue Edgar Vieira. Participaron, entre otros, colaboradores como el jefe

del equipo negociador de Colombia y el negociador del tema agrícola, funcionarios de organismos gubernamentales, la Cámara Colombo Americana, la Universidad del Desarrollo de Chile, consultores privados e investigadores del Cegli (Edgar Vieira, Elsa Torres, Juan María Andrade y Luis Loaiza).

### ***Inicio libro sobre la Alianza del Pacífico***

En 2014 se realizó el diseño e identificación de los participantes en la elaboración del quinto libro de la colección Globalización e Integración sobre el tema “Perspectivas y oportunidades de la Alianza del Pacífico”, importante proyecto de integración en construcción por Chile, Colombia, Perú y México. El libro será coeditado por la Universidad del Desarrollo de Chile y por el Cegli del CESA, y en él participarán investigadores de universidades de los cuatro países. El lanzamiento se hará en mayo de 2015.

### ***Inicio libro sobre TLC Colombia Corea del Sur***

En 2014 se realizó el diseño e identificación de los participantes en la elaboración del sexto libro de la colección Globalización e Integración sobre el TLC suscrito por Colombia con Corea del Sur, el cual será coeditado por el Centro de Estudios Asia-Pacífico de la Universidad EAFIT y el Cegli del CESA, con participación de investigadores de los dos países y académicos de las dos universidades. El lanzamiento se hará en agosto de 2015.

### ***Libro de estudio de casos***

Se iniciaron en 2014 los trabajos de preparación de un libro de estudio de casos de internacionalización de empresas colombianas, con la participación de investigadores del Cegli: Ángela García, Juan María Andrade, Eugenia Ordóñez, Gloria Plazas y Ramiro Delgado. Este será terminado y publicado en el segundo semestre de 2015.

## ***Publicación artículo indexado Scielo***

Se publica el artículo “Las crisis financieras en un mundo globalizado”, en la Revista Civilizar (Humanidades) de la Universidad Sergio Arboleda, indexada en Scielo.

# **Actividades de capacitación y realización de eventos**

## ***Actividades con las cámaras binacionales.***

Con las cámaras binacionales de Canadá y de Estados Unidos se logró el compromiso y participación con capítulos en los libros del CEGLI sobre los TLC con Canadá y con Estados Unidos.

Aprovechando la venida a Colombia de profesores canadienses de la Universidad de Carleton para dictar clases en el MBA Internacional, y la publicación de un libro sobre el TLC con Canadá, se estructuró con la Cámara de Comercio Colombo Canadiense y con el Director del MBA Internacional un programa de foros y seminarios sobre temas de aprovechamiento de las relaciones comerciales con Canadá, que se harán con Formación Ejecutiva.

Con la Cámara Colombo Holandesa se aseguró su participación en el futuro libro sobre el TLC con la Unión Europea y su vinculación al foro internacional sobre infraestructura, suministrando el conferencista que vendrá a dictar la conferencia central.

Se organizó el seminario Doing business con Estados Unidos, con participación de diversos conferencistas. Este fue ofrecido por Formación Ejecutiva sin resultados que hicieran posible su realización. Igualmente, se presentó a Formación Ejecutiva un temario de conferencias sobre el entorno de globalización para las decisiones ejecutivas empresariales, que se dictaría junto con otras conferencias sobre la parte organizacional, pero no fue tenido en cuenta para su mercadeo en ninguno de los dos semestres.

## ***Actividades de consultoría***

Se participó activamente en la vinculación del CESA al Programa de Competitividad de Empresas de Excelencia Exportadora de la Corporación Andina de Fomento – CAF (Banco de Desarrollo de América Latina), que dio como resultado el nombramiento inicial como gerente del programa en el CESA de la investigadora del CEGLI profesora Ángela García, la cual fue reemplazada por el también investigador del CEGLI profesor Juan María Andrade.

Para el libro *Hacia la excelencia exportadora, una exigencia de los mercados internacionales* publicado por la CAF sobre la primera parte de realización de este programa, Edgar Vieira elaboró un capítulo sobre “Posicionamiento empresarial en un entorno globalizado”, publicado en 2014.

Se realizó en noviembre la primera reunión para la conformación de la Alianza Universidad – Empresa para la internacionalización de las pymes, con participación de las Universidades del Rosario, Sergio Arboleda, Santo Tomás, La Salle, Jorge Tadeo Lozano, Cooperativa de Colombia, Uniminuto y CESA.

## ***Clases pregrado y conferencias***

Se dictaron los cursos de Competitividad y Globalización en sexto y séptimo semestre y de Mercados Internacionales en Acuerdos Comerciales en octavo y noveno semestre del pregrado del CESA, tanto durante el primer semestre como el segundo de 2014.

Se dictó conferencia sobre el temario del libro *La transformación de China y su impacto para Colombia* en instalaciones de la Universidad EAFIT de la ciudad de Medellín, organizado por el Centro de Estudios Asia-Pacífico de esa universidad.

Se dictó conferencia “Importancia estratégica de la Alianza del Pacífico para Colombia y Perú” en la asamblea anual de la Cámara Colombo Peruana.

Se dictó conferencia “El entorno de la globalización para las decisiones empresariales” en la Universidad de Santo Tomás.

Se moderó el panel “Impacto de los Acuerdos Comerciales en América Latina y el Caribe” en el Congreso Nacional de Exportadores.

## ***Otras actividades***

Inicio del MBA Internacional. Con el director del programa, José Luis Sandoval, se realizaron las entrevistas de selección de los candidatos para ingresar a la primera cohorte del MBA Internacional. Igualmente, este participó como conferencista de las actividades de nivelación en los temas de globalización y acuerdos de integración.

Capítulo libro CESA 40 años. Edgar Vieira elaboró, con Benjamín Creutzfeldt y Edén Bolívar, el capítulo para el libro de los 40 años del CESA sobre la forma como se ha desarrollado el proceso de internacionalización de la Universidad.

Grupo de Infraestructura. Durante el año se estuvieron realizando reuniones con seis participantes en el grupo de Infraestructura del CEGLI, con el objeto de ir acordando el temario y los posibles participantes en el seminario internacional La infraestructura de transporte y la logística en el mundo y la articulación de Colombia, a desarrollarse durante la celebración de los 40 años del CESA en 2015.

Línea de Globalización y Gestión. Se hizo seguimiento a compromisos de investigación de la línea de Globalización y Gestión del Grupo de Investigación del CESA.

Página web. Se actualizó el material de divulgación del CEGLI para la página web del CESA.



# Relacionamiento con el sector productivo

4



|  |     |
|--|-----|
| Formación Ejecutiva .....                        | 127 |
| Centro de Liderazgo y Emprendimiento - CLE ..... | 135 |
| Visitas y prácticas empresariales .....          | 145 |
| AECESA .....                                     | 159 |



En el 2010 se creó la Unidad de Gestión Empresarial para fortalecer el relacionamiento con el sector productivo y atender integralmente sus necesidades. Gracias al exitoso proceso de consolidación, en el 2014 la UGE mostró excelentes resultados y generó gran impacto para el sector productivo a través de nuestra oferta de servicios de valor compartido para las empresas.

Nuestros programas tradicionales continuaron entregando una oferta de alta calidad académica, aplicada a la práctica, y proporcionando experiencias únicas y con un servicio personalizado. Así, se logró un alto nivel de fidelización de nuestros clientes. Este año logramos alcanzar un relacionamiento con más de 300 empresas a nivel nacional y latinoamericano del sector público y privado.

Por tercer año consecutivo se desarrolló con gran éxito el programa de capacitación del SENA a siete de nuestros clientes, con 14 programas de formación.

Por medio de la unión temporal con Connect Bogotá, finalizamos el programa APPS.CO del ministerio de las TIC. Durante el desarrollo del programa, acompañamos a los emprendedores en la fase de ideación, prototipado y validación en Bogotá-Región. Este ejercicio, que duró aproximadamente dos años, nos dio la oportunidad de fortalecer nuestros programas, así como la relación con Connect Bogotá. A través del programa se acompañó, con más de 6.000 horas de asesoría, a 123 equipos, con un total de 356 emprendedores, de los cuales 316 culminaron el proceso.

Durante el 2014, el CESA continuó con su participación en el Programa Empresas de Excelencia Exportadora en alianza con las entidades que promueven el desarrollo industrial y el comercio exterior en Colombia. Este programa fue creado por la oficina de CAF en Colombia –Banco de desarrollo de América Latina- e inició en junio del 2013, con el fin de construir un modelo de negocio exportador para pymes con trayectoria exportadora. En el marco de la primera fase del programa, diez pymes colombianas exportadoras de bienes y servicios, y procedentes de diferentes sectores productivos, recibieron el acompañamiento del CESA y sus aliados durante un proceso de tres meses, mediante el desarrollo de una metodología para cada empresa y una revisión del modelo actual, del entorno y las estructuras corporativas y competitivas.

De esta manera, el CESA apoyó la creación de una hoja de ruta para las empresas seleccionadas, con el objeto de convertirse, en los próximos cinco a diez años, en grandes exportadores; y aportó investigación, enfoque académico y realidad sectorial al programa, para contribuir al desarrollo productivo innovador y exportador del país. Actualmente estamos implementando la segunda fase, en la cual 14 empresas se están beneficiando de esta iniciativa y culminarán su proceso en el primer semestre del presente año. El plan contempla que 250 empresas en Colombia potencien e innoven en su modelo de negocio exportador a través de esta alianza público-privada.

Como parte de los eventos y foros sobre las últimas tendencias de management que permanentemente realizamos, convocamos a más de 500 presidentes de las compañías con mayor reconocimiento en el país. En octubre presentamos a Michael Sandel, profesor de ética en la Escuela de Gobierno de Harvard, autor del libro *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*, quien realiza uno de los grandes interrogantes éticos: ¿cuál debe ser el rol del dinero y los mercados en nuestra sociedad?

A continuación presentamos los diferentes logros de las direcciones que conforman la Unidad de Gestión Empresarial.

## Formación Ejecutiva

Desde el 2011, cuando se inició la construcción de una nueva unidad de gestión y la migración de la marca Incolda a Formación Ejecutiva CESA, podemos afirmar que hemos logrado un importante posicionamiento en el mercado a través del diseño de una oferta novedosa, la renovación de la estructura, la definición de procesos, producto y oferta, así como la conformación del nuevo equipo comercial.

En ese orden de ideas, es importante resaltar que, aunque se han logrado resultados interesantes, la tarea apenas empieza, y para ello continuaremos trabajando los programas de formación ejecutiva con un alto componente de innovación,

lo cual involucra no solo el desarrollo de programas corporativos y programación abierta, sino también la ejecución de programas de alto impacto, y que den respuesta con calidad y pertinencia a las necesidades de formación y actualización de conocimientos de la sociedad.

A continuación se resume la gestión del área de Formación Ejecutiva durante el año 2014, el cual plasma todas las actividades y acciones realizadas desde sus dos frentes: programación abierta y programación *in house*.

Durante el 2014 se continuó trabajando bajos los ejes estratégicos del área, los cuales son:

## Renovación de la planta docente

Se ha trabajado constantemente en la consecución y vinculación de nuevos docentes que nos permitan brindar a nuestros clientes una oferta novedosa y alineada a las necesidades del mercado y el entorno, con un enfoque mucho más especializado con temáticas y metodologías educativas innovadoras.

Durante el 2014 se realizaron 178 entrevistas a candidatos de alto perfil, expertos en áreas especializadas, temáticas innovadoras y diferentes, con habilidades y destrezas para transmitir conocimiento. A través de estas entrevistas se busca identificar conferencistas que no solo tengan amplia trayectoria en la academia sino también experiencia en empresas del sector real, lo que permita la generación continua y una actualización del conocimiento.

Teniendo en cuenta que uno de los ejes estratégicos es contar con el talento humano interno que tenemos con el fin de poder llevar al sector real y productivo los ejercicios académicos que resultan del área de investigación, durante el 2014 se vincularon 21 docentes del CESA a la ejecución de programas abiertos e *in house*.

Como parte del seguimiento continuo para la mejora de nuestros procesos académicos, es importante mencionar que durante este año se aplicaron mediciones continuas al desempeño docente, con el fin de evidenciar si se cumplieron los objetivos propuestos en cada programa y, así mismo, analizar el rol del profesor dentro del grupo, dominio del tema y calidad en el proceso de formación. Por medio de estas continuas mediciones se logró realizar un análisis y seguimiento de resultados que permitió, cuando fue necesario, realizar acciones correctivas y de mejora.

A través de la implementación del sistema de evaluación de los docentes, se evaluaron los siguientes aspectos:

- Presentación y definición del objetivo
- Contenido de los temas
- Relación de los temas con el campo de acción del docente
- Secuencia de los temas desarrollados
- Transmisión del conocimiento
- Dominio y conocimiento sobre los temas tratados
- Facilidad para aclarar dudas
- Claridad en la presentación de los temas
- Comportamiento y desempeño ante el grupo

## Oferta de calidad de educación

Con el fin de robustecer la oferta de nuestros programas para lograr la calidad de los cursos de Formación Ejecutiva, se trabajó en tres ejes:

### *Diversificación de la oferta de programación abierta*

La estrategia de innovar la oferta de los programas abiertos se centró en realizar una combinación: incluir programas nuevos, con temáticas diferentes, con la oferta tradicional, con base en una revisión de programas exitosos y bien posicionados.

En el 2014, dentro de nuestra oferta de programas abiertos y por primera vez en el CESA, realizamos tres cursos de verano, con el fin de ofrecer una opción diferente de aprendizaje, difundiendo el conocimiento y la cultura a través de cursos para descubrir y desarrollar habilidades en las respectivas áreas de interés.

Como parte de la estrategia de incentivar la formación continua a través del debate sobre temas de interés, en esta ocasión se ofrecieron dos cursos en el área financiera y uno en el área de mercados. La idea fue realizar los programas combinando la participación de docentes internacionales de amplia trayectoria y experiencia con docentes locales.

### *Innovar en la oferta de programas abiertos y corporativos*

Durante el 2014 permanentemente se buscó robustecer la oferta de los programas a través un enfoque mucho más especializado, con temas y metodologías diferentes y que respondieran a las necesidades y demandas de los diferentes sectores sociales y empresariales. Con el fin de garantizar altos estándares de calidad en nuestros procesos educativos, así como una oferta de programas innovadores

y de alta calidad, los programas de Formación Ejecutiva cuentan con un grupo de docentes internos y externos calificados en valores, en metodologías de aprendizaje y con una amplia experiencia, lo que permite una excelente combinación en ciencia y tecnología.

Igualmente, nuestra oferta responde al llamado de las empresas para satisfacer sus necesidades específicas. Por lo tanto, y en forma conjunta, se diseñaron programas que cumplieron con los objetivos, exigencias concretas y expectativas empresariales.

### ***Implementación de programas virtuales***

Durante el 2014 se inició la consecución de proveedores para la implementación de programas virtuales en Formación Ejecutiva, teniendo en cuenta que, si parte del plan estratégico del área es llegar a otras ciudades, la mejor forma de incursionar nuevos mercados puede ser a través de la oferta de cursos online o semipresenciales. La combinación de estas dos nuevas miradas permite descubrir una indiscutible concordancia en la gestión que se emprende al implementar un entorno de educación virtual.

Desde Formación Ejecutiva se está trabajando transversalmente en la consecución de nuevas herramientas y metodologías en los salones de clase, que se conviertan en la base esencial para establecer los lineamientos en cuanto al diseño e implementación de cursos virtuales de los programas ofrecidos por Formación Ejecutiva. Estos harían referencia a cursos de actualización de conceptos, generación de nuevos conocimientos y, por qué no, para el perfeccionamiento y formación docente.

Es importante mencionar que, a pesar de que nos encontremos en proceso de búsqueda y consecución de la mejor opción para el diseño e implementación de programas virtuales, desde nuestra oferta corporativa durante el 2014 ejecutamos los siguientes programas e-Learning:

TABLA 26. Programas e-learning dictados en 2014

| Relación cursos semipresenciales Formación Ejecutiva |   |           |                 |                        |                 |
|--|---|-----------|-----------------|------------------------|-----------------|
| Empresa  | Programa  | Duración  |                 | Ciudades               | No. Estudiantes |
| Cámara de Comercio de Cartagena                      | Desarrollo habilidades para el liderazgo                          | 40 horas  | 24 virtuales    | Cartagena              | 30              |
|  |   |           | 16 presenciales |                        |                 |
|  | Curso inteligencia competitiva                                    | 40 horas  | 24 virtuales    | Cartagena              | 30              |
|  |   |           | 16 presenciales |                        |                 |
| Sena   | Formulación de proyectos con enfoque de marco lógico              | 96 horas  | 100% virtual    | Medellín               | 78              |
|  |   |           |                 | Vichada                |                 |
|  |   |           |                 | San Vicente del Caguán |                 |
|  |   |           |                 | Guainía                |                 |
|  |   |           |                 | Guaviare               |                 |
|  |   |           |                 | San Andrés             |                 |
|  |   |           |                 | Buenaventura           |                 |
|  |   |           |                 | Quibdó                 |                 |
|  |   |           |                 | Aguablanca             |                 |
| Leticia  |   |           |                 |                        |                 |
| (*)Banco de Bogotá                                   | Diplomado en gerencia financiera con énfasis en riesgo crediticio | 84 horas  | 68 presenciales | Nivel nacional         | 553             |
|  |   |           | 16 virtuales    |                        |                 |
| Salud vida   | Habilidades gerenciales   | 162 horas | 81 virtuales    | Nivel nacional         | 50              |
|  |   |           | 81 presenciales | Bogotá                 |                 |

FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección Formación ejecutiva, 2014.

# Posicionamiento marca Formación Ejecutiva CESA

Se continúa con la estrategia de búsqueda de nuevos clientes para que la marca Formación Ejecutiva (FE) sea identificada como referente de calidad y vista como la primera opción en procesos de capacitación tanto a nivel corporativo como individual. El equipo comercial focalizó sus esfuerzos en apertura de clientes nuevos, sin olvidar el mantenimiento de los actuales.

Se participó en diferentes eventos y ferias (dos en empresas y un congreso gremial), donde se pudo ofrecer todo el portafolio de FE (abierto, IH y SENA). Se realizó un registro de las personas interesadas en procesos de formación y posteriormente se les hizo seguimiento.

Con el departamento de mercadeo y comunicaciones se realizó un seguimiento más cercano a la estrategia de mercadeo digital para garantizar el éxito de los programas abiertos. Se realizaron mejoras en los diferentes formatos que contienen la información al público para que esta fuera más clara tanto para el participante como para el área de inscripciones y call center.

Se firmaron alianzas con entidades internacionales de alto nivel para ofrecer programas en conjunto, con el objetivo de reforzar la oferta y hacer de FE una marca con visión global.

Transversalmente, el equipo comercial mantiene relación constante y permanente con las empresas que han ejecutado acciones de formación en años anteriores, con el fin de ofrecer una propuesta de valor que genere fidelización de los clientes.

Por tercer año consecutivo se participó en la Convocatoria de Formación Especializada del SENA, que permitió ampliar el alcance de nuestros programas corporativos y a la medida, con lo que se lograron importantes recursos que contribuyeron al cumplimiento de las metas propuestas.

Es importante mencionar que la participación del CESA a nivel nacional en esta convocatoria durante el 2014 fue realmente importante con respecto al número de proyectos presentados a nivel nacional.

**Formación ejecutiva en cifras:**

Programación abierta:

- Profesores totales: 103
- Profesores nuevos: 28
- Profesores internacionales: 3
- Profesores planta: 5
- Programas ofertados: 92
- Programas dictados: 44
- Total estudiantes: 712
- Total estudiantes becas: 35
- Horas totales dictadas: 2.678

Programación *in house*:

- Profesores nuevos: 20
- Profesores internacionales: 2

- Profesores planta: 9
- Programas dictados: 132
- Total estudiantes: 5.248
- Horas totales: 5.887
- Capacitamos 42 empresas en el año 2014
- Dictamos 170 programas
- Incrementamos el número de estudiantes.
- Se vincularon 22 nuevas empresas como clientes de Formación Ejecutiva.
- Penetramos nuevos mercados en otras ciudades: Medellín, Bucaramanga, Nobsa (Boyacá), Barranquilla, Cali y Pereira.

## Centro de Liderazgo y Emprendimiento - CLE

Comprometidos con la generación de desarrollo económico y social en Colombia, seremos reconocidos a nivel latinoamericano como la plataforma de emprendimiento, liderazgo e innovación social que promueve la calidad de educación y el desarrollo de emprendimientos sostenibles en la comunidad CESA<sup>1</sup>.

---

1 Estudiantes, egresados, empleados, beneficiarios de programas.

Contamos con tres servicios principales que se traducen en 19 programas:

1. Liderazgo y cultura: fomenta la cultura de liderazgo, emprendimiento e innovación social en la comunidad CESA.
2. Apoyo al emprendimiento: fomenta y apoya la creación y desarrollo del emprendimiento en sus diferentes etapas.
3. Innovación y sostenibilidad: ofrece formación a la comunidad, contribuye a la investigación académica, promueve la cultura de innovación social, y apoya la creación y el desarrollo de innovaciones sociales.

## Servicios del CLE

El CLE presta tres servicios: liderazgo y cultura, apoyo al emprendimiento, y finalmente innovación y sostenibilidad. Se describen los programas de cada área en detalle:

### Liderazgo y cultura

Objetivo: coordinar la implementación de los programas de liderazgo y cultura con el fin de inspirar, capacitar, transmitir conocimientos a estudiantes y emprendedores en temas de liderazgo, emprendimiento e innovación, así como posicionar al CESA como referente en el ecosistema de emprendimiento.

A continuación se hace una explicación de cada uno de los programas pertenecientes al área:

**Formación del equipo CLE:** programa para formar y capacitar a todo el equipo CLE en metodologías tales como Business Model Generation, Design Thinking, Lean start up, temas legales y contables, entre otros.

|  |   |
|--|---|
| <b>Inicio del programa</b>                     | 2014-II   |
| <b>No. de personas financiadas</b>             | 20  |
| <b>No. promedio de participantes por ciclo</b> | 20  |
| <b>Presupuesto anual</b>                       | \$6.000.000 COP   |
| <b>Indicadores de medición del programa</b>    | Número de capacitación y talleres realizados en el CESA.<br>Número de personas capacitadas en programas externos.<br>90% de satisfacción por parte de las personas que reciben capacitación en el CESA. |
| <b>Resultados del semestre pasado</b>          | Se realizó la primera capacitación con Ricardo Duarte, en Business Model Generation, en la cual participaron 20 miembros del equipo.  |
| <b>En qué estamos ahora</b>                    | Organizando nuevas capacitaciones en temas identificados.   |

**FOTOGRAFÍA 8.** Capacitación en Canvas



**FUENTE:** CESA, Archivo interno Dirección CLE, 2014.

**Escuela de líderes innovadores:** brindar herramientas de formación a estudiantes que deseen formarse como líderes que generen impacto.

|   |  |
|---|--|
| Inicio del programa                     | 2011-II  |
| No. de veces realizado en el 2014       | 2  |
| No. promedio de participantes por ciclo | 15   |
| Presupuesto anual                       | Presupuesto administrado por pregrado  |
| Indicadores de medición del programa    | Variación semestral de personas que participan del programa. Grado de satisfacción de las personas que realizan el programa medido a través de una encuesta: por encima del 90%. |
| Resultados del 2014                     | Participación de 32 estudiantes. Alineación de la materia con una dinámica compuesta por experiencias, herramientas y aprendizajes para cada una de las sesiones.                |
| En qué estamos ahora                    | Alineación con pregrado y las otras asignaturas de la línea de formación en liderazgo de pregrado.   |

**FOTOGRAFÍA 9.** Escuela de líderes innovadores



**FUENTE:** CESA, Archivo interno Dirección CLE, 2014.

**CESA Talks:** espacio para compartir con líderes, empresarios o emprendedores y se intercambien experiencias de vida inspiradoras.

|   |   |
|---|---|
| <b>Inicio del programa</b>                    | 2014-I  |
| <b>N° de veces realizado en el 2014</b>       | 7   |
| <b>N° promedio de participantes por ciclo</b> | 20  |
| <b>Presupuesto anual</b>                      | \$4.250.000 COP   |
| <b>Indicadores de medición del programa</b>   | Grado de satisfacción de las personas que participan del espacio: por encima del 90%.<br>Satisfacción de los asistentes a CESA Talks. |
| <b>Resultados del 2014</b>                    | Creación y promoción del programa.<br>Participación de más de 85 personas en los eventos.   |
| <b>En qué estamos ahora</b>                   | Programando la agenda de CESA Talks 2015.   |

**Fondo de participación:** fondo para incentivar y motivar el apoyo de la comunidad CESA en eventos de formación en emprendimiento, liderazgo e innovación.

|   |   |
|---|---|
| <b>Inicio del programa</b>                  | 2014-I  |
| <b>No. de personas financiadas</b>          | 2   |
| <b>Presupuesto por año</b>                  | \$5.000.000 COP   |
| <b>Indicadores de medición del programa</b> | Número de eventos en los cuales los estudiantes participaron al año con el patrocinio del fondo.<br>Porcentaje de los recursos puestos por el CLE para que los estudiantes asistan a los eventos. |
| <b>Resultados del 2014</b>                  | Se patrocinó a dos estudiantes; uno para ir a Bakongo, y otro para realizar el Diplomado de Marketing Digital de Formación Ejecutiva.<br>Se patrocinó en un total de \$3.834.904 COP              |
| <b>En qué estamos ahora</b>                 | Realizando el plan de acción para el 2015 en búsqueda de fomentar el uso del fondo.   |

**Articulación con el ecosistema:** asistir y participar en eventos de entidades del ecosistema de emprendimiento e innovación social, para entablar relaciones con estas.

|   |   |
|---|---|
| <b>Inicio del programa</b>                  | 2014-II   |
| <b>No. de eventos a los que se asistió</b>  | 25  |
| <b>No. de reuniones realizadas</b>          | 37  |
| <b>No. de empresas visitadas</b>            | 12  |
| <b>Presupuesto por anual</b>                | \$1.000.000 COP   |
| <b>Indicadores de medición del programa</b> | Número de actividades en las que se participó<br>Número de actividades que se realizan en conjunto con otras organizaciones   |
| <b>Resultados del semestre pasado</b>       | Desde el CLE se está liderando la relación con: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro Internacional Asosandiego</li> <li>• Bancóldex Cátedra de Innovación</li> <li>• iNNpulsa: CER 004</li> </ul> Asistencia a 25 eventos nacionales de emprendimiento e innovación. |
| <b>En qué estamos ahora</b>                 | Acercamiento con nuevas entidades para construir alianzas.  |

## Apoyo a la creación y el desarrollo de emprendimiento

Objetivo: implementación de los programas de emprendimiento con el fin de orientar a estudiantes y emprendedores en la creación, desarrollo y ejecución de sus modelos de negocios, con parámetros de rentabilidad y sostenibilidad.

A continuación se hace una explicación de cada uno de los programas pertenecientes al área:

**Ideación:** Talleres para generar un proceso de generación de ideas.

|   |   |
|---|---|
| <b>Inicio del programa</b>                  | 2014-I  |
| <b>No. de veces realizados</b>              | 2   |
| <b>No. de participantes</b>                 | 20  |
| <b>Presupuesto anual</b>                    | \$9.600.000 COP   |
| <b>Indicadores de medición del programa</b> | Incremento del número de asistentes que participan en el programa.<br>Número de proyectos que aplican a reto empresarial estructurados en ideación.<br>90% de satisfacción de los asistentes que cursan el programa.  |
| <b>Resultados del 2014</b>                  | Se estructuró y lanzó el programa.<br>Se realizaron dos ciclos de talleres<br>Se contó con la participación de 20 personas.<br>Participaron ocho proyectos de la etapa de reto empresarial estructurados en ideación. |
| <b>En qué estamos ahora</b>                 | Promoción y difusión del programa.<br>Estandarización de los objetivos.   |

**Reto empresarial:** programa de acompañamiento de ocho semanas para realizar la validación comercial y fortalecer el equipo emprendedor con la guía de un mentor.

|   |   |
|---|---|
| <b>Inicio del programa</b>                  | 2014-II   |
| <b>No. de veces realizado al año</b>        | 1   |
| <b>No. de emprendimientos</b>               | 15  |
| <b>Presupuesto por anual</b>                | \$36.000.000 COP  |
| <b>Indicadores de medición del programa</b> | Número de emprendimientos escogidos para acompañar sobre los presentados.<br>Porcentaje de satisfacción de los emprendedores con el programa: superior al 90%.<br>Número de emprendimientos que pasan a incubación. |
| <b>Resultados del 2014</b>                  | Se estructuró y lanzó el programa.<br>Se contó con la participación de 22 proyectos y se escogieron 15 para participar.<br>Dos de los 15 emprendimientos fueron seleccionados para iniciar incubación.              |
| <b>En qué estamos ahora</b>                 | Estandarización del programa, de los requisitos y del proceso.  |

**Incubación:** programa de acompañamiento de 15 semanas para fortalecer, escalar y organizar el emprendimiento. Cada emprendimiento cuenta con un mentor, así como con asesoría legal y contable.

|   |  |
|---|--|
| <b>Inicio del programa</b>                  | 2014-I   |
| <b>No. de veces realizado al año</b>        | 3  |
| <b>No. emprendimientos</b>                  | 8  |
| <b>Presupuesto anual</b>                    | \$69.120.000 COP   |
| <b>Indicadores de medición del programa</b> | Incremento del número de proyectos presentados al comité de incubación.<br>Porcentaje de emprendimientos escogidos y aptos para ser incubados.<br>Porcentaje de satisfacción de los emprendimientos que realizan el proceso: superior al 90%.<br>Crecimiento del emprendimiento de acuerdo con la mentoría que se recibió. |
| <b>Resultados del 2014</b>                  | Se contó con la participación de 15 proyectos y se escogieron ocho, de los cuales dos recibieron financiación externa.<br>Se fortaleció el proceso con el fin obtener mejores resultados.  |
| <b>En qué estamos ahora</b>                 | Estandarizando y fortaleciendo el proceso de acompañamiento.<br>Difundiendo las convocatorias dentro de la comunidad de egresados.<br>Fortaleciendo el equipo de mentores.   |

**Espíritu emprendedor:** materia sello del CESA en la cual brindamos un espacio de formación en emprendimiento a través de la teoría y la práctica.

|  |  |
|--|--|
| <b>Inicio del programa</b>                     | 2011-I   |
| <b>No. de veces realizado en el 2014</b>       | 2  |
| <b>No. promedio de participantes por ciclo</b> | 120  |
| <b>Presupuesto anual</b>                       | Presupuesto administrado por pregrado  |
| <b>Indicadores de medición del programa</b>    | Porcentaje de estudiantes motivados después de haber cursado la materia interesados en tomar acción.<br>Número de asistentes a la Feria de Espíritu Emprendedor.<br>Grado de satisfacción de los estudiantes que realizan el programa: por encima 90%. |
| <b>Resultados del 2014</b>                     | El 59% de los estudiantes quedaron más motivados en tomar acción después de cursar la materia.<br>Aproximadamente 3.000 asistentes a la feria.   |
| <b>En qué estamos ahora</b>                    | Realizando un cambio de 180° en busca de bajar la carga académica e implementar nuevas metodologías.   |

## Innovación y sostenibilidad

Objetivo: implementar los programas del área con el propósito de sensibilizar, involucrar y consolidar en el CESA los programas de innovación social y sostenibilidad dentro del proceso de formación de los estudiantes y emprendedores.

A continuación se hace una explicación de cada uno de los programas pertenecientes al área:

**Voluntariado en emprendimiento:** promover el voluntariado de la comunidad CESA para estructurar emprendimientos sociales.

|   |   |
|---|---|
| <b>Inicio del programa</b>                  | 2014-II   |
| <b>No. de actividades apoyadas</b>          | 1   |
| <b>Presupuesto anual</b>                    | \$1.500.000 COP   |
| <b>Indicadores de medición del programa</b> | Resultados del voluntariado según la propuesta inicial de cada voluntario.<br>Número de proyectos ejecutados en alianza con las organizaciones sociales.<br>Número de participantes de la comunidad CESA en las alianzas. |
| <b>Resultados del 2014</b>                  | Se realizó una alianza con “Recojo” ejecutada en el mes de octubre, con la que se logró la participación de un estudiante en el programa Bakongo.<br>Se está estructurando una alianza con Best Buddies.                  |
| <b>En qué estamos ahora</b>                 | En enero se inicia la alianza con Best Buddies.<br>Se realizó una sistematización para seleccionar las fundaciones con las que se va a trabajar.  |

**Ashoka Changemaker Campus:** proceso de designación por parte de Ashoka, organización mundial en emprendimiento social, para que el CESA sea reconocido como una escuela de negocios que está formando agentes de cambio y apoyando la innovación social.

|  |  |
|--|--|
| <b>Inicio del programa</b>                     | 2014-II  |
| <b>No. de veces realizado</b>                  | N/A  |
| <b>No. promedio de participantes por ciclo</b> | N/A  |
| <b>Presupuesto anual</b>                       | \$20.000.000 COP   |
| <b>Indicadores de medición del programa</b>    | Lograr la certificación en el 2015 Ejecución de cada etapa de la certificación en su totalidad, según acordado plan de acción del 2014.                    |
| <b>Resultados del 2014</b>                     | Se realizó el primer pago para acceder al proceso de preparación y certificación. Se realizó la evaluación 360° exitosamente. Creación del plan de acción. |
| <b>En qué estamos ahora</b>                    | Realizando la implementación del plan de acción.   |

**CESA Fellows:** programa de acompañamiento para fortalecer, escalar y organizar emprendimiento sociales en Cazucá.

|  |   |
|--|---|
| <b>Inicio del programa</b>                       | 2014-II   |
| <b>No. de veces realizado al año</b>             | 1   |
| <b>No. promedio de emprendimientos por ciclo</b> | 2   |
| <b>Presupuesto por anual</b>                     | \$5.000.000 COP   |
| <b>Indicadores de medición del programa</b>      | Porcentaje de emprendimientos escogidos y aptos para recibir acompañamiento.<br>Porcentaje de satisfacción de los emprendimientos que realizan el proceso: superior al 90%.<br>Crecimiento del emprendimiento de acuerdo con la mentoría que se recibió.      |
| <b>Resultados del 2014</b>                       | Se estructuró y lanzó el programa.<br>Dos emprendimientos acompañados, de los cuales uno se interrumpió porque el grupo emprendedor no aceptó positivamente la retroalimentación y no quiso implementar los cambios planteados para lograr su sostenibilidad. |
| <b>En qué estamos ahora</b>                      | Realizando la convocatoria para iniciar la nueva etapa de acompañamiento.<br>Mejorando y fortaleciendo la etapa de acompañamiento.  |

# Visitas y prácticas empresariales

Este departamento se quiere caracterizar y ser reconocido por su acercamiento y apoyo a los estudiantes. Uno de los aspectos de gran importancia para el trabajo que se desarrolla a través de esta Dirección de Visitas y Prácticas Empresariales es la calidad humana de todo el equipo de profesores de la cátedra de Visitas, de manera que se permita un buen relacionamiento con los estudiantes, donde ellos sienten la confianza de acercarse y pedir asesoría en aspectos personales y profesionales. Esto representa un enorme recurso para ellos, debido a que están iniciando una etapa de transición, que les genera mucha ansiedad e incertidumbre, al escoger el área y la empresa donde quieren realizar su práctica empresarial.

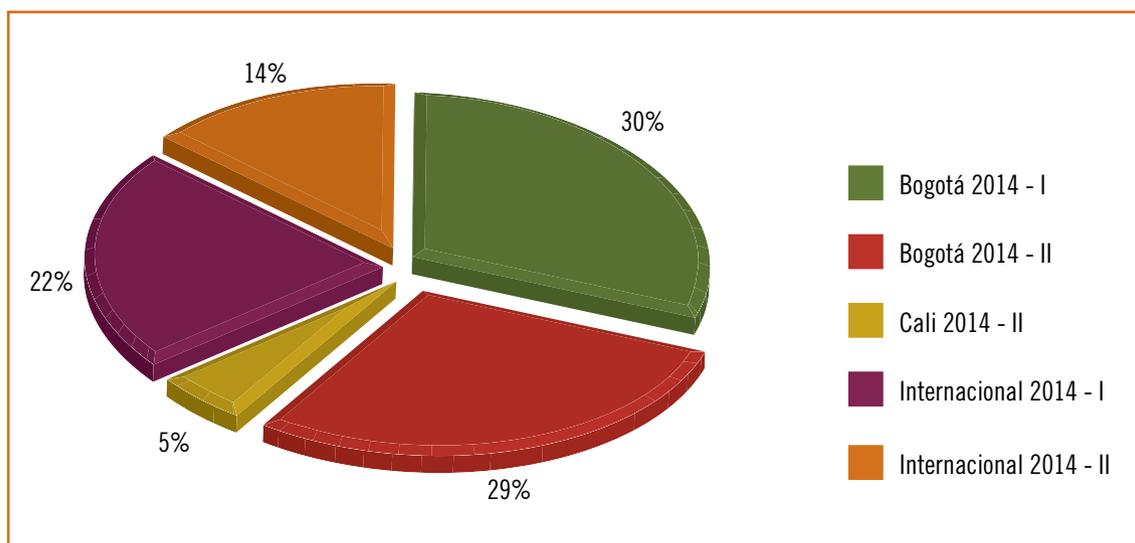
## Cátedra de Visitas Empresariales

En el año 2014 se continuó con la unificación de la cátedra de visitas empresariales. El gran propósito del año fue trabajar en este aspecto, de manera que, así cada profesor le imprima su sello personal, en todas las sesiones se trabaje bajo el mismo programa y reglamento. Todo estudiante, no importa el profesor ni la sesión en la que se esté inscrito, tiene la misma oportunidad de una buena combinación y selección de las empresas visitadas, como también las mismas condiciones en reportes, calificaciones y reglas.

Se introdujo que cada cuatro visitas realizadas se realizara un panel de discusión y profundización de los aspectos a resaltar de cada una de las empresas visitadas y de sus enseñanzas para la vida futura profesional.

Se quiso tener una idea clara del acercamiento al sector empresarial que logró este departamento de Visitas y Prácticas durante el año 2014. Al realizar el análisis, encontramos una grata sorpresa. El total de las empresas contactadas por el programa fue de 225 diferentes empresas, 133 empresas en la ciudad de Bogotá, 11 en la ciudad de Cali, y 81 empresas en los diferentes destinos internacionales visitados. Lo anterior nos permite visualizar una gran oportunidad para el CESA para desarrollar una estrategia de mejor aprovechamiento académico; por ejemplo, para el desarrollo de material de estudio y casos, para la consecución de nuevas plazas para la realización de prácticas empresariales, como también un aprovechamiento comercial para promocionar los servicios que ofrece nuestra Unidad de Gestión Empresarial.

**GRÁFICA 18.** Visitas por ciudad



**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Visitas y Prácticas, 2014.

Siempre la consecución de nuevas compañías para visitar ha sido un objetivo claro. Esto con el fin de aumentar nuestra base de datos y lograr promocionar al CESA y sus diferentes productos.

Durante el año 2014 las empresas nuevas introducidas a este programa de Visitas Empresariales fueron: Amcor, BobbyTech, CAF, Clariant Colombia, Corona,

Discovery Farms, Dunking Donuts, Empacor, Espumlatex, Flexospring, Forus, Mario Hernández, McKinsey & Company, Modinco, Muebles y Accesorios, Ogilvy & Mather, Pastas Doria, Semillas Saenz, Sístole, Telas & Tonos, Transborder, We Love Nails, entre otras.

La campaña de Soy capaz, que se realizó en el segundo semestre del 2014, nos permitió involucrar a los estudiantes de sexto semestre de Visitas I y diseñar toda una mañana de actividades conjuntas con los estudiantes discapacitados del programa de Inclusión de la Uniminuto. Todo lo anterior con el firme propósito de concientizar a nuestros estudiantes de que la paz es asunto de todos, que no se logra si no hay un cambio de la actitud por parte de todos ya que, a través de la paz interior y el respeto a la convivencia, es que se logra la paz mundial.

### ***Visita agroindustrial***

Las visitas al sector agroindustrial se realizan con los estudiantes de sexto semestre de la cátedra de Visitas I, con el firme propósito de acercar y concientizar a nuestros estudiantes de la importancia mundial de este sector, y sobre todo para Colombia, al ser uno de sus principales recursos, debido a sus condiciones climáticas y la gran oferta de mano de obra.

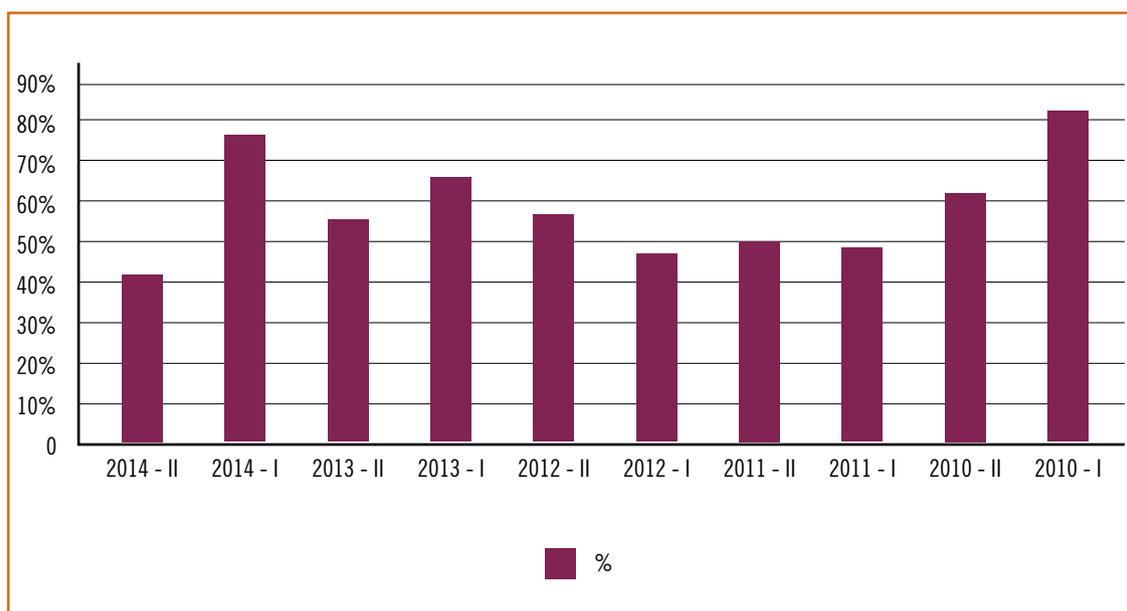
Realizamos una visita en el primer semestre del 2014 a Ibagué, que fue realmente enriquecedora para los estudiantes, ya que las diferentes visitas a Fedearroz, Arroz Diana, Agrícola El Chaco, Zorroza y Suárez, y Hacienda San Isidro, les permitieron entender a profundidad la problemática nacional y cómo esta afecta en la actualidad al sector agrícola colombiano.

### ***Visitas internacionales y nacionales***

En el primer semestre se organizaron tres diferentes agendas al exterior y una en Bogotá: Emiratos Árabes (35 estudiantes), Dinamarca y Alemania (13 estudiantes), y Silicon Valley (18 estudiantes), que representan el 76% del total de estudiantes en la cátedra. Este porcentaje demuestra una muy buena acogida de estas opciones.

Para el segundo semestre del 2014 se organizaron dos agendas internacionales: Corea y Alemania (25 estudiantes) y Perú (12 estudiantes), un destino nacional en la ciudad de Cali (25 estudiantes) y Bogotá. El 42% aprovechó los destinos de visitas empresariales internacionales y un 28% el viaje nacional, lo que en total representa el 70% del total de estudiantes en la cátedra.

**GRÁFICA 19.** Estudiantes en visitas internacionales



**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Visitas y Prácticas, 2014.

Los porcentajes anteriores nos permiten observar la aceptación y aprovechamiento por parte de los estudiantes de séptimo semestre de las visitas empresariales internacionales y nacionales. Cerca del 70% viaja a estos destinos a pesar de las diversas posibilidades que ofrece el CESA de tener una experiencia académica en el exterior con los intercambios, prácticas y dobles titulaciones.

Es importante afirmar que todas las agendas han logrado una excelencia en la muestra empresarial y la total satisfacción por parte de los estudiantes.

# Prácticas empresariales

El principal objetivo del área es lograr estar cada vez más cerca de las empresas, abriendo las puertas con las visitas y estrechando lazos con las empresas empleadoras de nuestros estudiantes.

## *Acercamiento con empresas y jefes de los practicantes*

Este acercamiento a las empresas empleadoras se logra a través de dos actividades específicas:

### *Visitas de control práctica*

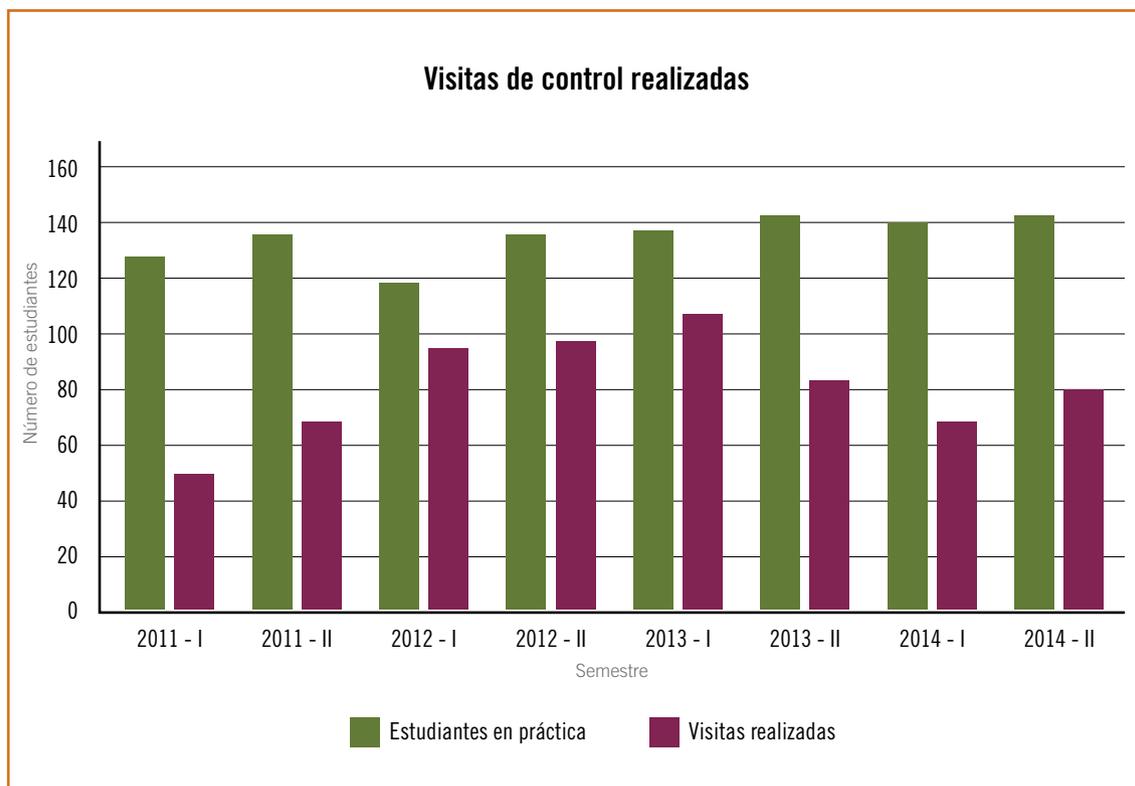
Uno de los grandes propósitos de esta dirección es llegar al cubrimiento total de las visitas de control a todos los estudiantes en la Práctica Empresarial.

Esta visita se debe realizar como mínimo una vez durante el semestre a los jefes directos de cada uno de los practicantes. Su fin es apoyar al practicante para un desempeño óptimo y velar por que esta actividad académica sea realmente formativa y enriquecedora para ambas partes. Además de estrechar los lazos, es recibir de forma directa una retroalimentación de qué preparación esperan de nuestros estudiantes, y en qué herramientas o conocimientos debemos hacer más énfasis para lograr cada vez profesionales más acordes con sus necesidades.

En el primer semestre, de 144 estudiantes en Prácticas Empresariales I y II se realizaron 70 visitas, lo que nos da que el 49% de los estudiantes fueron visitados.

En el segundo semestre, se realizaron 82 visitas de control a los 146 estudiantes en prácticas, cumpliendo con el 56%.

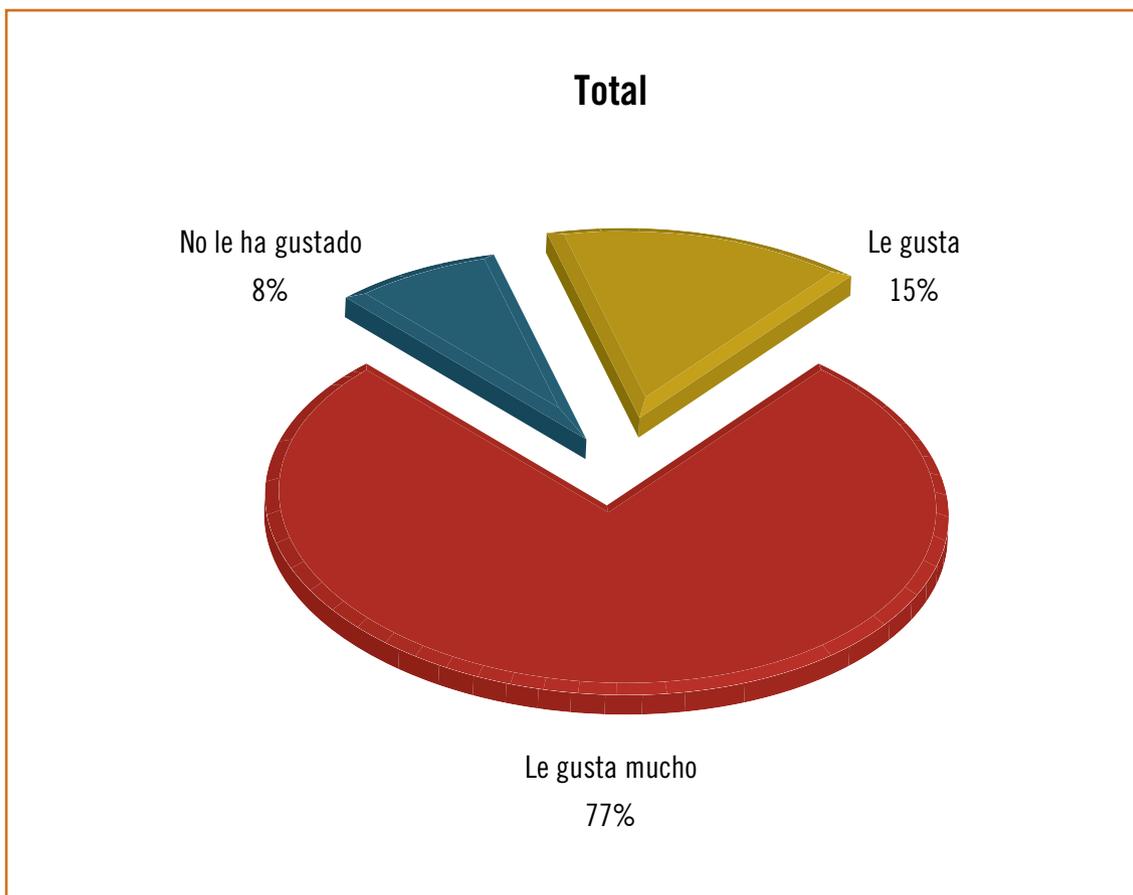
GRÁFICA 20 Visita control



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección Visitas y Prácticas, 2014.

En estas visitas de control hemos podido comprobar que el 92% de nuestros estudiantes que se encuentra realizando su año de práctica empresarial se encuentra satisfecho con esta. Al evaluar el desempeño del practicante, obtuvimos en la muestra que el promedio de calificación que el jefe le da es de 8.9, lo que coincide con la calificación del estudiante sobre la satisfacción de su práctica, que en promedio da 8.7.

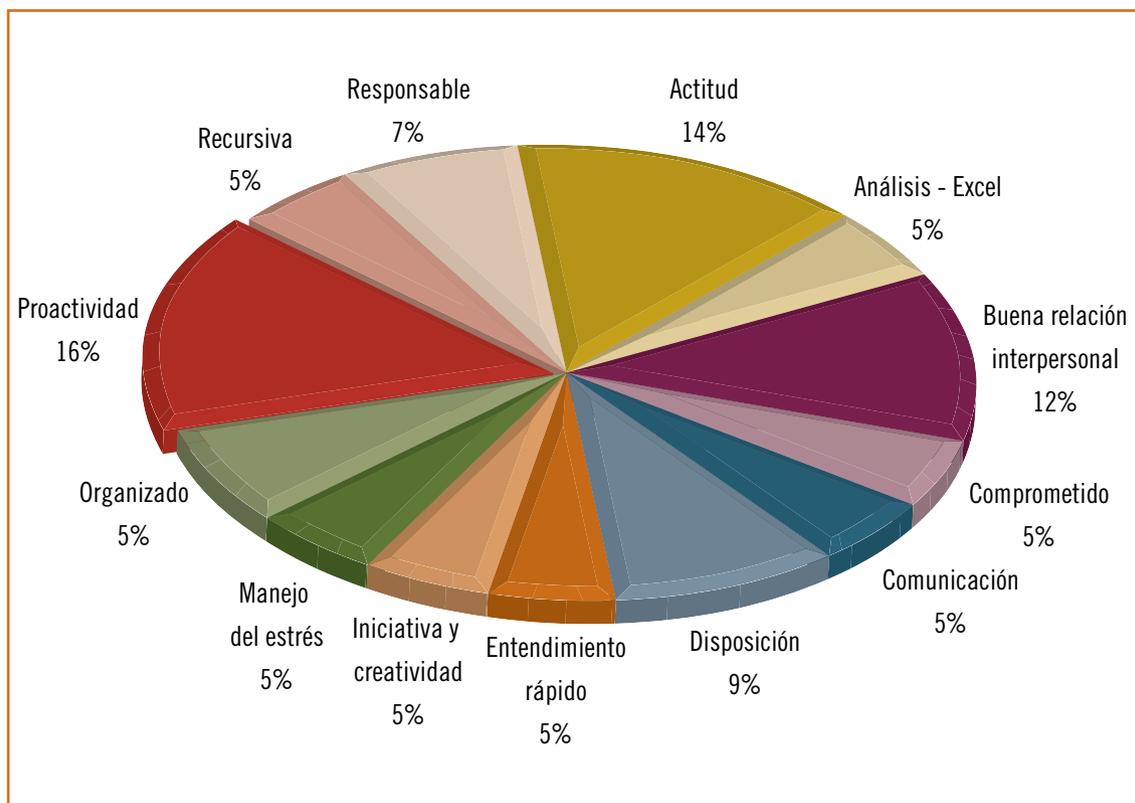
**GRÁFICA 21.** Calificación de la práctica por parte de los estudiantes



**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Visitas y Prácticas, 2014.

Estas visitas también nos han permitido identificar las fortalezas del perfil de nuestros estudiantes, donde muchas veces sus jefes hablan de una formación integral con un fuerte desarrollo de sus habilidades blandas, sobresaliendo en las relaciones interpersonales, la proactividad, la actitud y disposición.

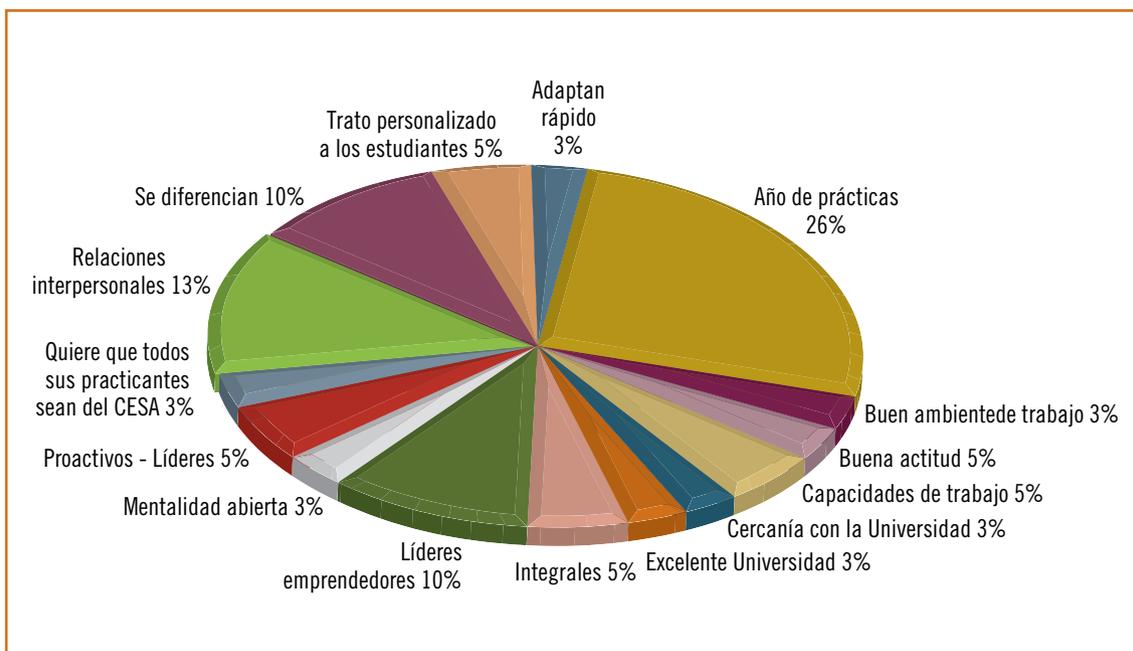
GRÁFICA 22. Fortalezas de los practicantes según los empleadores



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección Visitas y Prácticas, 2014.

Al analizar las razones de preferencia hacia nuestro programa de prácticas con respecto a las ofrecidas por otras universidades, vemos nuevamente que uno de los grandes diferenciadores dentro del mercado laboral se debe al periodo de un año y que esta se realice en los dos últimos semestres, no teniendo que volver nuevamente a la universidad luego de finalizar esta experiencia académica.

**GRÁFICA 23.** Preferencia del programa de prácticas según los empleadores



**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Visitas y Prácticas, 2014.

Otro de los elementos fuertes detectados es que nuestros estudiantes realmente están sobresaliendo ante practicantes de otras universidades en su relacionamiento, así como en su liderazgo y emprendimiento.

De estas visitas se puede concluir que realmente estamos logrando un diferenciador en cercanía con las empresas en el periodo de un año de prácticas, y en un perfil de profesionales íntegros, con muy buena formación académica, muy fuertes en relaciones interpersonales, proactivos, con criterio propio e iniciativa, con un exponente internacional, y adaptables a los cambios. Este perfil es muy deseado y requerido por el sector empresarial.

## ***Desayunos con los jefes de practicantes***

Durante el año 2014 se buscó que estos desayunos generaran algún beneficio o enriquecimiento a los jefes participantes, tratando siempre un tema de interés detectado a través de las visitas de control a practicantes.

En el primer semestre se les dictó a los jefes asistentes una conferencia de la coach Cristina Jacobsen Aparicio sobre “Cómo desarrollar el liderazgo a nuestro practicante”.

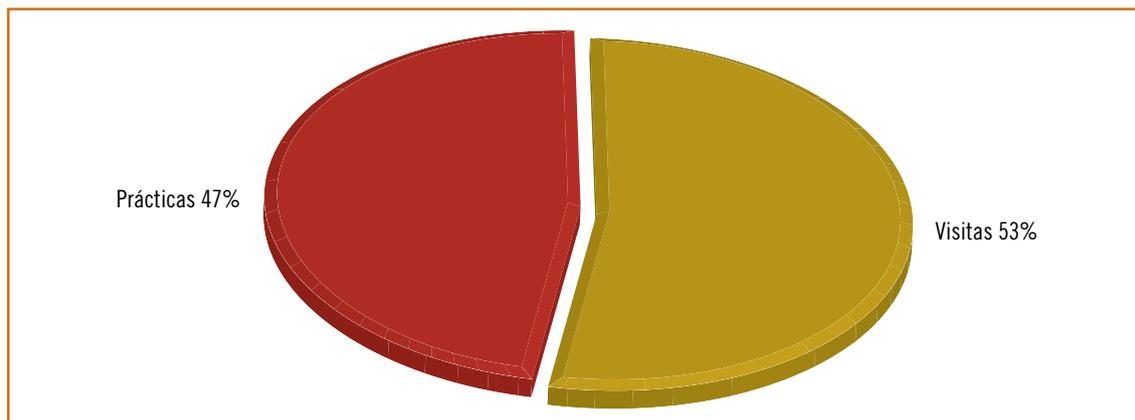
Para el segundo semestre tratamos el tema de “Educando para la felicidad”, dado por nuestro profesor Andrés Ramírez Ordoñez.

Estos desayunos conferencias han tenido gran acogida, con un promedio de asistencia de 35 jefes de practicantes, y donde muchas veces en las visitas de control ha salido a relucir la importancia y el valor que le dan a estas conferencias.

## ***Consecución de prácticas empresariales***

En el estudio mencionado al principio de este informe, en el que se buscó medir el acercamiento de este departamento al sector empresarial, vimos que por el programa de Prácticas Empresariales en el año 2014 establecimos relación con 199 empresas diferentes.

**GRÁFICA 24.** Empresas contactadas para visitas y prácticas

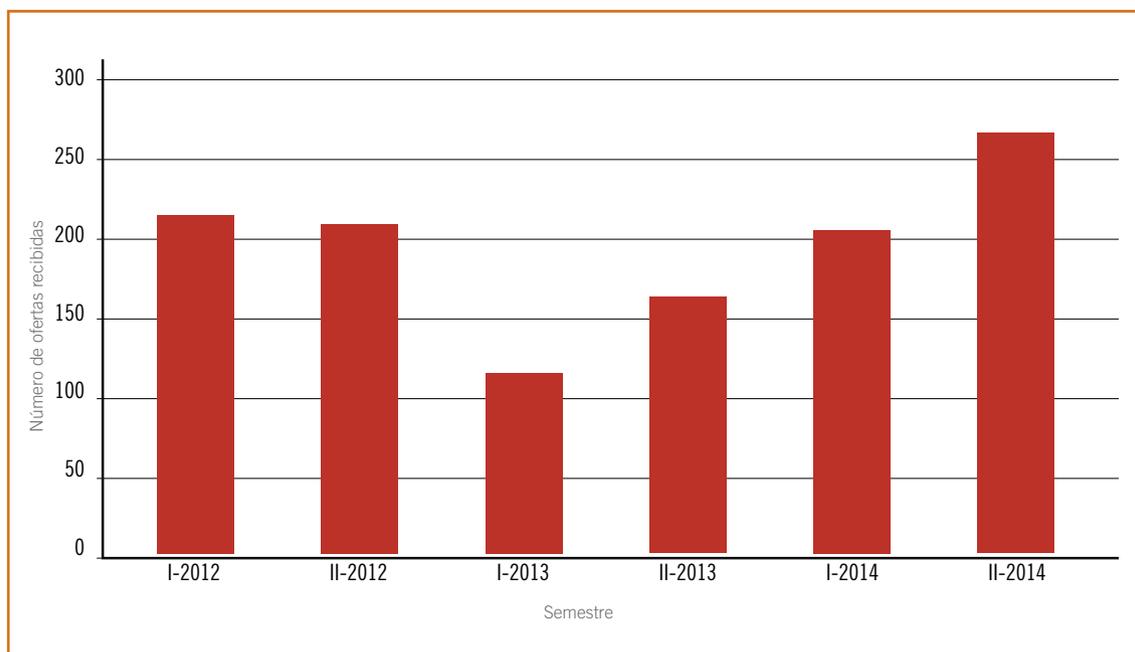


**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Visitas y Prácticas, 2014.

En el primer semestre del 2014 se recibieron 205 ofertas de prácticas, dentro de un total 105 empresas diferentes, para ubicar a 76 estudiantes.

Para el segundo semestre, 71 estudiantes fueron ubicados en sus prácticas entre 268 ofertas, recibidas de 132 empresas.

**GRÁFICA 25.** Ofertas recibidas para prácticas



**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Visitas y Prácticas, 2014.

De esta manera se cumplió con la ubicación de la totalidad de los estudiantes que deberían ingresar a prácticas empresariales durante ambos semestres.

Es importante visualizar que estamos teniendo cerca de tres ofertas posibles por estudiante que ingresa a prácticas como un aumento de empresas solicitantes, lo que demuestra que nuestros practicantes son cada vez más solicitados y apetecidos por el mercado.

## Consecución de prácticas empresariales internacionales

El aumento de oportunidades en el exterior para que los estudiantes realicen su práctica empresarial ha sido uno de los objetivos principales de las directrices del CESA en su propósito de abrir oportunidades internacionales para sus estudiantes, con el fin de que el 100% se gradúe habiendo tenido una experiencia en el exterior, ya sea de estudio o laboral.

En el año 2014 se ubicaron en prácticas desarrolladas en el exterior un total 13 estudiantes. En el primer semestre siete estudiantes fueron ubicados; y para el segundo semestre, seis.

Nuestro mayor empleador de practicantes en el exterior sigue siendo PROEXPORT.

**TABLA 27.** Prácticas en el exterior 2014

| Primer semestre 2014  |                                  |                           |                |         |
|-----------------------|----------------------------------|---------------------------|----------------|---------|
|                       | Nombre                           | Empresa                   | País           | Tiempo  |
| 1                     | Cáceres Orduz Carolina           | Proexport                 | Alemania       | 1 Año   |
| 2                     | Campo Ana Mercedes               | Proexport                 | Portugal       | 1 Año   |
| 3                     | Dordevick Erika                  | Proexport                 | Alemania       | 1 Año   |
| 4                     | Morales Daniel                   | Kpmg                      | España         | 6 Meses |
| 5                     | Patiño Gabriela                  | Iriding Academy           | Estados Unidos | 1 Año   |
| 6                     | Perdomo Harker Juan Pablo        | Proexport                 | Inglaterra     | 1 Año   |
| 7                     | Polo Andres Felipe               | Microbio Gentleman        | España         | 1 Año   |
| Segundo semestre 2014 |                                  |                           |                |         |
| 1                     | Gómez Guerrero María             | Of. Comercial De Colombia | Washington     | 1 Año   |
| 2                     | Puertas Camarco Estefanía        | Proexport                 | Miami          | 1 Año   |
| 3                     | Villegas Echeverry Pablo         | Interglass                | Miami          | 1 Año   |
| 4                     | Steiner Alejandro                | Prebuilt                  | Portugal       | 6 Meses |
| 5                     | Daccarett Bojanini Joseph Miguel | Calkin Burke & Zannie Sa  | Mexico         | 1 Año   |
| 6                     | Quirós Julián                    | Cepsa                     | España         | 1 Año   |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Visitas y Prácticas, 2014.

# Estudio de investigación sobre las prácticas empresariales

La práctica empresarial que realizan los estudiantes del CESA durante los dos últimos semestres de la carrera como requisito para la obtención del título de Administrador de Empresas es de formación académica. Esta busca ayudar al estudiante a profundizar los conceptos aprendidos, desarrollar habilidades, aprender a manejar situaciones y servir como enlace para facilitar su introducción a la vida laboral.

A finales del primer semestre del 2014 se realizó nuevamente la investigación que se viene realizando anualmente con el propósito de conocer el verdadero alcance y aporte de las prácticas empresariales en la vida profesional y personal de nuestros egresados.

Se tomó como muestra a los estudiantes del CESA pertenecientes a la promoción 2014-I. Del total de 77 egresados, obtuvimos una respuesta de 67, con lo que se logró entrevistar al 87% de esta promoción.

La investigación arrojó los siguientes resultados a considerar:

- El 81% de los encuestados obtuvo su práctica empresarial por intermedio del CESA, con lo que se muestra que tan solo un 19% consiguió su práctica laboral por otros medios.
- El 97% realizó una práctica por un término de un año, y tan solo un 3%, lo que representa solo dos estudiantes de los 67 encuestados, cambió de práctica a los seis meses.
- Las áreas de mayor interés de nuestros estudiantes para la realización de su práctica fueron: Mercadeo (43%), Finanzas (12%), Comercial (12%), Logística (3%) y Recursos Humanos (4%). El 25% restante lo realizó en áreas

diferentes. Esto nos arroja una información interesante a considerar para el diseño de asignaturas ofrecidas en el pregrado, ya que muchos manifestaron que no se ofrecen suficientes asignaturas que les ayuden a desarrollar competencias en estas nuevas áreas.

- Al preguntar al recién egresado sobre el aporte de esta actividad académica a su vida personal y profesional: el 27% aprendió sobre la dinámica laboral, a un 14% le sirvió para desarrollar habilidades para el manejo de las relaciones interpersonales, y a un 4% para definir el área de interés hacia donde quiere dirigir su plan de carrera. Pero lo más positivo fue que el 55% respondió la opción que abarca todas las respuestas anteriores. Entre otras, manifestaron que les sirvió para obtener autonomía, organización y manejo del tiempo, expresando así una totalidad de aprendizaje y ejecución.
- Continuando por conocer cómo fue la experiencia de los estudiantes durante su práctica, se les preguntó cuánto habían logrado que se les delegara. El 74% de los estudiantes lograron que sus jefes les delegaran más del 70% de las funciones de sus cargos, y un 46% de estos logró que se le delegara entre un 90% - 100% de las funciones.
- Al indagar sobre la satisfacción que habían tenido con su práctica, el 70% de los estudiantes expresaron una calificación por encima del 70%, dentro de los cuales el 34% estaba por arriba del 90%.
- El 42% de los practicantes recibieron una oferta laboral debido a su buen desempeño y por vacantes dentro de las empresas; el 71% aceptaron la oferta. En términos de números, de los 67 encuestados, 20 estudiantes se quedaron laborando como profesionales en las empresas donde desarrollaron sus prácticas. El 29% no aceptó la oferta recibida debido a diferentes motivos: veían pocas posibilidades de crecimiento, quería irse a trabajar en los negocios de la familia, o viajar al exterior a continuar con sus estudios.

- Para finalizar la investigación, se buscó conocer si contaron con los conocimientos y las herramientas adecuadas para obtener un buen desempeño dentro de la práctica laboral. De esto se evidenció que el 94% de los encuestados se sintió bien preparado para afrontar la práctica laboral.

Se puede concluir, a través de la información recopilada de los egresados, que las prácticas empresariales cumplen con su finalidad, que realmente aportan a los estudiantes para su vida personal y profesional, como también les facilitan su ingreso al sector laboral. Además, se puede concluir que terminan bien preparados su carrera y con las herramientas adecuadas para la vida laboral.

## AECESA

La Asociación de Egresados del CESA (AECESA) se encuentra compuesta por una junta directiva elegida en la asamblea por periodos de dos años, de acuerdo a los estatutos de la asociación, y por comités conformados por egresados del CESA, que aportan tiempo y experiencia en beneficio de la comunidad de egresados. Dichos comités son: comunidad, comunicaciones, emprendimiento, financiero y valor social.

El cumplimiento de las metas establecidas por la junta directiva, sumado a la gestión de la operación, generación de proyectos y acompañamiento de los diferentes comités, se encuentra a cargo del director(a) ejecutivo (miembro partícipe de todos los comités referidos en el presente informe de gestión), que a su vez cuenta con una asistente, un practicante y una administradora de contenido.

Para el año 2014 la junta directiva se encontró compuestas por:

|                       |                |
|-----------------------|----------------|
| Germán Echavarría     | Presidente     |
| Juanita Ordóñez       | Vicepresidente |
| Emilio Pizano         | Tesorero       |
| Natalia Caballero     | Secretario     |
| Claudia Gil           | Vocal          |
| Guillermo Rozo        | Vocal          |
| Catalina Ramírez      | Vocal          |
| Luisa Villegas        | Vocal          |
| Juan Carlos Rodríguez | Vocal          |

Adicionalmente, contó con cinco vocales suplentes:

|                        |
|------------------------|
| Joanna Ayala           |
| Ma. Ángela Zarate      |
| Catalina Saab          |
| Juan Guillermo Sánchez |
| Fernando Lee           |

La conformación de los comités de trabajo de AECESA durante el año 2014 fue la siguiente:

| Comité de Comunidad    |
|------------------------|
| Luisa Villegas – Líder |
| Juanita Ordóñez        |
| Natalia Caballero      |
| Patricia Jiménez       |
| Catalina Saab          |
| Nicolás Farah          |

| Comité de Comunicaciones |
|--------------------------|
| Natalia Caballero        |
| Ma. Ángela Zárata        |

| Comité de Emprendimiento |
|--------------------------|
| Claudia Gil – Líder      |
| Guillermo Rozo           |
| Inés Elvira Londoño      |
| Carolina Sáenz           |
| Carlos Vallejo           |
| Juan Guillermo Sánchez   |
| Juan Martín Cardona      |

| Comité Financiero:        |
|---------------------------|
| Germán Echavarría - Líder |
| Emilio Pizano             |
| Catalina Ramírez          |
| Andrés Botero             |

| Comité de Valor Social        |
|-------------------------------|
| Juan Carlos Rodríguez – Líder |
| Juliana Gómez                 |
| Ángela Feged                  |
| Enrique Casas                 |

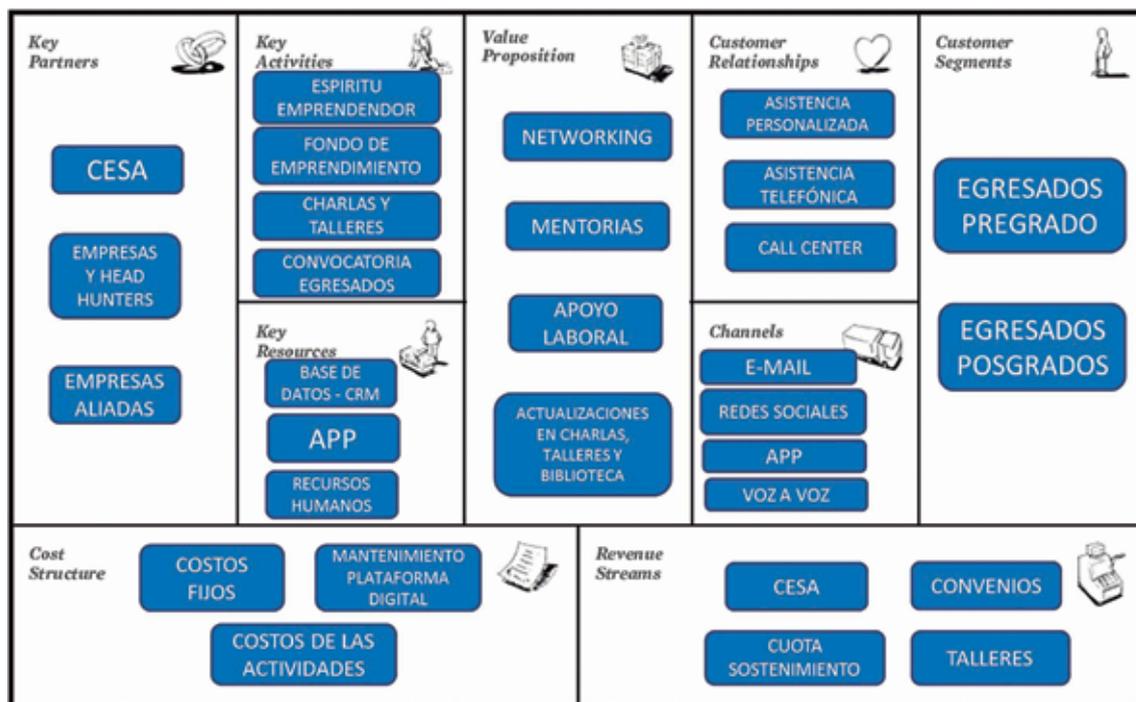
Por su parte, la oficina de AECESA está conformada por:

|   |
|---|
| Marcela Moreno – Directora ejecutiva AECESA     |
| Claudia Pardo – Asistente AECESA                |
| Adriana Sarmiento – Administradora de contenido |
| Luisa Vargas – Practicante                      |

De esta forma, son alrededor de 28 egresados trabajando para la asociación, lo cual la hace más dinámica en todo sentido, ya que se tiene representación de diferentes programas y promociones.

# Modelo de negocio AECESA

GRÁFICA 26. Modelo (Canvas)



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección AECESA, 2014

## Comité de Comunidad

El Comité de Comunidad AECESA es el encargado de diseñar, desarrollar e implementar estrategias encaminadas a hacer de la asociación una entidad atractiva para sus miembros a través de eventos laborales, culturales, sociales y deportivos, donde el principal objetivo es generar *networking* y beneficios para los egresados.

Este comité está encargado del desarrollo del contenido de las herramientas de comunicación de la asociación, y en especial del contenido del proyecto APP.

## Eventos 2014:

Con una creciente participación de los egresados de pregrado y posgrado del CESA, se llevaron a cabo, durante el 2014, diferentes tipos de charlas, que les permitieron a muchos de ellos volver a su *alma mater* después de varios años de graduados, y constatar el enorme crecimiento del CESA tanto en aspectos académicos como de infraestructura:

**Ciclo de charlas Tomémonos un café con...:** los egresados tuvieron un espacio para compartir con líderes de opinión. En el 2014 se contó con la participación de:

- Laura Camacho, Gerente General de Google Colombia, quien nos habló acerca de la importancia del mercadeo digital en las empresas colombianas. Asistieron alrededor de 70 egresados.
- Luis Guillermo Plata, Presidente de ProBogotá, quien nos habló sobre los diferentes aspectos desde los cuales como empresarios podemos contribuir con el mejoramiento y crecimiento de nuestra ciudad. Asistieron alrededor de 30 egresados.

**Taller Desrutinizando el día a día:** se llevó a cabo este taller para explorar estrategias de creatividad, innovación y trabajo en equipo.

**Taller Cata de café:** se llevó a cabo un taller donde los egresados aprendieron a catar y preparar diferentes tipos de café.

**Coctel de egresados:** se realizó un primer coctel de reencuentro de egresados de la especialización de Mercadeo Estratégico de las promociones de 1998 a 2006. Se contó con la presencia de Paola Aldaz, CMO de Coca-Cola, quien habló sobre el futuro del marketing.

**Encuentro de egresados 30 años:** se realizó en Casa CESA un coctel con los egresados que cumplieron 30 años de graduados.

**Ciclo de charlas sobre El Mercado Laboral (Michael Page):** se inició un ciclo de charlas sobre temas laborales donde la primera charla trató sobre cuáles son las estrategias de búsqueda de los *head hunters* y cómo esta es el mercado laboral en Colombia. La charla tuvo alrededor de 25 asistentes.

**Desayunos de apertura y clausura de los grupos de mentores y panelistas de Espíritu Emprendedor:** se llevaron a cabo cinco desayunos para los egresados del CESA que participaron como mentores y panelistas en el programa de Espíritu Emprendedor de cuarto semestre, donde se capacitaron en su rol y sus funciones.

## Comité de Comunicaciones

Su principal objetivo es diseñar un plan que permita tener contactos estructurados, oportunos, periódicos, metódicos y que le generen valor a la comunidad.

Se definió trabajar en diferentes medios de comunicación, así:

- **APP:** Se definió como prioridad el desarrollo de una APP que una a los egresados del CESA, los acerque a su *alma mater*, los mantenga en contacto, les ofrezca beneficios atractivos, y su membresía sea motivo de orgullo profesional y personal, de manera que se logre posicionar la asociación de egresados del CESA.
- **Mailing:** El objetivo del *mailing* es comunicar noticias de alto impacto que requieran de un medio adicional de comunicación. Se comunica información de diferentes departamentos del CESA e información relevante de Aecesa. El porcentaje promedio de apertura y lectura de los mail fue de un 30%.
- **Página web:** El objetivo es mantener informada a la comunidad CESA sobre las noticias de Aecesa. Su público objetivo es toda la comunidad: egresados, estudiantes, administrativos y profesores. Se comunican convenios, alianzas, eventos e información de interés.

- **LinkedIn:** El objetivo es compartir el perfil de los egresados del CESA. Su público objetivo son todos los egresados inscritos en LinkedIn, y se comunicarán noticias y ofertas relacionadas con empleo.

Durante el año 2014, se llevó a cabo un proceso de cotización de varias agencias con el fin de analizar y determinar la agencia que desarrollaría la APP. Se cotizó la APP con: Geometry, Radical, Wikot, Ingecall y 22Cero2.

La empresa seleccionada fue 22Cero2, que desarrolló la APP con los módulos:

1. Perfil: el cual puede ser alimentado de la base de datos de Aecesa y de LinkedIn.
2. Carné virtual: para hacer uso de los convenios
3. Alianzas y beneficios: con diferentes empresas
4. Bolsa de empleo: para publicar o aplicar a empleos
5. Eventos y capacitaciones: de Aecesa y CESA
6. Clasificados: información para compartir
7. Novedades: de Aecesa y CESA
8. Directorio: para los egresados que autoricen compartir datos
9. Contáctenos: en contacto con Aecesa
10. Muro: para compartir links o enlaces de interés.

El desarrollo de la APP finalizó en diciembre y entrará a pruebas en el mes de enero de 2015.

## Comité de Emprendimiento

El objetivo del comité de emprendimiento es enriquecer con ideas y acciones concretas el proceso de Espíritu Emprendedor.

Dentro de las principales actividades trabajadas en el comité está la de ser proveedores de mentores y panelistas para el programa de Espíritu Emprendedor de cuarto semestre. Para lo anterior, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Actualización y ampliación de la base de datos: actualmente se cuenta con una base de datos actualizada de 104 mentores activos y 60 mentores potenciales, los cuales han manifestado su interés en diferentes eventos de Aecesa o han sido referidos por otro egresado. También contamos con una base de datos de 200 panelistas.
- Ampliación del conocimiento del perfil del mentor y panelista: se le pidió a los mentores y panelistas su hoja de vida actualizada y que diligenciaran un formato donde se les hacen preguntas adicionales sobre logros, dominios, bilingüismo y habilidades destacadas. Con lo anterior, se ha mejorado la asignación de los mentores a los proyectos de los estudiantes.
- Documentación de procesos, manuales y formatos: durante el 2014 se hizo una revisión de todos los documentos y cartas entregadas a los diferentes actores de Espíritu, formatos de evaluación, y manuales de mentores y panelistas.
- Participación en las actividades del CLE para conocer en detalle los diferentes proyectos de los estudiantes y hacer una mejor asignación de mentores y panelistas.
- Capacitación a mentores y panelistas: se llevaron a cabo desayunos donde se les hicieron presentaciones a los egresados sobre el rol y las funciones de los mentores y panelistas, así como sobre las metodologías del programa.

- Desayunos de apertura y clausura del programa: se llevaron a cabo dos desayunos de apertura y dos de clausura. En los desayunos de apertura participaron los mentores, CLE y los profesores, lo cual fue importante para que todos estuvieran alineados. Igualmente, el CLE invitó a los mentores a participar en la sesión donde los estudiantes estarían viendo el modelo de negocio Canvas. En cuanto a los panelistas, también se llevó a cabo un desayuno de apertura donde los panelistas entendieron los objetivos del programa y las pautas para evaluar los proyectos presentados por los estudiantes.
- Reunión de cierre con el CLE: se llevó a cabo una reunión después de cada semestre, donde se pudieron compartir los resultados y acciones de mejora.
- Presentación de las memorias del semestre al rector del CESA: se llevaron a cabo dos reuniones con el rector del CESA donde se le presentaron los resultados de cada semestre y el plan de acción para el siguiente.
- Bitácora: a través de un google doc se lleva el seguimiento de todas las reuniones que llevan a cabo los mentores con sus grupos, y en ella quedan consignados los requerimientos y comentarios que tengan los mentores.

Otras de las actividades principales del comité fueron:

- Acuerdo fondo de emprendimiento: en el mes de julio se firmó el acuerdo por parte del CESA y Aecesa para la apertura del fondo que apoyará los emprendimientos de la comunidad. Lo anterior como contraprestación al trabajo de los egresados mentores.
- Formación de mentores: se inició, junto con el CLE, la definición de los temas que incluiría el diplomado para formar mentores para el ecosistema de emprendimiento del país.

Los resultados obtenidos en el 2014 fueron:

- Participaron el primer semestre 28 mentores y 56 panelistas, y en el segundo semestre 30 mentores y 72 panelistas.
- A la pregunta ¿cuánto cree que le aportó el mentor en la realización de su proyecto? La respuesta entre algo y mucho fue del 86% el primer semestre, y 89% el segundo semestre.
- A la pregunta ¿cuánto inspiró el mentor a su grupo? La respuesta entre algo y mucho fue del 86% en el primer semestre y 90% en el segundo semestre.
- A la pregunta ¿cree que su mentor debería volver a ser mentor? La respuesta afirmativa fue del 80% en el primer semestre, y 85% en el segundo.

## Comité Financiero

El objetivo de este comité es definir las estrategias para conseguir recursos de tal forma que AECESA sea autosostenible.

Durante el 2014 el comité llevó a cabo las siguientes actividades:

- Seguimiento a los estados financieros mensuales de Aecesa.
- Realización de nuevos convenios para ser incluidos en la nueva herramienta de comunicación – APP.
- Preparar estrategia para inicio de cobro de afiliación.

### **Cobro cuota de afiliación:**

Se definió que la cuota de sostenimiento de la asociación se empezará a cobrar una vez se haya lanzado la APP, de tal manera que el egresado vea los beneficios tangibles por pertenecer a la asociación.

**Normas NIIF:** Junto con el asesor Néstor Triana se hizo el diagnóstico y plan de acción para que se termine dicho proceso en abril del 2015.

**Convenios:** Actualmente se están haciendo nuevos contactos con empresas de egresados con el fin de ampliar el portafolio de convenios para beneficio de la comunidad de egresados. Al momento contamos con más de 20 convenios para los egresados.

## Comité de valor social

El objetivo del comité es generar un programa en el que los egresados, a través de su conocimiento y experiencia, puedan aportar y generar valor a la sociedad.

Se invitó al comité a Lucía Perez, coordinadora social del CLE, quien nos contactó con los egresados Julián Cabrera y Andrés Prieroty para conocer su fundación.

La egresada Juliana Gómez nos da a conocer la fundación en la cual trabaja, Proyecto de Vida, que ayuda a la población infantil.

Se inicia la evaluación para llevar a cabo un curso de vacaciones para los niños de la fundación, estilo Escuela de Líderes de los hijos de la comunidad CESA.

El comité definió sus objetivos e inició la búsqueda para encontrar los programas en los cuales se pueda hacer una alianza para que los egresados aporten de diferentes maneras.

### Beneficios para los egresados

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p><b>Programa ESPÍRITU EMPRENDEDOR</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Los egresados participan como mentores o como panelistas en los proyectos de empresa de los estudiantes de 4 semestre.</li></ul>      | <p><b>Convenios y aliazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Los egresados pueden generar convenios entre AECESA y las empresas en las que trabajan.</li><li>• Esto genera beneficios para la comunidad de los egresados, para las empresas y para AECESA.</li></ul> | <p><b>Programas del CESA</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Formación ejecutiva: cursos, talleres y diplomados con descuentos especiales para los egresados y para sus empresas.</li><li>• Especializaciones y maestrías de mercadeo y finanzas.</li><li>• MBA con doble titulación.</li></ul> |
| <p><b>Fondo de Capital Semilla emprendimientos de los egresados en etapa de incubación.</b></p>   | <p><b>Ofertas Laborales</b></p>   | <p><b>Charlas de actualidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ciclo: Tomémonos un café con...</li></ul>   |
| <p><b>Servicios adicionales</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Biblioteca virtual.</li><li>• Capacitación mercadeo digital, etc.</li><li>• Apoyo y direccionamiento personalizado a los egresados.</li></ul> | <p><b>Cursos y talleres de interés</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Taller de cata y preparación de café</li><li>• Cata de té</li><li>• Otros</li></ul>  | <p><b>Reencuentro de egresados</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Reencuentro especializaciones</li><li>• Aniversario pregrado</li></ul>   |

# Actualización de la base de datos

Actualización permanente de la base de datos y ampliación cada día de los campos encaminados a lograr un CRM en la asociación.

- **File Maker:** Se llevó a cabo un proceso en el cual se unificaron las bases de datos del CESA, se cruzaron en file maker, asegurando que todos los egresados con acta de grado se encuentren incluidos en esta.

Posteriormente, se incluyeron nuevos campos que nos generaran un mayor conocimiento sobre cada egresado, así:

> Emprendedor:

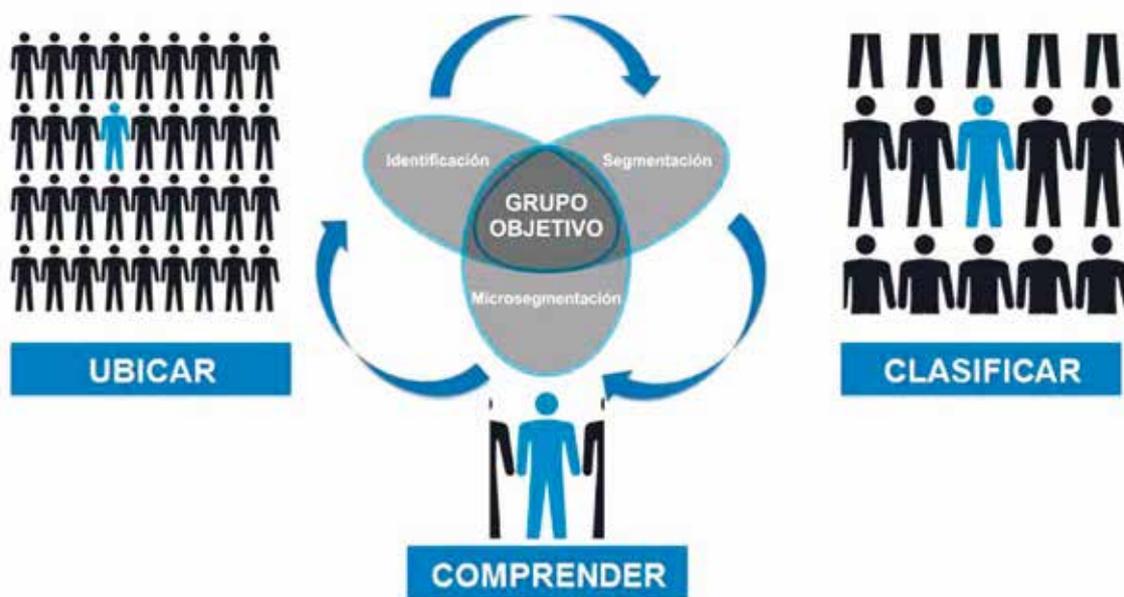
> Hobbies:

- **Golf, tenis, fútbol, otros**

> QEPD

Adicionalmente, en el registro de cada egresado se podrá anexar su hoja de vida en PDF.

- Durante el 2014 se actualizó la información de los egresados a través de los diferentes eventos realizados en la asociación.



### Visita de los pares

Se convocaron egresados destacados y cercanos a la asociación de egresados, y se logró una asistencia de 31 a la reunión de pares para la acreditación del CESA.

### Bolsa de empleo

TABLA 28. Ofertas de empleo

| Mes     | Cantidad de aspirantes |
|---------|------------------------|
| Enero   | 390                    |
| Febrero | 267                    |
| Marzo   | 290                    |
| Abril   | 263                    |
| Mayo    | 338                    |
| Junio   | 234                    |

| Mes          | Cantidad de aspirantes |
|--------------|------------------------|
| Julio        | 258                    |
| Agosto       | 236                    |
| Septiembre   | 235                    |
| Octubre      | 546                    |
| Noviembre    | 317                    |
| Diciembre    | 325                    |
| <b>Total</b> | <b>3.699</b>           |

203 empresas ofrecieron 406 cargos durante el año 2014.

## Proyecto Mentores de Vida

Este comité tiene como objetivo brindar apoyo a la comunidad CESA y que encuentren un egresado con quien puedan tratar algún tema particular, ya sea académico, laboral o personal. Se busca que el grupo de egresados de apoyo tenga algún tipo de competencias y conocimientos para brindar un mejor apoyo a la comunidad.

Comité conformado por:

|                     |                              |
|---------------------|------------------------------|
| Ángela Posse        | Gte UGE                      |
| Ma. Teresa Sánchez  | Dir Bienestar                |
| Inés Elvira Londoño | Egresada – Coach certificada |
| Laura Bermúdez      | Dir. de visitas y prácticas  |
| Marcela Moreno      | Dir. Acesa                   |

Se definieron los grupos que se apoyarán:

|                                      |
|--------------------------------------|
| Estudiantes en periodos de prueba    |
| Counseling in house                  |
| Practicantes                         |
| Egresados:                           |
| o Recién egresados                   |
| o Egresados que no consiguen trabajo |

## Actividades legales

- Reglamento de Habeas Data. Se pidió asesoría a la abogada, quien revisó el reglamento de habeas data para la asociación.
- Términos y condiciones de APP. Se pidió asesoría a la abogada, quien revisó el documento de términos y condiciones para la aplicación.

- Reglamento de bolsa de empleo. Se pidió asesoría al abogado y profesor de cátedra del CESA, el doctor Juan Camilo Pérez, quien certificó que la asociación de egresados del CESA no requiere de una bolsa de empleo pública, por lo que no se requiere radicar el reglamento ante el Ministerio de Trabajo. Dicha consulta también fue realizada en el Ministerio Público, que confirmó lo mismo.
- Revisión de contratos. Se llevaron a cabo reuniones con los convenios AIG y Colsánitas – Sotelo&Sotelo para revisar los términos de los acuerdo. Se hicieron unos cambios en los convenios asegurándonos de que Aecesa no tenga responsabilidad de recaudo excepto en los casos en que se hace un descuento de nómina a los empleados del CESA.

De acuerdo a lo estipulado en la Ley 222 de 1995, en el artículo 47, se da constancia del cumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor por parte de AECESA.

Todo miembro de AECESA firmó un documento de confidencialidad, en cuanto a lo concerniente a la política de tratamiento de la información personal de los egresados.

Igualmente, se da constancia, de acuerdo a la Ley 1676 del 20 de agosto de 2013, de que Aecesa no entorpeció la libre circulación de las facturas de vendedores y proveedores.

En cuanto a temas jurídicos, AECESA no tiene ningún proceso jurídico en curso con los diferente entes gubernamentales y legislativos.



# Modernización

5



|   |     |
|---|-----|
| Biblioteca-Craii al servicio de la comunidad CESA ..... | 178 |
| Financiero .....  | 190 |
| Comunicaciones .....                                    | 196 |
| Gestión humana .....                                    | 224 |
| Infraestructura .....                                   | 231 |



# BIBLIOTECA-CRAII AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD CESA

## **Un moderno centro de recursos para el aprendizaje, la investigación y la innovación**

La Biblioteca ha sido la columna vertebral del CESA desde su fundación en 1975. Hoy en día está constituida como un Centro de Recursos para el Aprendizaje, la Investigación y la Innovación - CRAII, y sigue consolidándose como “el corazón de la academia”, artífice en la formación de los mejores líderes empresariales del país egresados del CESA.

La Biblioteca apoya los procesos de formación integral, facilitando los recursos físicos y virtuales ligados a la implementación de los modelos y procesos pedagógicos de transformación e innovación del CESA; y contribuye al fomento de los hábitos de lectura académica, formación cultural y artística. De la misma manera, la integración activa en los diferentes procesos de docencia, investigación, proyección social, internacionalización y nuevos modelos de la educación para transformar, innovar, crear y formar integralmente ha permitido que se consolide la Biblioteca como una de las mejores de América Latina en el área de administración y negocios.

Nuestro compromiso es poner a disposición de la comunidad de usuarios CESA el Centro de Recursos para el Aprendizaje, la Investigación e Innovación (CRAII) donde se integren las experiencias de aprendizajes de nuestros estudiantes, los espacios de encuentro docente-alumno, recreación, cultura, nuevos escenarios en el entorno digital y otros recursos de interés general.

# Sistema de gestión de calidad Biblioteca

Se logró la certificación de la Biblioteca en la Norma ISO 9001:2008, en la que la participación activa y directa de toda la comunidad CESA fue fundamental para cumplir con los estándares y normas en los procesos misionales de: gestión de servicios, gestión de recursos de información, gestión de recursos y contenidos digitales, Biblioteca como centro de cultura y alfabetización informacional, y los procesos de áreas de apoyo. Esta certificación fue el resultado del trabajo en equipo, la integración de esfuerzos, del mejoramiento continuo y liderazgo aplicado en el CESA a través estos 40 años; así como del apoyo permanente y decidido de los consejos directivos, los rectores, fundadores y docentes que ven la Biblioteca como el “corazón de la academia”; de las donaciones de los amigos de la Biblioteca, como los doctores Gilberto Arango Londoño, Francisco Mejía Vélez, Jorge Rocha Rodríguez, Marco Fidel Rocha Rodríguez, Óscar Gómez Villegas, Miguel Fadul Chalela, Jaime Lizarralde Lora, General (R) Álvaro Valencia Tovar, Fabio Gómez Arrubla, y otros fundadores que en los inicios del CESA enviaron libros, revistas y documentos de sus bibliotecas privadas; y de todo el personal administrativo que diariamente ha aportan con su compromiso y tareas su grano de arena para esta importante distinción. Los resultados fueron:

1. Levantamiento y documentación de procesos y procedimientos del SGC biblioteca (áreas misionales y áreas de apoyo. Definición estructura organizacional Biblioteca).
2. Aprobación y divulgación política de calidad CESA.
3. Capacitación gestión humana SGC.
4. Gestión humana CESA SGC Biblioteca.
5. Divulgación y visibilidad del SGC Biblioteca.

6. Procesos de mejoramiento continuo SGC Biblioteca.
7. Actualización y presentación de documentación Acreditación Institucional.
8. Se elaboró y presentó a Vicerrectoría Académica propuesta Plan Direccionamiento Estratégico Biblioteca CESA-CRAII 2015-2020, la recomendación es organizarlo según las Líneas Estratégicas Direccionamiento Estratégico CESA 2015-2020 y planes de acción partir del 2015.
9. Se participó en la trazabilidad de la implementación del Sistema de Información ERP CESA.

## Infraestructura física y tecnológica

Se inauguró la biblioteca-CRAII con una moderna infraestructura física, tecnológica y de servicios, ampliando la capacidad en áreas de estudios (634m<sup>2</sup>) para 200 puestos de trabajo (15 salas de estudio con mesas especiales de tableros en acrílico), estaciones de consulta, zona ecosistema y fuente de agua. Se realizó el lanzamiento de la Sala de Estudios de Corea con el aporte de la Embajada de Corea-CESA. Esta sala contiene más de 400 libros, revistas y material audiovisual, todos ellos con la temática de estudios e información de Corea, y se constituye en la colección más grande de Colombia dedicada a Corea y Asia-Pacífico. Además, se contienen ahora los Centros de apoyo DIGA y Sala TOEFL.

En tecnologías de información y comunicación:

- Se Implementó nuevo Sistema de Información Software bibliográfico KOHA. El Sistema de Información especializado para bibliotecas KOHA es un sistema

ampliamente utilizado en el mundo, y con amplia aceptación y expansión en toda América Latina. Este sistema ha dado positiva respuesta a las necesidades y expectativas que tenía la Biblioteca del CESA-CRAII en el Direccinamiento Estratégico 2009-2014, en su línea estratégica de uso activo de tecnologías de información y comunicación. El beneficio para el usuario final es poder identificar, localizar, seleccionar y obtener oportuna y fácilmente los recursos y servicios que necesita en un solo punto de acceso (a un solo clic). A nuestra comunidad de usuarios les decimos que tienen su propio google dada la integración de todos los recursos de contenidos físicos y virtuales en una sola plataforma tecnológica, y alguno de los servicios tales como Consulta catálogo bibliográfico, Renovación de préstamos, Reservar material bibliográfico para asegurar el préstamo, y toda la gestión administrativa de la Biblioteca.

- Se renovaron equipos terminales de consulta (35) y equipos portátiles (30) según programa renovación con Dirección de Tecnología.
- Lectores recursos digitales: se compró un Kindle Amazon.
- Se presentó el plan de necesidades de infraestructura física, tecnológica y mobiliario para el 2015.

## Política desarrollo de colecciones

Dando cumplimiento en la ejecución de la política de desarrollo de colecciones, la Biblioteca actualizó e incorporó nuevos recursos bibliográficos físicos y virtuales ofreciendo a la comunidad CESA las mejores bases de datos en ebooks y recursos electrónicos en negocios. Además, se realizaron las siguientes acciones:

- Revisión bibliografía básica y recomendada de cada uno de los syllabus, recursos y servicios recomendados por la comunidad de usuarios, y compra de todos estos recursos para dar cumplimiento de disponibilidad del 100%. Además, renovación de suscripciones de recursos físicos y virtuales, y afiliaciones.
- Oferta de nuevos contenidos en bases de datos, casos empresariales, ebooks, y accesos Open Access.
- Promoción y envío de contenidos académicos a comunidad de usuarios a través de papernet, email y formato físico.
- Envío del boletín de adquisiciones recursos Biblioteca bimestral y semestral.
- Apoyo y consultoría a líneas de investigación CESA.
- Fortalecimiento de alianzas estratégicas con editoriales para disponibilidad de novedades bibliográficas, catálogos de libros, muestras para la comunidad docente, y asistencia a feria express de los recursos y servicios de la Biblioteca en primer y segundo semestre.
- Se realizó de forma automatizada por primera vez, y gracias al Sistema de Información bibliográfico KOHA, el inventario físico de la colección de recursos de información, según lineamientos y cronograma del SGC Biblioteca.
- Se realizó evaluación al 100% de la colección, lo cual permitió preparar la Biblioteca para el inventario 2014.
- Se realizó inventario físico de la colección de recursos de información, según lineamientos y cronograma del SGC Biblioteca.

## *Nuevos recursos y servicios*

Consolidación de servicio DISCOVERY CESA.

- Renovación de base de datos libros electrónicos EBSCO (que pasó de 4.500 títulos a nuevas colecciones con más de 12.500 títulos).
- Oferta de servicios y contenidos académicos en la Biblioteca Digital, papernet y catálogo en línea KOHA.
- Conmutación bibliográfica (CELSIUS)- ISTEAC.
- Suscripción a EMIS LATAM (INFORMACIÓN DE AMÉRICA LATINA): herramienta especializada para inteligencia de mercados, información noticiosa y económica de empresas, sectores, macroeconómica, mercado de capitales, fuentes de información externas y reconocidas a nivel global, regional y local, así como miles de reportes de industria.
- SCOPUS: es la mayor fuente de información de resúmenes y citas de literatura. Posee amplia variedad de herramientas de medición de la producción científica, que ayudan a evaluar los autores, instituciones, tendencias de investigación y revistas (dirigida a los investigadores de comunidad la académica CESA).
- SCIENCE DIRECT: es una plataforma electrónica fácil de usar que ofrece artículos en texto completo escritos por investigadores de renombre internacional. Con ScienceDirect Article Choice se tiene acceso a revistas científicas ELSEVIER, con más de 12 millones de artículos en las áreas científica, tecnológica y médica, representando aproximadamente 25% de la producción científica mundial. El ScienceDirect también ofrece a sus usuarios libros electrónicos, series de libros, manuales y obras de referencia en diversas áreas del conocimiento, con acceso rápido y confiable a descubrimientos y análisis relevantes. En constante expansión, la colección de libros en el SciVerse ScienceDirect facilita el acceso más amplio a informaciones técnicas y científicas.

- HARVARD DEUSTO: para encontrar artículos internacionales sobre estrategia, marketing, finanzas, recursos humanos, ventas, habilidades directivas y TIC.
- Biblioteca Cámara de Comercio de Bogotá: alianza estratégica para acceder a Repositorio Institucional que ofrece documentos elaborados por la Cámara de Comercio de Bogotá sobre temas de entorno de los negocios, emprendimiento, económicos, jurídicos, cívicos y sociales de Bogotá y la región.

## ***Renovación de las siguientes bases de datos***

- EUROMONITOR (Passport GMID)
- JSTOR
- BENCHMARK BPR ONLINE
- EMIS Colombia
- INTERFACE EBSCO: 13 base de datos y recursos Open Access a través del DISCOVERY CESA
- Ebooks – EBSCOhost: más de 12.500 ebooks.
- LEGISCOMEX.
- GESTIONHUMANA.COM.
- MULTILEGIS.
- Promoción base de datos gratuitas.

## *Renovación a suscripciones, afiliaciones y material didáctico*

Revistas especializadas, American Marketing Association, CLADEA, Instituto de Ciencia Política, Licencias SPSS- Estadísticas, Renovación REPNET, Crystal Ball (Simulador), Simulador BLOOMBERG, Gandia Barwin, Rosetta (Departamento de Inglés).

**TABLA 29.** Política desarrollo de colecciones

| Ítem                                 | 2014    |            |
|--------------------------------------|---------|------------|
|                                      | Títulos | Ejemplares |
| Libros                               | 525     | 299        |
| Ebooks (ebrary-netlibrary)           | 37.000  | 37.000     |
| Ebooks (Kindle – Sony Reader, iPads) | 57      | 57         |
| Ebooks ebSCO-host                    | 12.500  | 12.500     |
| Cd-dvd                               | 70      | 72         |
| Tg digital                           | 195     | 195        |
| Syllabus (Programas materias)        | 53      |            |
| Bases de datos (especializadas)      | 3       | 3          |
| Revistas electrónicas                | 13.000  | 13.000     |
| Memorias Incolda                     | 1.200   | 1.200      |
| Casos de estudio                     | 58      |            |
| Suscripción revistas                 | 5       |            |
| Recursos en demostración             | 3       |            |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Biblioteca, 2014.

# Servicios

Se rediseñó el portafolio de servicios con sus requisitos para el SGC Biblioteca en servicios virtuales, servicios presenciales y ALFIN-Formación de usuarios.

## Servicios 2014

- Consulta en sala
- Préstamo externo
- Bases de datos
- Orientación y referencia
- Referencia virtual
- Disseminación selectiva de información
- Hemeroteca
- Audiovisuales
- Sala de proyecciones CEYAC
- Servicio de alerta – novedades bibliográficas
- Bibliografías
- Préstamo interbibliotecario y de extensión
- Servicio de impresión –venta publicaciones

- Scanner / Quemador DVD-CD-ROMS
- Alfabetización informacional
- Alianzas estratégicas.

## ***Divulgación y comunicación Biblioteca***

- Sitio web Biblioteca: se actualizó botones de servicios Discovery CESA, Buzón PQR Virtual y Plan de Alfabetización- Formación de usuarios.
- Papernet: se cambió la arquitectura de diseño de las bases de datos, se colocaron banners acorde a cada servicio. Semanalmente se envían contenidos y se ofertan servicios para la comunidad CESA.
- Concurso de investigación documental en emprendimiento: se entregó iPad para el grupo ganador en la muestra empresarial del primer y segundo semestre.
- Estímulo lector: se le entregó placa y bono al usuario que utilizó mayor cantidad de recursos bibliográficos de la Biblioteca en el primer y segundo semestre.
- Divulgación noticias de la Biblioteca en principales revistas especializadas de Colombia y de CLADEA, site CESA y redes sociales (trabajo realizado por María Mercedes Plata, Dirección Biblioteca y Dirección de Comunicaciones y Marketing Biblioteca) para dar visibilidad eventos: Certificación Biblioteca, inauguración sala de Estudios de Corea, inauguración Biblioteca.
- *Site* Biblioteca (en proceso de construcción).

- Organización Feria Express de los recursos y servicios de la Biblioteca, y evento Bienvenida docentes primer y segundo semestre.
- Se realizaron campañas de lectura, silencio y consumo de alimentos durante el primer semestre 2014. Para el segundo semestre se aplazó por obras de infraestructura física.
- Se asistió a la 49ª Asamblea Consejo Latinoamericano de Escuelas de Negocios CLADEA, Barcelona, España, cuyo propósito fue visitar bibliotecas, CRAI y centros de información España (ESADE - Universidad Ramón Llull, IESE – Universidad de Navarra, EADA - Universidad de Vich, Universitat De Barcelona, Crai; Universidad Pampou Fabra, Crai; Universidad Politécnica de Catalunya; Instituto de Empresa, Esic; Universidad Rey Juan Carlos; Biblioteca Nacional Madrid) con el objetivo de conocer, ver tendencias y realizar alianzas estratégicas en temas de:
  - CRAI – Centro de recursos para el aprendizaje y la investigación
  - ALFIN – Formación de usuarios
  - Tecnologías de información móvil en bibliotecas
  - Estrategias de mercadeo
  - Fidelización de usuarios
  - Tendencias bibliotecas universitarias modelo europeo
- Se asistió y participó con informe a XX Asamblea Isteq – Puebla, México: “Tendencias globales en América Latina y el papel que juegan la Ciencia y la Tecnología”, donde se trataron temas sobre: Talleres innovación y

emprendimiento; Nuevas sociedades y el papel que desempeña la universidad; Competencias profesionales: retos para la academia y la industria; e Innovaciones y tendencias en la educación en ciencias de la salud: casos y experiencias en formación profesional en salud, innovaciones tecnológicas y exposiciones.

- Enseñanzas, experiencias, ideas y tendencias en la gestión de los Centros de Información que ayudan fortalecer la gestión para el caso de la Biblioteca del CESA-CRAII 2015- 2020
- Se asistió a reuniones del Comité Regional de Bibliotecas SENA y Red RUMBO.

## ***Alfabetización informacional – formación de usuarios***

Se continuó con el programa ALFIN (formación de usuarios) para inducción de alumnos de primer semestre de pregrado y posgrado, talleres de recursos de Información “obligatorios” y talleres especializados (ver estadísticas formación de usuarios).

**TABLA 30.** Formación de usuarios

| 2014<br>ALFIN | Inducción de servicios y visitas guiadas “estudiantes nuevos” |  | Talleres de recursos de información “obligatorios” |                     | Talleres especializados        |  |
|---------------|---|--|--|---------------------|--------------------------------|--|
|               | Total estudiantes   | Total estudiantes que recibieron inducción | Total sesiones                                     | Sesiones realizadas | Total talleres de capacitación | Total estudiantes que recibieron talleres especializados |
|               | 610   | 531  | 16   | 13                  | 59                             | 865  |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Biblioteca, 2014.

## ***Biblioteca como centro de cultura***

- Evento lanzamiento libros sello editorial CESA y Convenio Bancoldex.
- Exposición artística primer y segundo semestre 2014.
- Actividades sala CEYAC.
- Distribución publicaciones CESA-INCOLDA a través de convenios interbibliotecarios de canje y donación 2014. Envío publicaciones CESA y libros en el área de negocios para dotar colegios convenio SENA y alcaldías municipales.
- Programa de inclusión laboral: se renovó convenio con Best Buddies a partir de marzo de 2014.
- La Biblioteca forma parte los Changemakers de CESA Ashoka.

## **Financiero**

La dirección financiera, durante el año 2014, orientó sus esfuerzos y ha venido trabajando en:

- Asignar y administrar los recursos para dar cumplimiento de las metas presupuestales planteadas para el año 2014 y el Plan Estratégico 2010-2014.
- Se inició el plan de parametrización y capacitación del área financiera en el nuevo sistema de información ERP ICEBERG.
- Se inició el plan de trabajo capacitación y diagnóstico para la migración y transición de la información financiera, bajo las normas internacionales.

- Durante el segundo semestre del 2014, con miras a revelar la información financiera lo más veraz posible, se efectuó el levantamiento de inventario de activos fijos y se actualizaron los avalúos comerciales de los predios de propiedad de la institución, lo cual nos permitirá tener bases confiables para la migración a las NIIF.
- Se continuó con el apoyo oportuno a las diferentes unidades para garantizar los recursos financieros en la ejecución de los planes estratégicos de cada unidad.
- En aras de promover el desarrollo intelectual y personal, se inició el programa de capacitación el personal que integra el área financiera en programas como Normas Internacionales NIIF, actualización tributaria, análisis financiero, crédito y cartera, entre otros.

Durante el año 2014 la gestión ante las entidades gubernamentales de reporte de información, pagos de impuestos y aportes parafiscales fue presentada en cumplimiento con las normas legales y fechas establecidas.

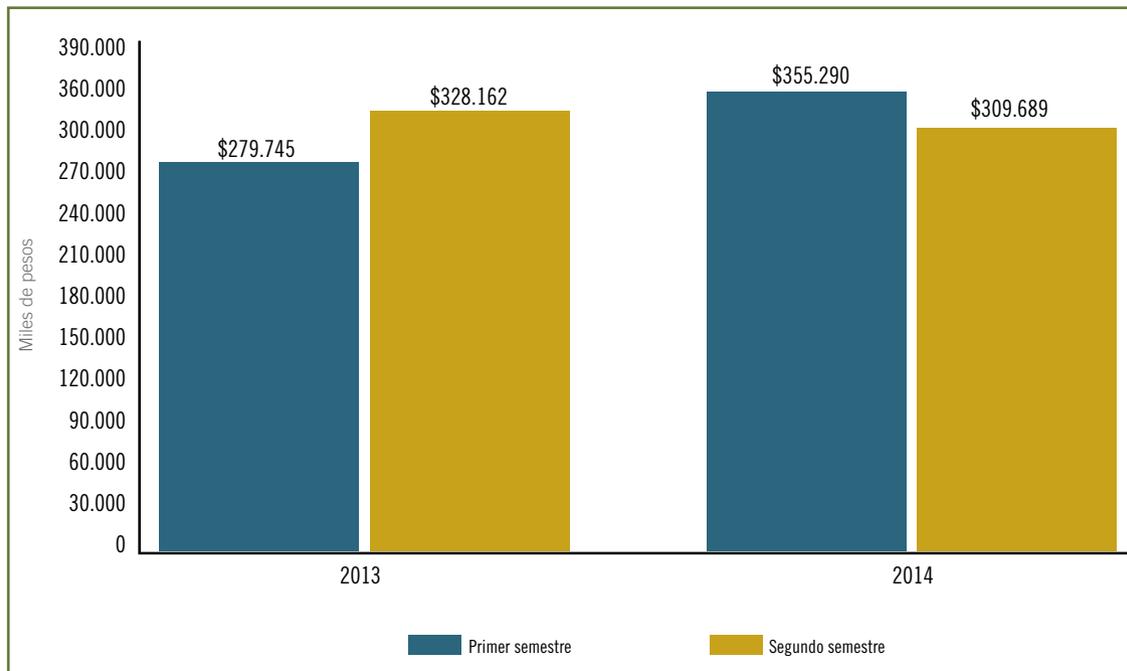
## Inversiones

Con miras a mejorar y mantener los altos estándares de calidad académica, mejor infraestructura, alta tecnología y continuar con el proceso de Acreditación Internacional, el CESA invirtió durante el año 2014 más de 6.000 millones de pesos en:

- Adquisición e inicio de remodelación y adecuación del Edificio sobre la Cra 5.
- Remodelaciones y adecuaciones de salones, aula múltiple y cafeterías.
- Terminación de remodelación y adecuación de las casas Biblioteca I y Biblioteca II.
- Plan de modernización en tecnología y automatización de salones.

- Inversión en muebles, equipos de salones y comunicación.
- Acreditación internacional ante la EFMDA.
- Afiliaciones Internacionales a EFMDA, BALAS y CLADEA.
- Apoyo financiero a estudiantes y profesores internacionales en el proceso de internacionalización.
- Docentes y conferencias internacionales.
- Capacitación e inversiones en el nuevo sistema de información.

**GRÁFICA 27.** Becas y auxilios educativos 2014 frente a 2013

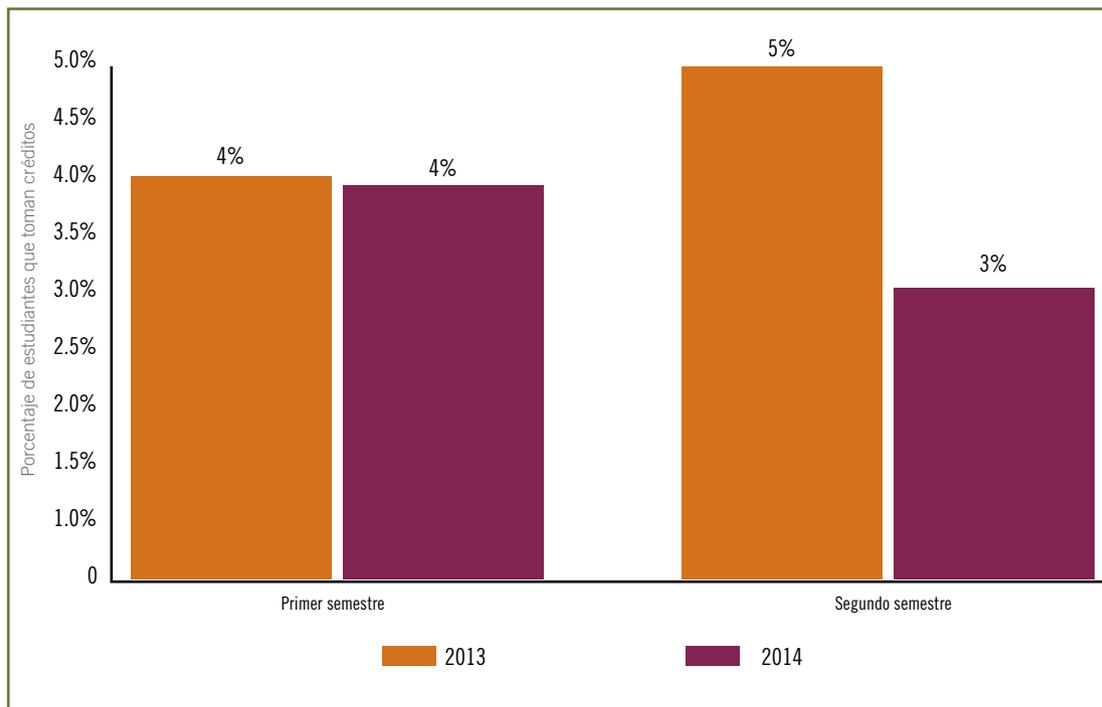


**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Financiera, 2014.

El CESA, durante los dos últimos años, en pro a contribuir con el desarrollo social y el fortalecimiento académico, consolidó y firmó nuevos convenios con la Fundación Juan Pablo Gutiérrez, las Fuerzas Militares de Colombia, la Defensa Civil de Colombia, la Fundación Arturo Calle y Colpatria. El objetivo es otorgar becas a estudiantes con excelente calidad humana y académica.

Es así que para el año 2013 el rubro de becas y auxilios educativos se incrementó en un 47%, y para el 2014 en un 9.4%, respecto al año anterior; incremento que en buena parte corresponde al apoyo económico del 95% del valor de la matrícula que se brinda a los estudiantes que tienen Global y se van de intercambio, para cubrir los gastos de manutención en el exterior, así como a Auxilios dados por la Fundación Arturo Calle.

**GRÁFICA 28.** Financiación estudiantes



**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Financiera, 2014.

Con el propósito de financiar a los estudiantes en el pago de la matrícula con una tasa de interés preferencial y a un largo plazo, el CESA renovó y suscribió nuevos convenios con el Banco Pichincha, Helm Bank y Sufi (Bancolombia). Las financiaciones directas que realiza el CESA se mantuvieron en un 4% del total de estudiantes.

## Resultados financieros

Durante el año 2014, a pesar de que los índices de rentabilidad tienden a la baja, los ingresos operacionales se incrementaron en un 13%, los gastos académicos en un 18% y los administrativos en un 24%, incrementos dados básicamente en lo siguiente:

### **Ingresos:**

- Incremento de matrículas y derechos académicos.
- Aumento en el número de alumnos.
- Mayor demanda en los Proyectos de Consultoría y Centro de Emprendimiento.

### **Gastos:**

- Mayor número de docentes y personal administrativo.
- Nuevos conferencistas internacionales.
- Servicios de transporte para estudiantes.
- Plan de Regularización.
- Nuevos convenios e inscripciones con instituciones internacionales.

- Mantenimiento y adecuaciones de las distintas sedes.
- Viajes de docentes y estudiantes al exterior.
- Capacitación de docentes y administrativos.
- Apoyo financiero a estudiantes.

Los ingresos y gastos no operacionales presentaron un incremento significativo del 96% y 205%, variaciones dadas principalmente por la rentabilidad en las inversiones y retiro de activos fijos.

**TABLA 31.** Estado de resultados 2014

|                                | Diciembre        | Diciembre        | Variación          | Variación   |
|--------------------------------|------------------|------------------|--------------------|-------------|
|                                | 2014             | 2013             | \$                 | %           |
| Ingresos operacionales         | 42.004.287       | 37.193.581       | 4.810.706          | 13          |
| Menos gastos académicos        | 26.143.993       | 22.153.699       | (3.990.294)        | (18)        |
| Menos gastos de administración | 11.294.858       | 9.083.782        | (2.211.076)        | (24)        |
| <b>Remanente operacional</b>   | <b>4.565.436</b> | <b>5.956.100</b> | <b>(1.390.664)</b> | <b>(23)</b> |
| Más ingresos no operacionales  | 3.719.554        | 1.897.492        | 1.822.062          | 96          |
| Menos gastos no operacionales  | 2.161.658        | 707.639          | 1.454.019          | 205         |
| <b>Remanente neto</b>          | <b>6.123.332</b> | <b>7.145.953</b> | <b>(1.022.621)</b> | <b>(14)</b> |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Financiera, 2014.

**TABLA 32.** Índices de rentabilidad

|                         | 2014  | 2013  |
|-------------------------|-------|-------|
| <b>Margen operativo</b> | 10.9% | 16.0% |
| <b>Margen neto</b>      | 14.6% | 19.2% |
| <b>ROA</b>              | 4.2%  | 6.5%  |
| <b>ROE</b>              | 5.3%  | 8.1%  |

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección Financiera, 2014.

# Comunicaciones

## Imagen y papelería institucional

### *Logo CESA 40 años*

Se crearon diferentes versiones del logo del CESA 40 años, el cual se usó en todas las piezas institucionales que se generaron durante el año. A continuación el logo aprobado:



### *Landing 40 años*

Creamos propuesta de *landing* que comunica los eventos y publicaciones en el marco de los 40 años, y un calendario.



Realizamos *board* con idea de contenidos para mover los 40 años en digital.



Creamos imágenes para las redes sociales comunicando 40 años.



## Campaña institucional

Se generó una nueva línea gráfica como campaña institucional, la cual se adaptó a avisos para medios y landings.



## Proceso de inscripciones

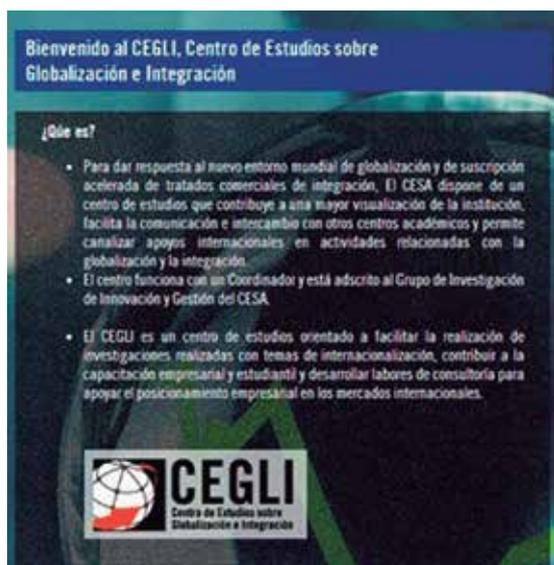
Diseñamos y programamos el paso a paso de inscripciones partiendo de la maqueta creada por el grupo de IT del CESA.

## Brochure institucional en inglés

Diseñamos y finalizamos el brochure institucional en inglés usando el último material recolectado del video e información actualizada.

## Logo CEGLI

Se creó el logo de CEGLI teniendo en cuenta el logo del CESA, las referencias de centros de estudios de otras universidades y la razón de ser de este centro.



Una vez creado el logo de CEGLI, lo involucramos dentro del site del CESA y dentro del *minisite* del MBA.

## Biblioteca

### *Buzón PQR Biblioteca*

Integramos el formulario de PQR de la Biblioteca con un wsdI, de tal forma que la información se guarde para dar pronta respuesta.

## Campañas de comunicación interna y externa

### *Campaña reto empresarial*

Se creó una línea gráfica de Reto Empresarial para invitar a los estudiantes de posgrados a hacer parte del proyecto, comunicando de qué se trataba este reto y los incentivos.

### *Campaña reciclaje tapas y papel*

Definimos la línea gráfica de la campaña de reciclaje abarcando dos temas: reciclaje de tapas y reciclaje de papel. Se hicieron buzones para tapas y árboles tipo buzón para el papel.



## ***Campaña aseo baños***

Por una comunidad CESA más saludable, creamos piezas de comunicación que se instalaron en los espejos y baños promoviendo las buenas prácticas de aseo.



## ***Campaña sistema Gestión de Calidad***

Se generó una campaña de comunicación en torno a la certificación de la Biblioteca, con el objetivo de hacer partícipe a la comunidad CESA del proceso. Para esto, también se trabajó en piezas de divulgación del juego del SGC que vivió en redes.

## ***Campaña acreditación institucional***

Se retomó la campaña de Acreditación Institucional y se comunicó la segunda etapa a través de un video y piezas impresas.



## Campaña Soy capaz

El CESA se unió a la iniciativa del sector privado apoyando la campaña Soy capaz, y generó un conjunto de actividades de visibilidad. Entre algunas de las acciones que se hicieron, se creó interacción en el home, donde invitábamos a los usuarios a escribir en el muro del site del CESA qué eran capaces de hacer.

Adicional, vestimos el *header* con el *look* de la campaña; vestimos los perfiles en Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn y Google plus. Generamos tres *landings* para el cubrimiento de la jornada Soy Capaz el día del intercambio con la Uniminuto; en una *landing* comunicábamos lo que ocurría en el CESA; en el otro, los hechos más importantes de la Uniminuto; y en el tercero teníamos *plugins* de las demás universidades.

Se crearon diferentes piezas con mensajes para los estudiantes del CESA, de la Uniminuto y administrativos, para sensibilizarlos sobre el día del intercambio.





Otras campañas que se realizaron durante el año fueron:

- Campaña Bicicletas
- Campaña Gestión del Cambio
- Campaña Alas
- Campaña Institucional 40 años



# POSGRADOS

## *Minisite MFC*

Se diseñó y programó el minisite de MFC partiendo de los colores ya usados en piezas de MFC y de Comunicar un mundo financiero ejecutivo.

## *Minisite MDM*

Diseñamos el minisite de MDM partiendo de los colores y concepto que se habían generado durante el 2013.

## *Landings maestrías*

Creamos un landing por cada programa de maestría, que funcionará como página de aterrizaje de pauta y sección dentro del site de cada uno.



**CEU**  
**ESIC**  
Colegio de Estudios Superiores de Administración

## Maestría en Finanzas Corporativas

Coordinador: PABLO BUCAR

- Profundización en conceptos, instrumentos y técnicas de las Finanzas Cuantitativas, Corporativas e Internacionales, así como la aplicación de Instrumentos y Gestión del Riesgo en empresas del sector real y financiero.
- Consolidación de teorías y sus aplicaciones prácticas para el contexto colombiano.
- Staff de profesores con amplia trayectoria empresarial y conferenciantes de talla mundial.
- Horarios flexibles que permiten a los estudiantes atender compromisos laborales y académicos.
- Networking profesional.

Conoce las experiencias de nuestros egresados

Queremos brindarle la mejor asesoría. Déjese sus datos y en breve lo contactaremos.

Nombre:

Apellido:

Documento de identidad:

Teléfono:

Celular:

Por dónde se contacta?

Profesión:

Industria:

REGÍSTRESE AHORA

954 128 5555 ext. 2284 (línea directa) 510 5555 ext. 2284 (línea gratuita) www.esic.edu.co

**CEU**  
**ESIC**  
Colegio de Estudios Superiores de Administración

**ESIC**  
Escuela Internacional de Estudios Superiores de Administración

## Maestría en Dirección de Marketing

### Doble Titulación Internacional

#### CESA - ESIC de España

Coordinador: SIMÓN BARRERA

- Doble Titulación por parte de ESIC en España y del CESA en Colombia.
- Enfoque orientado a la forma de trabajar en la función del marketing de las empresas.
- Staff de profesores con experiencia e reconocimiento empresarial en el ámbito nacional e internacional.
- Metodología con enfoque práctico, sustentado en el desarrollo de casos empresariales.
- Visita internacional de dos semanas a Madrid, complementando la formación en marketing en Colombia con una perspectiva europea.
- Horario de clases adaptado a los horarios laborales.
- Networking profesional.

Conoce las experiencias de nuestros egresados

Queremos brindarle la mejor asesoría. Déjese sus datos y en breve lo contactaremos.

Nombre:

Apellido:

Documento de identidad:

Teléfono:

Celular:

Por dónde se contacta?

Profesión:

Industria:

REGÍSTRESE AHORA

954 128 5555 ext. 2284 (línea directa) 510 5555 ext. 2284 (línea gratuita) www.esic.edu.co

## Videos para redes de maestrías

Se realizaron cápsulas gráficas generadas para promocionar las maestrías en redes sociales.



## Mailings programas MFC, MBA Y MDM

Creamos los *mailings* que comunican paso a paso el proceso de inscripción para los programas de posgrado enviados a los prospectos.

## Plegable lectura rápida MFC y MDM

A partir de la línea gráfica del brochure de MFC, creamos un plegable rápido con la información más relevante del programa.

## Site mobile MDM y MFC



## Durante el 2014 se trabajó en

- Plan de medios *online* y *offline*.
- Campaña de *mailings*.
- Creación de formularios de contacto y *landing pages*.
- Gestión de call center para seguimiento a interesados y aspirantes (CRM).
- Actualización de página web y botones de acceso desde el home de la página web.
- Creación de *minisites web* y móviles.
- Siembra de contenido en redes sociales.
- Presencia en eventos con entrega de material informativo y recolección de BdD.

## Formación ejecutiva

### *Mailings*

Se trabajaron alrededor de 150 mailings en html, entre los que se encuentran aquellos con la programación trimestral (para CESA y para convenio Colsubsidio) y aquellos individuales para detallar cada programa.

Se generó una línea gráfica para los avisos en medios impresos para revista de recursos humanos de Formación Ejecutiva Institucional.

## Plan de medios

Durante todo el año se trabajó un plan de promoción en medios para cada uno de los programas.

## Programaciones trimestrales

Se diseñaron las diferentes programaciones de FE.

## Papelería formación ejecutiva

Se diseñó nueva papelería para FE, que incluye: fólder, separadores, pendones, carpeta y esfero.



## Foros y eventos

### *Foro internacional Creatividad e Innovación*

Creamos la línea gráfica del evento Creatividad e Innovación partiendo del uso de geometrías y colores para dar vida a la temática.



## ***Foro internacional “lo que el dinero no puede comprar”***

Planeamos y ejecutamos el evento, y desarrollamos el material gráfico para el mismo.



## Foro de mercadeo CESA- P&M

Planeamos y ejecutamos el evento, y desarrollamos el material gráfico para el mismo.



## Digital day – tercera edición

Planeamos y ejecutamos el evento, y desarrollamos el material gráfico para el mismo.



## Otros eventos que se realizaron:

- Feria de Espíritu Emprendedor primer semestre
- Pruebas de Producto (2) en primer semestre
- Feria de Espíritu Emprendedor segundo semestre
- Pruebas de Producto (2) en segundo semestre
- Feria de Innovación
- Family Business Roundtable
- Eventos MBA en Bogotá y Barranquilla
- Asamblea Seccional ANDI (presencia de marca)
- Congreso CLADHE IV – Participación
- Oracle Day (presencia de marca)
- Lanzamiento Biblioteca
- Encuentro de Líderes para Líderes (presencia de marca)



## Sites

Se realizaron los siguientes *minisites*:

- *Site* de Bienestar universitario, un espacio para que los estudiantes se enteren de cada una de las actividades diseñadas para ellos.
- Se realizó el *site* de SomosCESA – profesores, un espacio para que los docentes se reúnan y compartan temas de interés y estén actualizando sobre diversos temas de discusión.
- Se realizó el *landing* para la aplicación Carpooling – Carro compartido.

## Editorial CESA

En lo transcurrido del año, se realizó el proceso editorial a once libros, para su posterior publicación y distribución en los diferentes canales.

GRÁFICA 29. Publicaciones

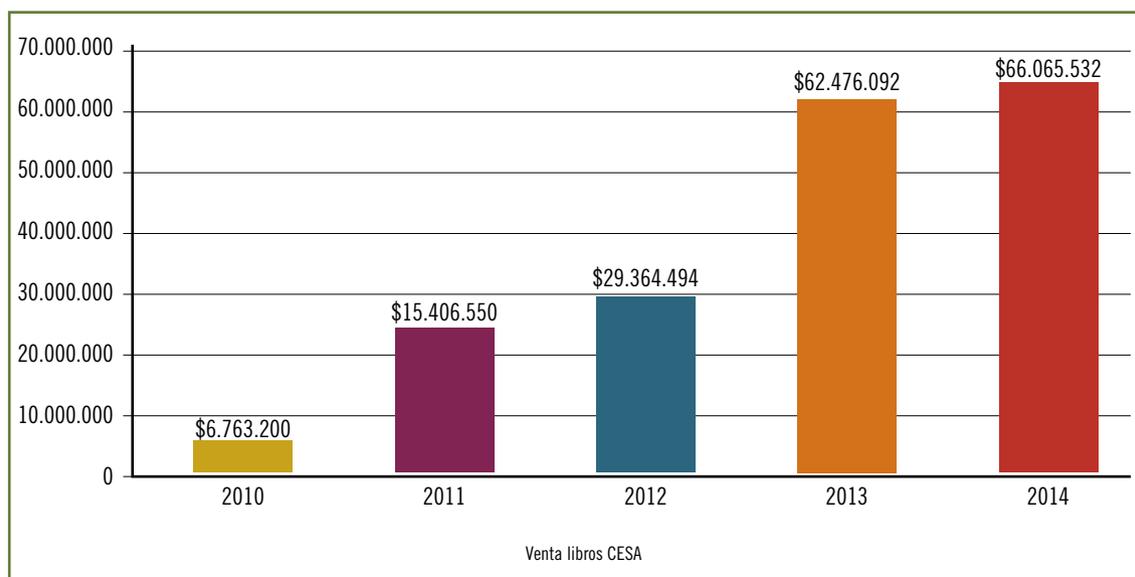


FUENTE: CESA, Elaboración propia Coordinación Editorial, 2014.

## Ventas de publicaciones CESA

Las publicaciones CESA han tenido un crecimiento en ventas del 5.7% con respecto al año inmediatamente anterior.

**GRÁFICA 30** Ventas publicaciones



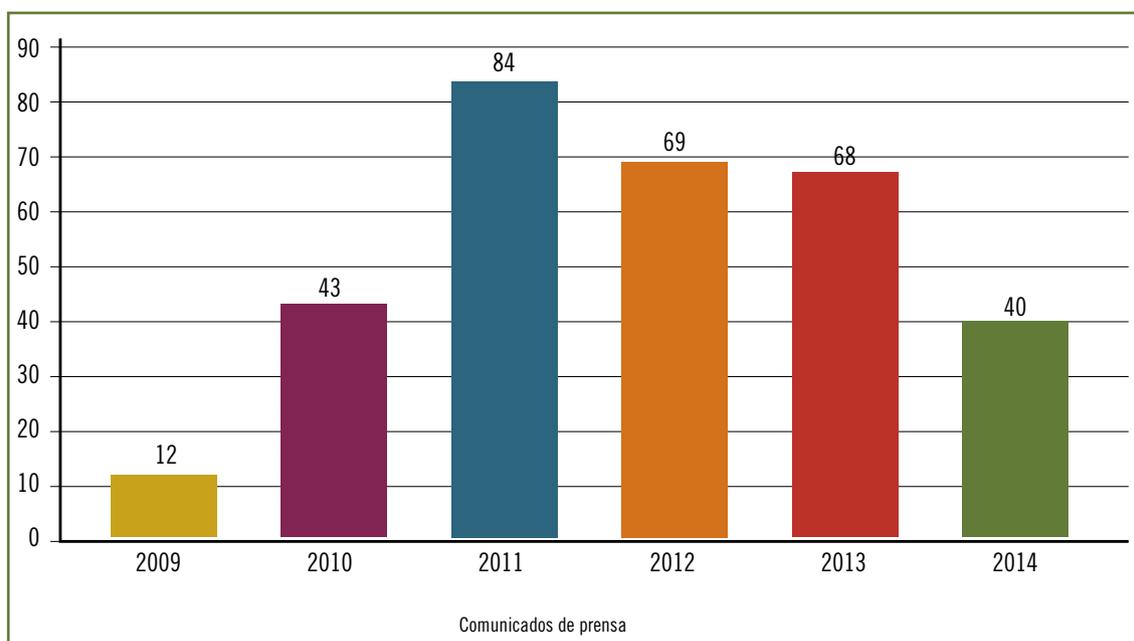
**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Coordinación Editorial, 2014.

- Se realizó un total de ocho lanzamientos de las publicaciones.
- Se participó en la Feria de Libro de Bogotá, y se realizaron tres eventos con participación promedio en cada uno de 30 personas.
- Participación en ferias: en lo corrido del año la Editorial CESA ha participado en ferias internacionales y nacionales de la mano de Siglo del Hombre y ASEUC, y ha logrado gran visibilidad para fortalecer su sello editorial. Así mismo, hubo participación en Ferias del Libro como Guadalajara y Frankfurt.

## Relaciones públicas

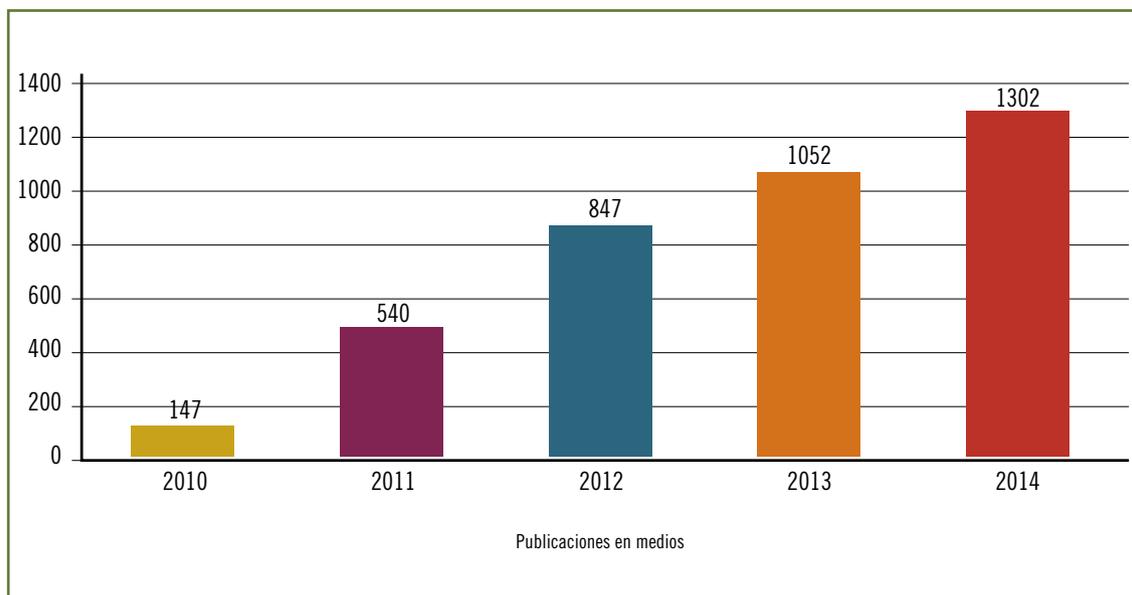
Comunicados de prensa: hasta octubre se ha gestionado un total de 40 comunicados de prensa en diferentes medios de comunicación a nivel nacional y en medios regionales.

GRÁFICA 31. Comunicados de prensa



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección de Comunicaciones, 2014.

Hasta el momento se han gestionado un total de 1.302 publicaciones en diferentes medios de comunicación, del rector, vicerrector, profesores de investigación, alumnos y egresados destacados.

**GRÁFICA 32.** Publicaciones en medios

**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección de Comunicaciones, 2014.

Se han realizado un total de 221 entrevistas y artículos al rector, vicerrector y los profesores, teniendo un espacio importante en los principales medios de comunicación.

Se han realizado un total de 173 columnas en los principales medios de comunicación.

## Entrevistas a grandes líderes

En lo transcurrido del año, el departamento de Comunicaciones y Marketing participó activamente en la organización del evento, ya institucionalizado, Entrevista a Grandes Líderes, que trae a la academia personalidades importantes y líderes en sus campos de acción. Hasta el momento se ha generado un total de cinco entrevistas a Grandes Líderes:

- Jorge Enrique Cano – Gerente General Copelia
- Marc de Beaufort – Creador Campaña Soy Capaz
- Gunter Pauli – Empresario belga
- Guillermo Prieto – Presentador y periodista
- Néstor Humberto Martínez – Ministro de Presidencia

## Página web

En la página web se han generado alrededor de 176 artículos que generan interacción a través de redes sociales. Esta tiene alta variedad de contenidos multimedia, como videos, infografías y galerías fotográficas. Los profesores investigadores están realizando aportes valiosos para estos artículos, generando notas consecuentes al core de la institución.



**Ganadores de la Feria de Espíritu Emprendedor**

Santiago Alcázar, Ariana Orozco, Silvana Horro, Santiago Sabag y Chabel Nereo, ganaron el premio al mejor proyecto a lo largo de todo el primer semestre del 2014. Su negocio, Eco, fue el primero en el tiempo y con el transporte de los investigadores a través del alquiler de bicicletas con publicidad de la empresa.

Para llegar a este primer puesto se encargó la empresa, 30% más del curso. Un total de 200, más del número, 20% más del primer semestre del 2014 y 30% más del número de estudiantes emprendedores. Los estudiantes ganaron un viaje de 4 días y 3 noches a San Francisco, California, donde colaboraron y trabajaron con empresas y organizaciones en temas de emprendimiento, innovación y tecnología en Silicon Valley.

La profesora del grupo Carolina Izquierdo y el profesor, Gregorio Soto, jugaron un papel muy importante para proporcionar los conocimientos en todo el proceso de creación y desarrollo de su modelo de negocio.

El grupo Kway Ekió además de ganar el primer premio, ganó el segundo premio en la categoría de innovación, en donde fue uno de 1.000 asistentes a la Feria involucrados 2.770 millones de pesos en el proyecto.

Además de tener el récord de número de visitantes con más de 1.000, más personas la Feria por primera vez, fue transmitida en vivo a través de streaming a través de la página web del CESA. Fue una más de esta feria de transmisión en vivo con más de 200 usuarios permanentes en distintos lugares del país: Bogotá, Cali, Buenaventura, Villavicencio y Belloverde.

Los siguientes fueron los grupos ganadores en las distintas categorías:

**Grupo 4to semestre**

Mejor proyecto en Webinars de Impacto social

Vivafemini, Clara Prieto y Esteban personalizan a empresas de países de origen. Con la compra de acciones de empresas de países extranjeros.

Primeros 100 mil pesos para cada integrante del grupo.

## Innovación home

Se realizó una innovación en el home, teniendo en cuenta que no se debía cambiar el diseño instruccional de este pero sí queríamos darle un look más moderno. La innovación del home incluye también la unificación gráfica con el site Mobile.



## Catedráticos

Realizamos el diseño de interna para catedráticos partiendo de la gráfica digital consolidada de la marca.



Creamos una plantilla diferente para presentar la información de los aspirantes a representar a los profesores en el consejo directivo.



Programamos la sección de catedráticos iniciando con la información de los profesores de investigación.



## Newsletter

Cada semana durante el año publicamos un nuevo newsletter con introducción a las noticias del site.

**Newsletter Septiembre**  
ed. 107

40 AÑOS Colegio de Estudios Superiores de Administración

**EL CONCEPTO TRABAJO Y SU IMPLICACIÓN EN LAS PRÁCTICAS GERENCIALES**  
Por Juan Guillermo Dicaño, profesor investigador del CESA

**ÚLTIMAS NOTICIAS**

- CESA MARKETING MORNING
- EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR INTERNACIONAL
- ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS CON CHINA
- RESULTADOS PRUEBA DE PRODUCTO CESA

**Formación Ejecutiva**  
Educación Continua CESA

- Diplomado AUDITORÍA APLICADA (CESA - ST (antes Ernst & Young))
- Seminario ASSESSMENT CENTER EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS
- Diplomado ESCUELA DE VENTAS

www.cesa.edu.co

**Newsletter Abril**  
ed. 85

40 AÑOS Colegio de Estudios Superiores de Administración

**CONVOCATORIA ABIERTA PARA REPRESENTANTE DE PROFESORES**  
La participación activa de los profesores en el gobierno del CESA es determinante. Detalles aquí.

**REPRESENTANTE DE LOS PROFESORES 2014**

**ÚLTIMAS NOTICIAS**

- LA COMPETENCIA CHINA
- CESA FORTALECE RELACIONES INTERNACIONALES
- EGRESADO ES NUEVO GERENTE GENERAL DE OPAIN
- INICIO MBA INTERNACIONAL CESA - SPÖTT

**Formación Ejecutiva**  
Educación Continua CESA

- Seminario Consumer Management
- Seminario Aplicaciones de la Programación Neurodinámica en el Trabajo y en la Vida
- Seminario Análisis Político y Copertura Latinoamericana (CESA - SPÖTT)

www.cesa.edu.co

# Otros

## *Mantenimiento sites*

Actualizamos la información de diferentes secciones del site del CESA (incluyendo Formación Ejecutiva) y de los minisites de MBA, MFC y MDM.

Otras piezas que se realizaron fueron:

- Cuaderno Bienestar primer semestre
- Cuaderno Bienestar segundo semestre
- Material promocional para Escuela de Líderes
- Cartilla estudiantes primer semestre
- Actualización de brochure pregrado
- Pendones Editorial CESA
- Kit de eventos 40 años
- Actualización mapa CESA
- Programamos el site de voluntariado universitario a partir de la plantilla creada de CESAL.

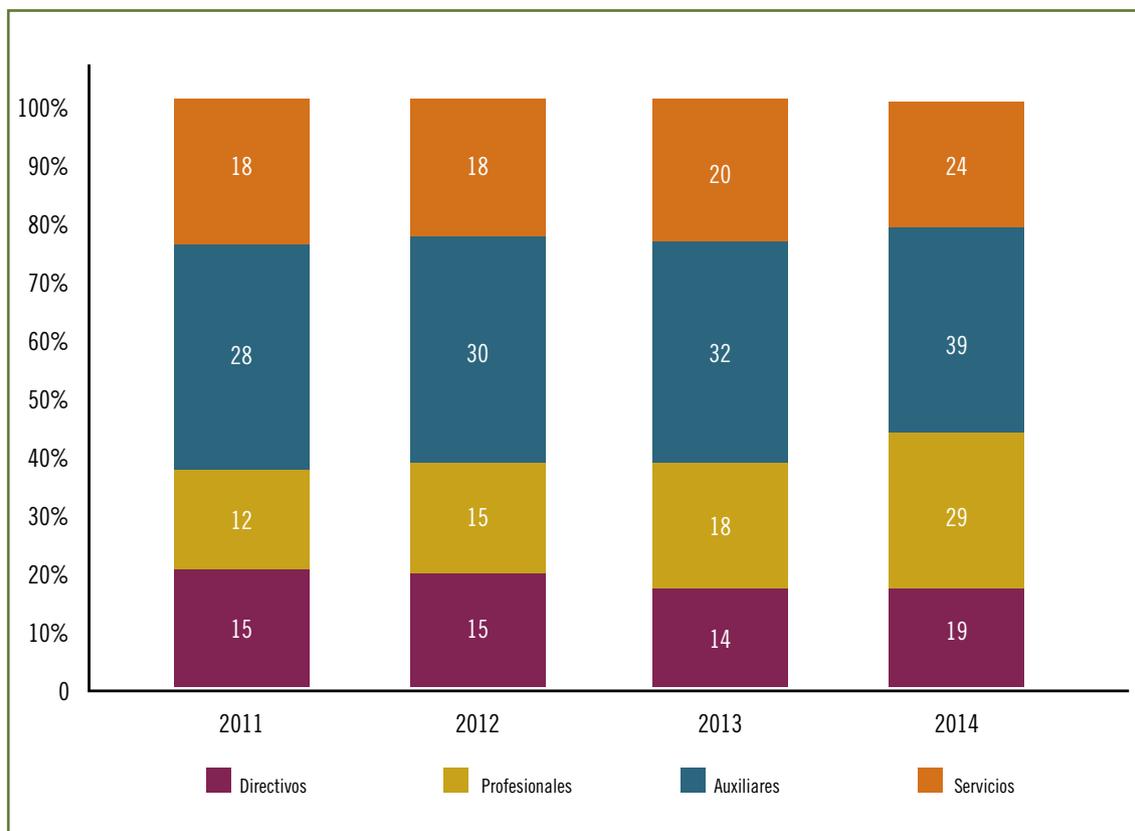
# Gestión humana

Durante el año 2014, la Dirección de Gestión Humana mantuvo su liderazgo en el soporte del personal idóneo en cada una de las direcciones de la institución, bajo los lineamientos del Plan Estratégico. Su principal logro fue la obtención de la certificación efr (entidad familiarmente responsable) a través de la Fundación Másfamilia de España, otorgada por el Icontec. Nos consolidamos como una institución centrada en el balance de vida de toda su Comunidad.

## Selección y contratación

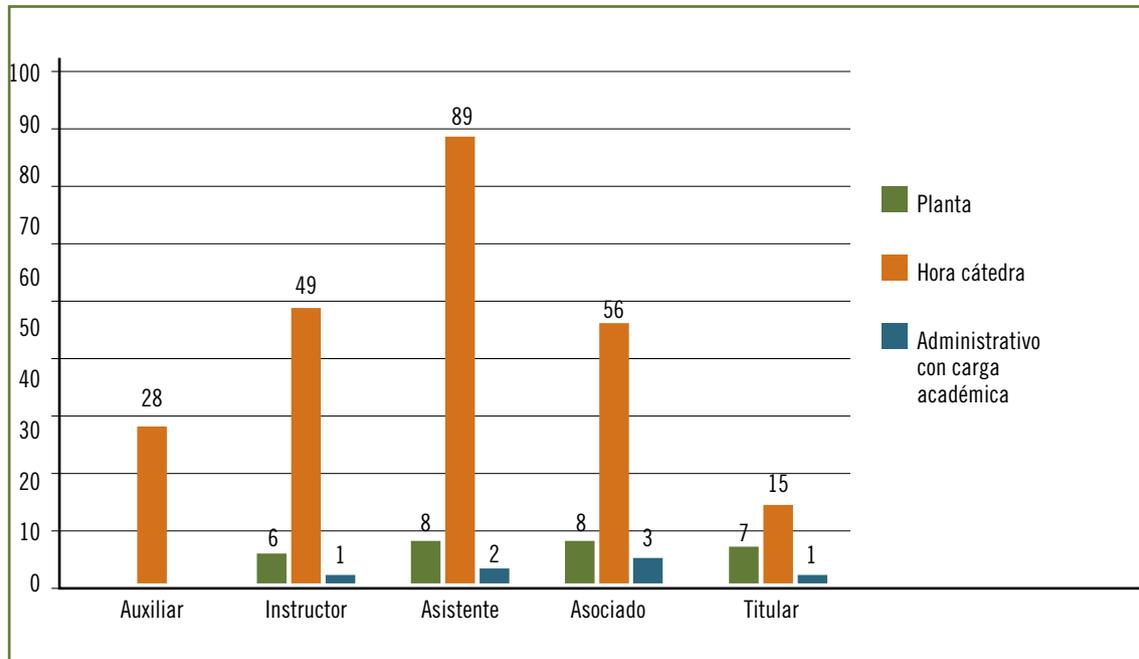
En este periodo se tuvo un incremento en contrataciones del 32% en la parte administrativa con contratos a término indefinido, contando con 111 colaboradores. En profesores de carrera académica, contamos actualmente con 30 profesionales e investigadores. En cuanto a docentes de cátedra para la Dirección de Pregrado, se contó con 273 docentes con contratos para el segundo semestre; para los posgrados, contamos con 30 catedráticos para Finanzas y 27 catedráticos para Marketing, y un crecimiento del 34% contando con 29 docentes de planta e investigadores de tiempo completo y medio tiempo, manteniendo un porcentaje adecuado para la planta completa de profesores de carrera académica y reforzando la investigación institucional. En temporales contamos con 19 personas en misión dando apoyo a áreas de logística y tecnología, principalmente.

**GRÁFICA 33.** Composición área administrativa 2011-2014



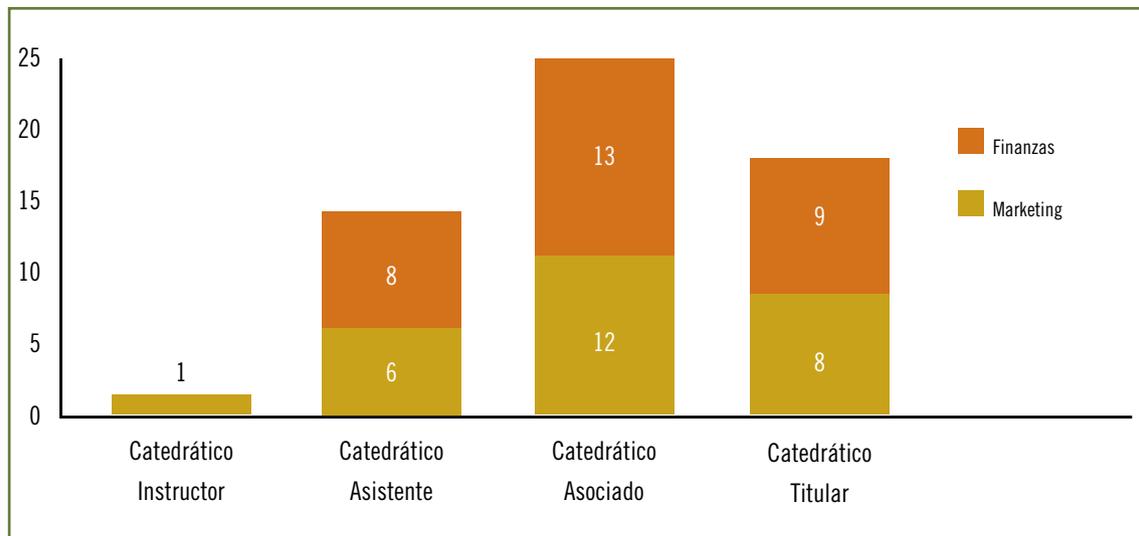
**FUENTE:** CESA, Elaboración propia Dirección de Gestión Humana, 2014.

GRÁFICA 34. Composición docentes de pregrado 2014



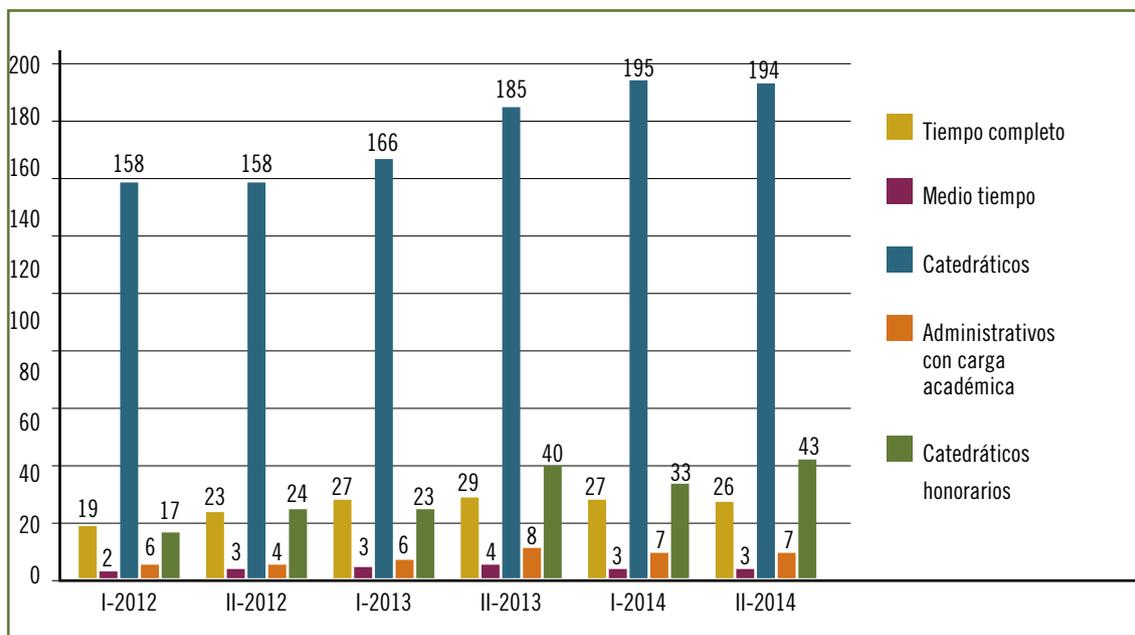
FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección de Gestión Humana, 2014.

GRÁFICA 35. Composición docentes posgrados



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección de Gestión Humana, 2014.

GRÁFICA 36. Composición docentes



FUENTE: CESA, Elaboración propia Dirección de Gestión Humana, 2014.

## Salarios y beneficios

Durante el año 2014 se realizaron ajustes salariales tanto para administrativos como para docentes que incrementaron su escalafón por sus publicaciones y actas de grado.

Para sensibilizar a la Comunidad CESA, se elaboraron catálogos por cada grupo de interés, en los que se lograron consolidar los diferentes beneficios otorgados, para su fácil comprensión y utilización, basados en el Modelo efr®, en el que generamos programas a través de espacios culturales, de recreación y aprendizaje diseñados para promover el bienestar, la salud y la calidad de vida de la comunidad en general.

## Salud ocupacional

En materia de salud ocupacional, se llevó a cabo satisfactoriamente el cumplimiento de las actividades programadas en vacunación, exámenes ocupacionales periódicos, y diferentes actividades que permitieron sensibilizar a los colaboradores en prevención de enfermedades y accidentes de trabajo.

Se mantienen actualizados los informes y las políticas pertinentes a la seguridad y salud en el trabajo con la colaboración de la ARL Sura. Continuamos con la sensibilización para realizar las pausas activas de manera que cada colaborador ejercite sus rutinas diarias; realizamos seguimiento a los problemas osteomusculares con terapias y análisis de puestos de trabajo; y hacemos seguimiento a las enfermedades profesionales.

Mantenemos una supervisión constante para el cumplimiento de todas las normas de seguridad, cuidado y protección para los trabajadores que se encuentran en outsourcing por mantenimiento y obras, así como del personal que labora en las diferentes cafeterías de la institución.

## Bienestar

En acompañamiento de la Caja de Subsidio Familiar, compañías de seguros, fondos de pensiones, EPS y demás proveedores, logramos crear actividades que involucran la recreación, cultura y aprendizaje tanto de los colaboradores como de sus familiares, fomentando el trabajo en equipo, la integración, el compromiso y manejo de tiempo laboral y familiar.

Dentro de las estas actividades encontramos:

- Día de la mujer y día del hombre, en el que se entregó un estuche de multiusos (espejo, porta bolsos y pastillero) y Portabilletes de Trianón, respectivamente.

- Día de la secretaria: se contó con una participación de 29 personas y se celebró con onces, una orquídea, bono de un desayuno y un bono de Starbucks como obsequio.
- Día de amor y amistad, con una participación de 112 personas con un show de magia y juego del amigo secreto.
- Lanzamos el primer concurso de expertos del viento con el patrocinio de Colsubsidio, y la participación de 92 personas.
- Concurso de polla para el mundial e integración en diferentes partidos.
- Se realizó un concurso de disfraces para el Halloween por casas premiando los mejores disfraces y la integración.
- Fiesta de los niños donde asistieron al Parque Jaime Duque 50 niños y 15 adultos.
- Fiesta de fin de año en Andrés Carne de Res de Chía, con una asistencia de 150 y la realización de novenas con villancicos y premios, alrededor de un pesebre armado por toda la comunidad CESA.
- Dos celebraciones de cumpleaños semestrales, tanto en julio como en noviembre, acompañadas de regalos, música y diversión, en las que participaron el 90% de los colaboradores.

## Capacitación y desarrollo organizacional

Dentro de los lineamientos del plan estratégico estamos trabajando en el levantamiento de los descriptivos de todos los cargos enfocados en competencias, para continuar con la valoración de los mismos y contar con la información necesaria para el cierre de brechas que surjan en cuanto al desarrollo de habilidades y competencias, resultado de la evaluación para el desarrollo de todo el personal.

En cuanto a los auxilios educativos, se concedieron seis auxilios para docentes que comenzaron su doctorado y para los administrativos que continúan en la especialización y maestría en mercadeo del CESA; además de continuar con los auxilios educativos para los administrativos en sus diferentes pregrados.

Adicionalmente, fueron entregados auxilios educativos y se realizaron capacitaciones diversas por valor de \$171 millones de pesos.



# INFRAESTRUCTURA

## Remodelación y Actualización Planta Física 2014

Tras un detenido análisis de la conveniencia de permanecer en el barrio La Merced, y luego de haber sido consideradas algunas opciones de traslado a otro sector de la ciudad, el CESA emprendió a partir de comienzos del año 2010 un ambicioso plan de remodelación y actualización de su planta física, trabajo que se ha venido adelantando consumo cuidado y respeto por los bienes patrimoniales que conforman su planta física, incluyendo cuatro inmuebles que se han adquirido en este periodo completándose de esta manera un total de catorce inmuebles.

Estos trabajos han comprendido las siguientes actividades.

### *Restauración*

Los trabajos realizados tienen un común denominador consistente en el respeto por el mantenimiento y restauración de los inmuebles, conservando en todos los casos las características arquitectónicas y tipológicas del estilo Tudor o estilo Inglés con el cual fueron construidos. Es así como se han respetado valores tales como fachadas, ventanería, trabajos de madera, trabajos en piedra, escaleras, pisos, yeserías, cubiertas y demás componentes esenciales. Con este propósito se han vinculado algunos artesanos especializados en cada una de estas actividades, con el propósito de que cada intervención se haga dentro de la forma más estricta y auténtica posible.

## *Adecuación*

Sin perder de vista lo anterior, se han adelantado obras tendientes a transformar los inmuebles construidos originalmente como viviendas, en espacios adecuados para el correcto funcionamiento de una moderna institución educativa lo cual supone un importante esfuerzo por conciliar simultáneamente la conservación y restauración de las construcciones, con la actualización adecuación y modernización de los espacios. De este modo se han llevado a cabo reconfiguración y optimización de espacios, cableado, instalaciones eléctricas y sanitarias, adecuación de pisos, sistemas de ventilación y aire acondicionado, renovación de cubiertas, así como implementación de un sistema de circulaciones que sin modificar la esencia de la casa permite comunicarlas entre sí para optimizar los recorridos.

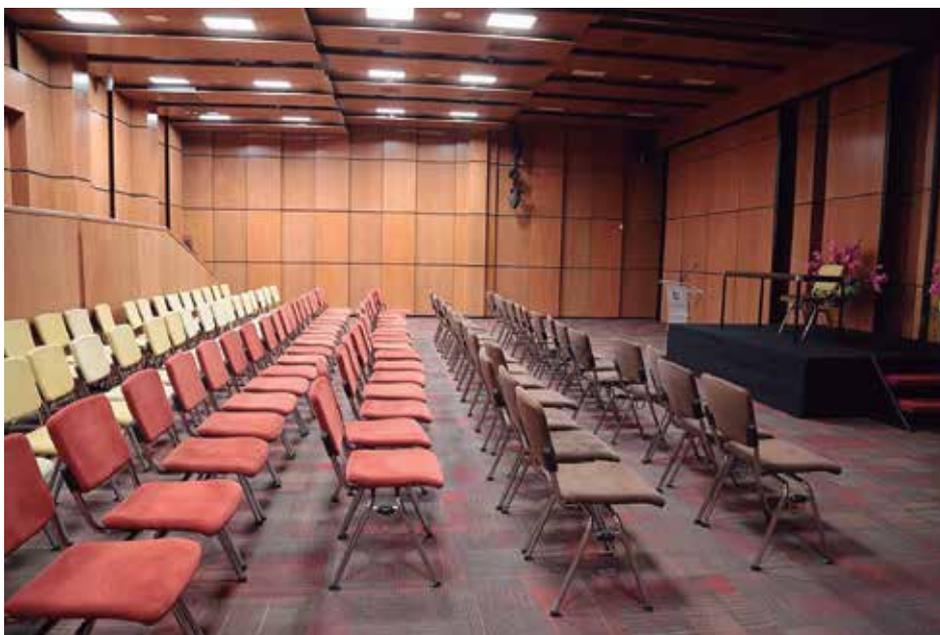
En esta forma se han puesto en funcionamiento a partir de 2010 aulas totalmente renovadas bajo el concepto de óptima calidad de ventilación, iluminación, visibilidad amoblamiento y tecnología. Con este propósito se seleccionó una familia de muebles de alta durabilidad y resistencia donde simultáneamente el buen diseño y la presencia del color hacen del aula un lugar amable y estimulante, propicio para el aprendizaje. Se ha buscado un patrón de aulas alargadas y de poco fondo en busca de una óptima visibilidad aun para quienes se sientan en los puestos de atrás. La doble proyección y los tableros deslizables complementan este principio. La automatización ha sido un objetivo primordial, y año a año se han venido implementando los sistemas más modernos disponibles en el mercado. Todo lo anterior promueve en los alumnos un sentido de pertenencia que hace que el conjunto de mobiliario y equipos sean cuidados por los alumnos como cosa propia. Cosa semejante puede decirse de los espacios destinados al área administrativa, donde mediante el uso de una familia de muebles de similares características de diseño, durabilidad y ergonomía a los utilizados en los salones de clase, se han logrado espacios agradables, cómodos y funcionales para trabajar.

## *Optimización de espacios.*

Siendo la disponibilidad de espacio una cuestión crítica por el hecho de que no pueden ser adicionadas nuevas construcciones a las ya existentes por normas de conservación y por lo tanto el espacio existente es de un altísimo valor, se ha buscado optimizar el mismo de manera que cada metro cuadrado represente el máximo de beneficio y utilidad para la comunidad CESA. Es así como se han adelantado obras como la nueva sala de lectura de la Biblioteca, donde unas áreas cubiertas en el patio central de las dos casas que la conforman, se rediseñaron y reacondicionaron para crear una nueva sala para lectura de gran altura, presidida por un jardín vertical y una caída de agua, que crean un adecuado ambiente para el estudio, el trabajo y la lectura. Una vez más el mobiliario ha sido diseñado para facilitar estas actividades con elementos tales como mesas con superficies de vidrio donde los estudiantes pueden escribir anotaciones sin causar ningún daño al mobiliario.

Dentro de este mismo principio de optimización de espacios, se han trabajado las mansardas y los sótanos, siendo uno de los más importantes logros la adecuación en la Casa CESA de un salón múltiple para un máximo de 200 personas, donde se realizan las más variadas actividades desde conferencias y reuniones de distinta índole, hasta la Feria de Emprendimiento que el CESA lleva a cabo al final de cada semestre.





# PROYECTOS ENTREGADOS 2014

## CASA FUNDADORES

Al trasladar las oficinas de Rectoría y Vicerrectoría, y tener el nuevo salón Múltiple en casa CESA (Cra 6 No 34-51), en casa Fundadores quedan disponibles espacios, los cuales se destinan para, salas de estudio, y para la oficina de dirección de pregrado. En el antiguo salón auditorio ubicado en el primer piso, se adecuaron dos (2) salones de cómputo, con una capacidad de 36 y 33 puestos respectivamente.





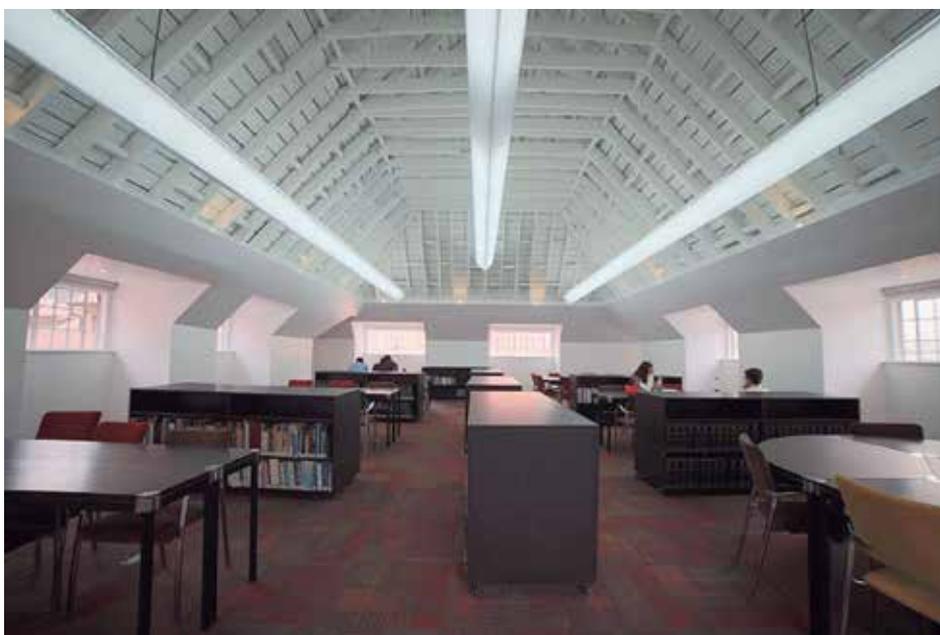


En el proceso de mejoramiento, remodelación y adecuación de la casa, se intervinieron los baños del primer piso, las oficinas de Suma en el segundo piso, asistentes Gestión Humana y la oficina del Secretario General de la universidad, en la antigua sala de profesores. Finalmente, se hace la reparación general de la cubierta en teja de barro.



## CASA BIBLIOTECA

Luego de unificar las dos casas por medio del patio interior, hoy sala de lectura principal, se continúa con la idea de unificación y modernización de la Biblioteca, esta vez la unión se realiza a nivel de mansarda, la cual, se adecua para una sala de estudio, donde anteriormente se encontraban dos salones separados por un muro, a los cuales se ingresaba por cada una de las casas. Esta sala queda amplia no solo por lo largo y ancho del espacio, sino, también por lo alto, debido que al retirar el cielo raso y dejar la estructura en madera a la vista, genera una sensación de amplitud. Como sucede a lo largo de la casa, este espacio también se dota con mobiliario especial para fomentar la lectura. Para complementar esta intervención, se restaura la cubierta, cambiando, arreglando y mejorando las tejas y estructura que se encontraba en mal estado.





En el proceso para destinar la casa solo para biblioteca y nuevos espacios para salones de estudio, se adecuaron, el salón (201) para la oficina del centro DIGA, y el salón (202) para el salón Toelf, un espacio trabajado especialmente con ventanas acústicas y una capacidad de 19 estaciones de trabajo, donde se realizan pruebas y exámenes a los estudiantes.

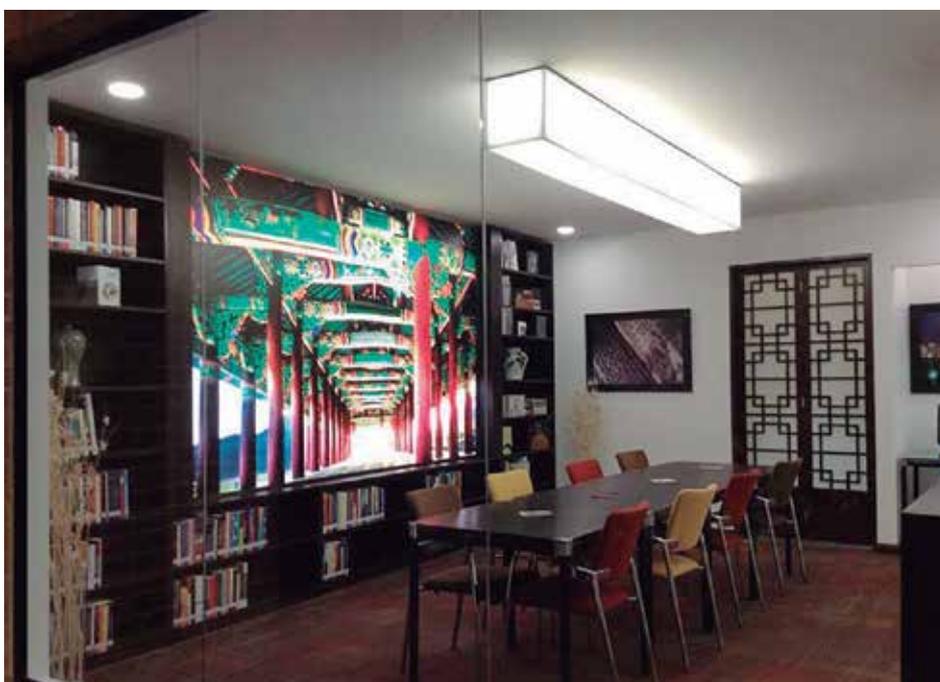




Por otro lado en búsqueda de dotar unas baterías de baños cómodas, se reubicaron al lado de las escaleras de servicio, en ambos costados de las casas, los baños para mujeres y para hombres, retirándolos del hall en segundo piso, al lado de las escaleras, generando así zonas de estudio más amplias y con luz natural.



En el segundo semestre del 2014, y como incentivo en parte a las donaciones de libros y de elementos decorativos temáticos, donadas por la embajada de Corea del Sur, se inicia la proyección y materialización de una sala de estudio que maneja como concepto la cultura oriental de Corea del Sur, llamado Salón Corea. Se compran fotografías temáticas y se construye un módulo iluminado para instalar en el espacio central del mueble de la biblioteca.



Por otro lado, y en búsqueda de la autosuficiencia e independencia de cada casa, se inicia la construcción de la cocineta en primer piso, debido a que para suplir esta necesidad, el personal de servicio se debía desplazar hacia casa Incolda.

## CASA INCOLDA

Para inicios del 2014 se adecua y mejoran los salones 101, 208, 209 y 210. También, se repara la cubierta en salón Bogotá y en salón Colombia. Se construye un tanque enterrado de almacenamiento de agua potable, en la zona del domo acrílico, para dar servicio a la casa Incolda, Biblioteca y Echavarría.



Para la optimización máxima del espacio, se reforma el sótano y se adecua la oficina de Control y Registro, los baños de hombres y mujeres y depósitos. Se remodela el aula máxima en primer piso, quitando el escalonamiento, recuperando la chimenea y el enchapado oculto por la pantalla y amoblando con las mismas sillas que se maneja en toda la universidad. También, se cambia el piso del hall de acceso, y finalmente, se repara el piso acceso vehicular.





## CASA LLERAS

En esta casa se remodela en el primer piso baños hombres, se mejoran puertas y pisos en general. En el segundo piso se remodelan baños mujeres, oficinas segundo piso, y el salón 201 donde se desmontan los puestos metálicos y se coloca mobiliario que es usado en los otros salones.



Debido a la falta de establecimientos comerciales, se propone y posteriormente se construyen cuatro (4) locales en el antejardín de la casa. Estos locales son módulos en estructura metálica, con cubierta en vidrio, cuentan con sus acometidas eléctricas, hidráulicas, de desagüe, donde cada contratante hace la respectiva adecuación y le da imagen a su local.

## CASA ROCHA

Se adecuan las oficinas MBA, y los baños hombre y mujeres en segundo piso. Reparación general cubierta. Se cambia el piso del acceso principal en madera tipo Parket, con el mismo diseño del existente, se remodela la cocineta y se hace un mueble para depósito de insumos de la cafetería y de aseo. Se repara el piso del acceso vehicular, fundiendo pisos en concreto dilatado.



## CASA CESA

Se adecuó el acceso peatonal al salón múltiple, construyendo las puertas de acceso, rampa para discapacitados y escaleras, se instaló pérgola para cubrir la plazaleta de acceso. Se instaló las divisiones acústicas móviles, que permiten dividir el salón en dos espacios más pequeños o recogerse y utilizar un gran salón para 200 personas, según sea la necesidad.



En el patio posterior de la casa, se construye un tanque en concreto armado para el almacenamiento de agua potable y Red Contra Incendios y el cuarto de bombas para los equipos. Se instalan los equipos para su funcionamiento.

Se construye, sobre la zona de los baños de hombres y mujeres del salón múltiple, la placa para la localización de los equipos y manejadoras de aire acondicionado.

## CASA CARRERA 5TA. 1 Y 2

Se adelantaron obras de mantenimiento, como el cambio del piso de acceso, en antejardín, y la instalación de la reja de cerramiento.



## CASA BIENESTAR.

En el transcurso de las obras de adecuación y remodelación de las casas de la universidad, la casa bienestar ha sido una de las casas que no se ha intervenido, en esta ocasión se decidió arreglar y ampliar los baños del primer piso que se encontraban en malas condiciones y su funcionamiento no era el más adecuado, adicionalmente se creó una zona para el aseo y se construyó una cocineta para atender las dependencias de esta casa.

Por exigencias del departamento de sanidad del distrito, fue necesario hacer el cambio del acabado de los pisos de la zona de la cocina de la cafetería.

## CASA ECHAVARRÍA.

Continuando con el proceso de independencia de cada una de las casas se construyó una cocineta para atender las necesidades propias de esta casa.

## CASA ARANGO

Se realizan trabajos de ajustes de tejados y se construye una cocineta para atender las necesidades propias de esta casa.



# PROYECTOS EN EJECUCIÓN

## Edificio carrera 5ta no. 34 - 07

A mediados del 2014 se dio inicio a las obras. Luego de desmontar las particiones existentes y de la demolición de algunos muros internos se procedió a hacer el reforzamiento estructural necesario para adecuar el edificio a las normas de sismo resistencia vigente. En la actualidad se han concluido en su totalidad estos trabajos y se ha iniciado la etapa de acabados dentro de los cuales se cuenta el reemplazo de la ventanería, los pisos, las instalaciones eléctricas, el cableado estructural, la iluminación, cielorrasos, instalaciones hidráulicas, barandas, componentes de vidrio y elementos técnicos complementarios. Igualmente se han concluidos los trabajos preliminares para dotar al edificio de un ascensor panorámico de última generación, así como la construcción de rampas para discapacitados.





Una vez concluidas las obras el edificio contará en el primer piso con una cafetería abierta a la terraza de aislamiento posterior. En el nivel de acceso habrá una recepción que da entrada a un gran gimnasio dotado de baños y vestieros. El patio central de cinco pisos de altura estará presidido por un muro de vidrio de igual altura por el cual corre agua que se recoge en un espejo de agua localizado en el primer piso. A este muro de agua mirará el ascensor así como los halles de piso las escaleras y las circulaciones del edificio. Este patio central con cubierta traslúcida bañará al edificio de luz natural y a la vez será la ventilación del mismo. En el segundo y tercer piso estarán ubicados salones para trabajo en grupo de gran flexibilidad de manera que los espacios puedan unirse o dividirse entre sí mediante el uso de divisiones de vidrio plegables fácilmente manejables. El mobiliario ha sido pensado de manera que permita un gran número de configuraciones del espacio a voluntad de los estudiantes y profesores según las distintas necesidades. En el cuarto piso estará localizada la sala de creatividad donde los estudiantes podrán reunirse a diseñar sus proyectos de emprendimiento. Este espacio estará dotado de todos los elementos físicos y tecnológicos que puedan requerirse con esta finalidad. El mobiliario ha sido cuidadosamente seleccionado con el objeto de que cumpla los parámetros y requerimientos establecidos después de realizada una extensa investigación de las ofertas del mercado. Algunos muebles especiales se han diseñado para satisfacer las necesidades adicionales. Los colores, las texturas y los materiales escogidos harán de este salón uno de los más estimulantes y emblemáticos del CESA. En el quinto piso estarán localizadas las llamadas “incubadoras”. Estos espacios de trabajo permitirán que los creadores de proyectos que empiezan a tomar forma y a convertirse en realidad, puedan tener un sitio dentro del CESA para sus labores de emprendimiento. En este piso estará ubicado igualmente un oratorio o lugar de reflexión y una terraza panorámica que domina todo el barrio La Merced y parte del centro y occidente de Bogotá. El edificio alojará algunas oficinas administrativas y contará con baños y servicios complementarios. La infografía de todo el edificio será parte integral del diseño y además de su función informativa jugará también un papel decorativo y lúdico, ambientes amplios, con buena iluminación y acústica que permiten el desarrollo de diversas actividades académicas, tanto grupales como individuales.

# OTROS PROYECTOS EN CURSO

## Propuesta Plan de Regularización y Manejo

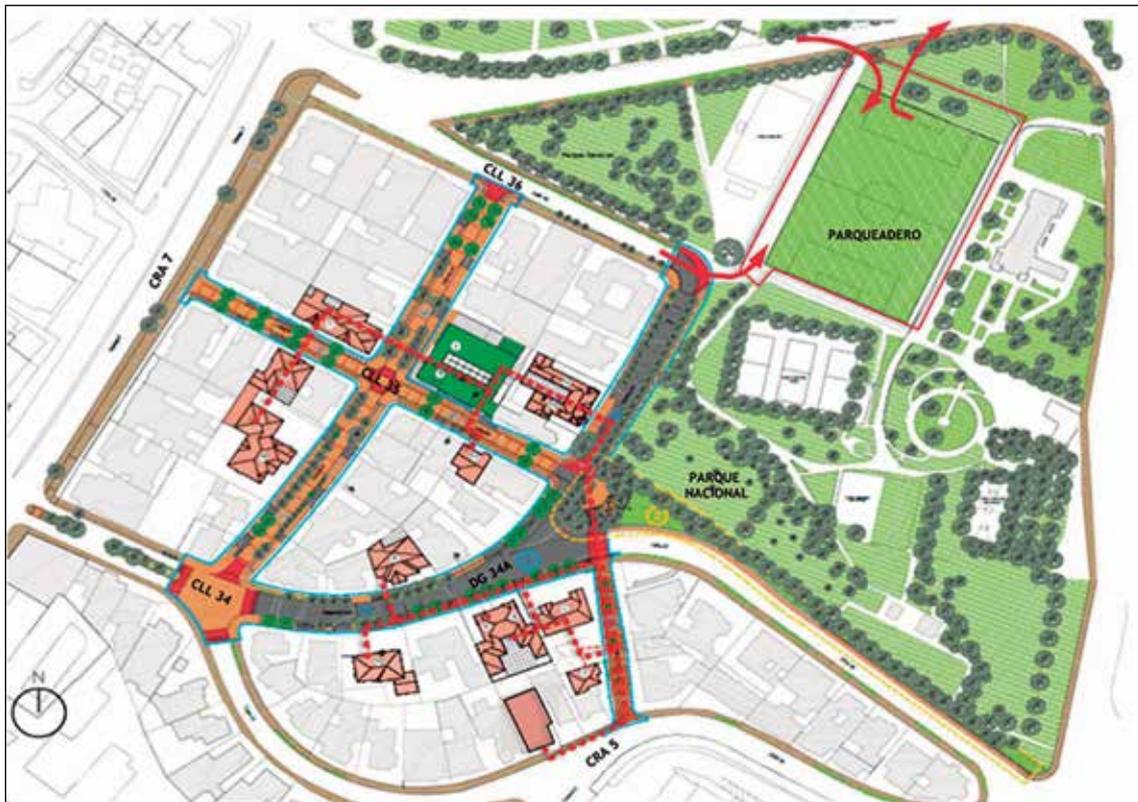
Desde el año 2013 el Cesa viene adelantando ante la Oficina de Planeación Distrital los trámites para la aprobación de un Plan de Regularización y Manejo, requisito indispensable exigido por las autoridades distritales a los establecimientos educativos, a fin de mostrar sus planes de mitigación del impacto que su funcionamiento puede producir en la ciudad. El CESA ha elaborado un cuidadoso y extenso trabajo para cumplir con esta norma, dividido en cinco capítulos principales.

### ***1 - Proyecto urbanístico.***

Conscientes del valor histórico, arquitectónico y ambiental del Barrio La Merced, se diseñó un plan para mitigar el impacto que ejercen los automóviles, tanto los que transitan por sus calles como los que parquean al borde de las aceras. Es así como se propuso convertir la carrera 6 y la calle 35 en vías peatonales y la carrera 5A en vehicular restringida recuperándose de este modo el carácter original del barrio como lugar para llegar y permanecer más que como sitio simplemente de paso. Adicionalmente se propone la recuperación de la calle escalonada que conecta el Colegio San Bartolomé la Merced con la carrera 5A, calle que hoy se encuentra en un franco deterioro. Se propone finalmente la construcción de un teatro al aire libre en la zona de cesión del barrio, colindante con el Parque Nacional, como lugar de encuentro que articularía urbanísticamente la calle 35 peatonalizada con la mencionada calle escalonada, creándose así un eje ambiental desde la carrera séptima hasta el Colegio San Bartolomé. Estas calles debidamente adoquinadas y dotadas de un amoblamiento urbano con bancas, arborización, e iluminación, se convertirían en el centro de un

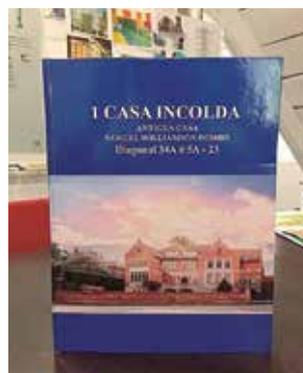
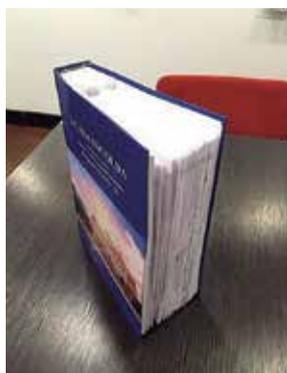
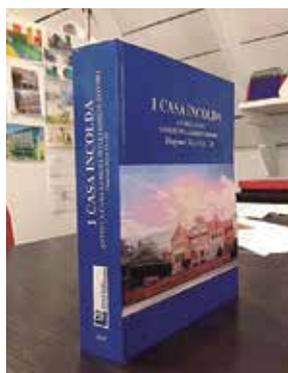
revitalizado barrio cultural donde el CESA junto con las demás instituciones presentes en La Merced, sería protagonista de primer orden en el mantenimiento y recuperación de sus valores ambientales y en peligro, dando ejemplo de cómo preservar los barrios históricos para ser aplicado en otros lugares de la ciudad.

**ETAPAS PROPUESTA** para el PRM - CESA



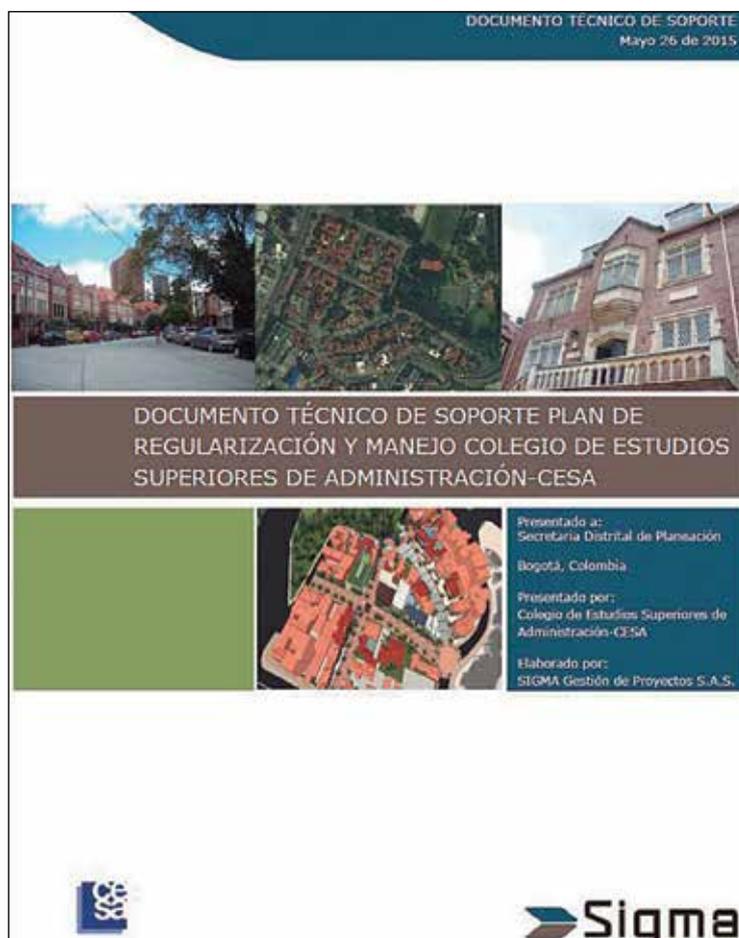
## 2 - Valoración arquitectónica.

Dada la ubicación del CESA en un sector histórico es necesaria, como complemento al Plan de Regularización y Manejo, la presentación de la valoración histórica y patrimonial de cada uno de los doce predios de conservación que forman parte del total de catorce que hoy constituyen el campus universitario del CESA. Esta valoración se ha venido adelantando mediante una cuidadosa investigación de la historia de las casas, identificando sus propietarios originales, sus arquitectos y la fecha en que cada una fue construida. Para ello se ha acudido a las fotografías aéreas tomadas en distintas épocas, disponibles en el instituto Agustín Codazzi, así como a los archivos existentes en diversas oficinas del Distrito donde ha sido posible obtener en muchos casos los planos arquitectónicos originales algunos de ellos magistralmente dibujados. Con esta información y con fotografías del estado actual de las casas se ha elaborado un informe de más de 12 tomos, donde se demuestra el gran cuidado y respeto con que el CESA ha venido recuperando estos inmuebles preservando la esencia y valores arquitectónicos de los mismos.



### 3 - Estudio de tránsito.

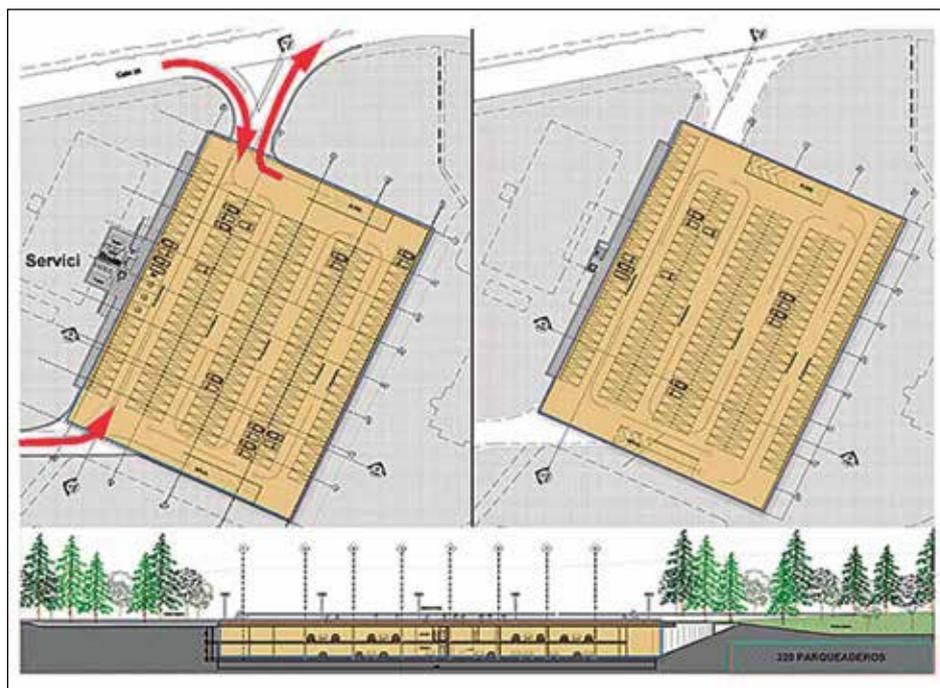
Con el fin de dar un soporte técnico a lo planteado en los dos puntos anteriores se ha adelantado un estudio de tránsito donde han sido tenidas en cuenta todas las variables relacionadas con el tema para lo cual se han hecho las mediciones, encuestas y cuadros comparativos necesarios para llegar a unas propuestas concretas del manejo del tránsito en el sector. Este estudio de tránsito ha sido aprobado por la Secretaría de Movilidad, paso esencial en el proceso de aprobación del Plan de Regularización y Manejo cuya presentación definitiva se hará ante el Departamento de Planeación Distrital una vez concluida la valoración arquitectónica de la que se habla en el punto anterior. Este proceso debe concluir a finales del mes de Mayo de 2015.



## 4 - Parqueadero subterráneo.

Con el fin de mitigar definitivamente el impacto que sobre el barrio acarrea los automóviles mal parqueados, tanto por alumnos y visitantes del CESA como por los demás vecinos del sector, se planea crear una Asociación Público Privada (APP) de iniciativa privada, con el objeto de construir un parqueadero subterráneo bajo la cancha de fútbol del Parque Nacional en forma semejante a la que ya se ha experimentado en otros lugares de la ciudad. Este parqueadero con entrada por la calle 35ª y salida hacia la vía vehicular del parque nacional y construido en dos sótanos tendría capacidad para cuatrocientos vehículos con lo cual se le daría al parque y al barrio una solución de parqueo de la cual hoy en día carecen. La cancha de fútbol se restituiría con grama sintética y se dotaría de vertieres baños y graderías y vendría a convertirse en un punto de conexión de los estudiantes del CESA con el Parque Nacional, vinculo natural y necesario convirtiéndose el parque en una extensión del campus universitario.

### PROPUESTA APP parqueadero



## 5 - Edificio Lleras

Desde que se empezó a tramitar el plan de Regularización y Manejo se incluyó la construcción de un nuevo edificio ubicado en la esquina de la carrera 5ª con calle 35 actualmente ocupada por la Casa Lleras, único inmueble que no se halla clasificado como de interés cultural, y el lote de terreno sin construir donde actualmente funciona el parqueadero del CESA. Este edificio con un área construida de 4.528 M2, albergará un auditorio con capacidad aproximada para 570 personas destinadas a cumplir múltiples funciones que en la actualidad no pueden llevarse a cabo en los espacios actuales por su limitación de área y espacio. Eventos tales como las graduaciones, que actualmente se llevan a cabo por fuera del campus de CESA, conferencias, conciertos, y otros de carácter deportivo tales como microfútbol, básquet-ball y otros, podrán llevarse a cabo en adelante dentro de las instalaciones propias. El edificio contará con un parqueadero subterráneo y nuevas aulas y áreas de estudio conectadas mediante un puente con las ya existentes en la Casa carrera 5ª.

**PROPUESTA** Fachada Edificio Lleras





# Informe de Gestión 2014

