



Colegio de Estudios
Superiores de Administración

INFORME DE GESTIÓN 2011





STAFF DIRECTIVO

Dirección General

Rector

José Manuel Restrepo Abondano

Vicerrector

Henry Bradford Sicard

Secretario General

Juan Santiago Correa Restrepo

Programas

Pregrado Administración de Empresas

Gisele Becerra

Posgrados Mercadeo

Lina María Echeverri

Posgrados Finanzas

Werner Zitzman

Formación Ejecutiva

Felipe Navia

Unidades de Apoyo Académico

Unidad de Gestión Empresarial - UGE

Luisa Fernanda Villegas

Dirección de Investigación

Juan Santiago Correa

Relaciones Internacionales

Edén Bolívar

Idiomas

David van der Woude de Vries

Centro de Liderazgo y Emprendimiento - CLE

Oscar Bravo

Dirección Biblioteca

Celiar Quiroga

Dirección Bienestar Universitario

Juanita Jiménez

Dirección Apoyo Administrativo

Dirección de Comunicaciones y Marketing

Paula María Cañas

Dirección Contable y Financiera

Ana Iris Chávez

Dirección de Tecnología

Víctor Julio Hernández

Dirección de Recursos Humanos

Magda Jackson

Dirección de Infraestructura

Rocío Jiménez

Centro de Consultoría Empresarial - CCE

Pedro Aguilar

Unidad de Desarrollo Institucional

Maira Patricia Gómez

Consejo Directivo

Presidente

Luis Alberto Arango Escovar

Vicepresidente

Pedro Vargas Gallo

Miembros

Catalina Melo Saade

Camilo Calderón Rivera

Julio Caballero Durán

Juan Francisco Mejía González

Mónica Salgar Ortiz

Santiago Perdomo Maldonado

Marco Fidel Rocha Rodríguez

PLAN ESTRATÉGICO 2010-2014

Desde el segundo semestre del 2009 se trabaja en una orientación estratégica que involucra a todos los miembros de la comunidad CESA. En ella fue definida la visión al 2014, que se busca a través de un plan de acción llamado “Plan Estratégico 2010-2014”. Este ha permitido identificar con claridad las fortalezas con las que cuenta la Institución y las debilidades en las que se debe trabajar para continuar ofreciendo programas de pregrado y posgrado con los más altos estándares de calidad en el área de Administración de Empresas.

Dentro de este Plan Estratégico se definieron las líneas estratégicas principales sobre las cuales se va a trabajar durante el período 2010-2014, las cuales son:

- Crecimiento inteligente del pregrado
- Mayor calidad en el posgrado
- Educación empresarial
- Campus
- Sofisticación gerencial
- Número 1 en medidas de calidad
- Programa de emprendimiento
- Investigación y Consultoría

MISIÓN

Formar los mejores líderes empresariales, dotados de espíritu emprendedor, capaces de agregar valor a sus empresas, creativos, éticos y comprometidos con la generación de desarrollo económico, político y social, de acuerdo con los valores que profesa el CESA, para hacer de Colombia una nación justa, competitiva y que viva en paz.

VISIÓN

Ser la mejor institución del país orientada a satisfacer las necesidades de formación profesional en el campo de la Administración de Empresas en el sector público y privado, con una oferta académica especializada y diversificada.

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN

Pág. 12 - 15

2. CRECIMIENTO INTELIGENTE DEL PREGRADO

Pág. 16 - 51

2.1. Pregrado Administración de Empresas

- 2.1.1. Formación de líderes empresariales
- 2.1.2. Asegurar y promover la calidad del pregrado
- 2.1.3. Admisiones Pregrado Administración de Empresas
- 2.1.4. Distribución población Pregrado Administración de Empresas
- 2.1.5. Los profesores del CESA realzan los valores de la Institución
- 2.1.6. Cifras docentes del pregrado
- 2.1.7. Renovación del currículo del pregrado
- 2.1.8. Resultados en SABER PRO y el Observatorio del Mercado Laboral
- 2.1.9. Consolidación de las temáticas internacionales: relaciones internacionales y la internacionalización del programa

2.2. Internacionalización

- 2.2.1. Asesoría académica
- 2.2.2. Pre-departure orientation
- 2.2.3. Nuevas becas para estudiantes del CESA
- 2.2.4. Nuevos convenios
- 2.2.5. Convenios vigentes
- 2.2.6. Estudiantes internacionales en el CESA

- 2.2.7. Currículo en inglés
- 2.2.8. Conferencias de profesores internacionales visitantes
- 2.2.9. Visita de representantes de varias universidades e instituciones de educación superior a Colombia
- 2.2.10. Promoción de varios eventos y ferias a través de Papernet
- 2.2.11. Cifras intercambios
- 2.2.12. Cifras acuerdos internacionales

2.3. Visitas y prácticas empresariales

- 2.3.1. Visitas empresariales
- 2.3.2. Prácticas empresariales
- 2.3.3. Cifras

2.4. Bienestar Universitario

- 2.4.1. Actividades deportivas
- 2.4.2. Exposiciones y campañas
- 2.4.3. Admisiones
- 2.4.4. Electivas
- 2.4.5. Otras actividades
- 2.4.6. Cifras

3. MAYOR CALIDAD DEL POSGRADO

Pág. 52 - 73

3.1. Maestría en Dirección de Marketing MDM

3.2. Especialización en Mercadeo Estratégico EME

3.2.1. Distribución población Especialización en Mercadeo Estratégico

3.2.2. Proceso de inscripción Especialización en Mercadeo Estratégico

3.3. Maestría en Finanzas Corporativas MFC

3.3.1. Admisiones Maestría en Finanzas Corporativas

3.4. Especialización en Finanzas Corporativas EFC

3.4.1. Distribución población Especialización en Finanzas Corporativas

3.4.2. Proceso de inscripción Especialización en Finanzas Corporativas

3.5. Cifras docentes especializaciones

4. EDUCACIÓN EMPRESARIAL

Pág. 74 - 79

4.1. Formación Ejecutiva

5. AECESA

Pág. 80 - 85

5.1. Outplacement y ofertas laborales

5.2. Programa de integración de egresados

5.3. Actualización de egresados

5.4. Proyecto Springboard

5.5. Otras actividades

5.6. Convenios

6. CENTRO DE LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO

Pág. 86 - 93

6.1. Espíritu emprendedor

6.2. Feria del Espíritu Emprendedor

6.3. Springboard

6.4. Liderazgo

6.5. Bootcamp Matamoros

7. BIBLIOTECA

Pág. 94 - 101

7.1. Bibliografías y bases de datos

7.2. Servicios

7.3. Divulgación

7.4. Repositorio institucional

7.5. La Biblioteca del CESA en cifras

- 7.5.1. Infraestructura física
- 7.5.2. Infraestructura tecnológica
- 7.5.3. Desarrollo de colecciones
- 7.5.4. Servicios
- 7.5.5. Consulta base de datos
- 7.5.6. Capacitación de usuarios

8. ÁREA ADMINISTRATIVA

Pág. 102 - 129

8.1. Tecnología

- 8.1.1. Proyecto Maestría en Finanzas
- 8.1.2. Consolidación de la plataforma tecnológica
 - 8.1.2.1. Plataforma computacional de servidores
 - 8.1.2.2. Infraestructura de comunicaciones
 - 8.1.2.3. Comunicaciones de borde a internet
 - 8.1.2.4. Automatización de salones y creación de salas especiales
 - 8.1.2.5. Plan de Contingencia
 - 8.1.2.6. Helpdesk
 - 8.1.2.7. Reposición, actualización y mantenimiento
 - 8.1.2.8. Storage (Almacenamiento)
 - 8.1.2.9. LMS (P@pernet)
 - 8.1.2.10. Imagen institucional
 - 8.1.2.11. Evaluación (ERP y CAMPUS)
 - 8.1.2.12. Repositorios
 - 8.1.2.13. Academia
 - 8.1.2.14. Actividades prospectivas y de crecimiento
 - 8.1.2.15. Cifras

8.2. Comunicaciones y Mercadeo

- 8.2.1. Redes sociales
- 8.2.2. Imagen institucional
- 8.2.3. Campañas de comunicación interna
- 8.2.4. Campañas de mercadeo
- 8.2.5. Formación Ejecutiva
- 8.2.6. Otras piezas publicitarias
- 8.2.7. Eventos
- 8.2.8. Lanzamiento portal web CESA
www.cesa.edu.co
- 8.2.9. Publicaciones

8.3. Infraestructura

- 8.3.1. Gestión de mantenimiento e infraestructura
- 8.3.2. Mantenimiento de planta física
- 8.3.3. Planes de intervención 2011
- 8.3.4. Obras y mantenimiento durante el 2011
- 8.3.5. Planta física

8.4. Gestión humana

- 8.4.1. Selección y contratación
- 8.4.2. Salarios y beneficios
- 8.4.3. Salud ocupacional
- 8.4.4. Bienestar
- 8.4.5. Capacitación y desarrollo organizacional

8.5. Financiera

- 8.5.1. Financiación a estudiantes
- 8.5.2. Eficiencia en el manejo del presupuesto

8.6. Cifras Área administrativa

9. INVESTIGACIÓN Y CONSULTORÍA

Pág. 130 - 141

9.1. Investigación

- 9.1.1. Cifras

9.2. Consultoría

- 9.2.1. El Centro de Consultoría Empresarial del CESA centra su estrategia en un valor agregado sostenible para sus clientes
- 9.2.2. El año 2011, un año de muchos retos y de crecimiento
- 9.2.3. La estrategia
- 9.2.4. El marketing de la consultoría
- 9.2.5. La materialización de nuestra experiencia en consultoría

10. OTRAS CIFRAS DE LA UNIVERSIDAD


Pág. 142 - 145

10.1. Población estudiantil para todos los programas



“ La estrategia (de cambio) es relativamente simple. Motive a todos los actores y sectores de la universidad a mirar oportunidades hacia afuera, establezca mecanismos para la distribución de excedentes que estimulen en cada actor el interés por los resultados, proponga mecanismos administrativos que no confundan las virtudes académicas con las virtudes financieras... y adopte estrategias con las que pueda tomar riesgos”

Sir Brian Follet, Rector (1992-2000)- Universidad de Warwick



Uno de los grandes propósitos del CESA en este período 2009-2014, que no es distinto del de cualquier organización, ha sido el de poder operar teniendo un marco común de referencia compartido entre los distintos actores de la Comunidad. Es por ello que el primer paso para conseguir el desarrollo institucional fue la formulación de un Plan Estratégico, que habiendo hecho un diagnóstico detallado de la institución, señala una hoja de ruta crítica para los siguientes cinco años.

Desde la puesta en marcha del “Plan Estratégico 2010-2014”, el CESA ha alineado sus estrategias para cumplir las metas en éste establecidas. El principio ha sido darle continuidad a los elementos tradicionales que caracterizan y diferencian al CESA desde hace 37 años, tales como la educación personalizada, la formación en el liderazgo y el emprendimiento, el interés de vincular activamente la teoría y la práctica y la consolidación de una masa crítica y excepcional de profesores y estudiantes; pero al mismo tiempo, implementar elementos de innovación y desarrollo universitario que nos pongan a tono con las exigencias del entorno actual: internacionalización, modernización y desarrollo tecnológico, activo relacionamiento con el gobierno y el sector empresarial, mejoramiento del talento humano y garantía de una calidad académica competitiva nacional e internacionalmente.



2.

CRECIMIENTO
INTELIGENTE
DEL
PREGRADO



CRECIMIENTO INTELIGENTE DEL PREGRADO

2.1. PREGRADO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Durante el período académico 2011-1 y 2011-2, la Dirección de Pregrado, enmarcada dentro del Proyecto Educativo Institucional PEI y el Plan Estratégico de Desarrollo 2010- 2014, centró sus esfuerzos en

PEI [...] la Formación Integral de sus educandos mediante la cualificación permanente del proceso pedagógico, en competencias, conocimientos y uso la tecnología; con una visión integral del ser humano y del desarrollo económico, social, político, educativo y cultural de la sociedad. La Dirección de Pregrado busca orientar su reflexión en torno al sentido de la educación, la pertinencia de la misma, la construcción y reconstrucción de saberes, de la creatividad y de la realidad empresarial, así como el qué, el cómo y el para qué de sus procesos; los cuales dan sentido a su misión educativa, orientan sus decisiones y dinamizan la vida de su comunidad educativa, en torno a los cuales gira su quehacer.,

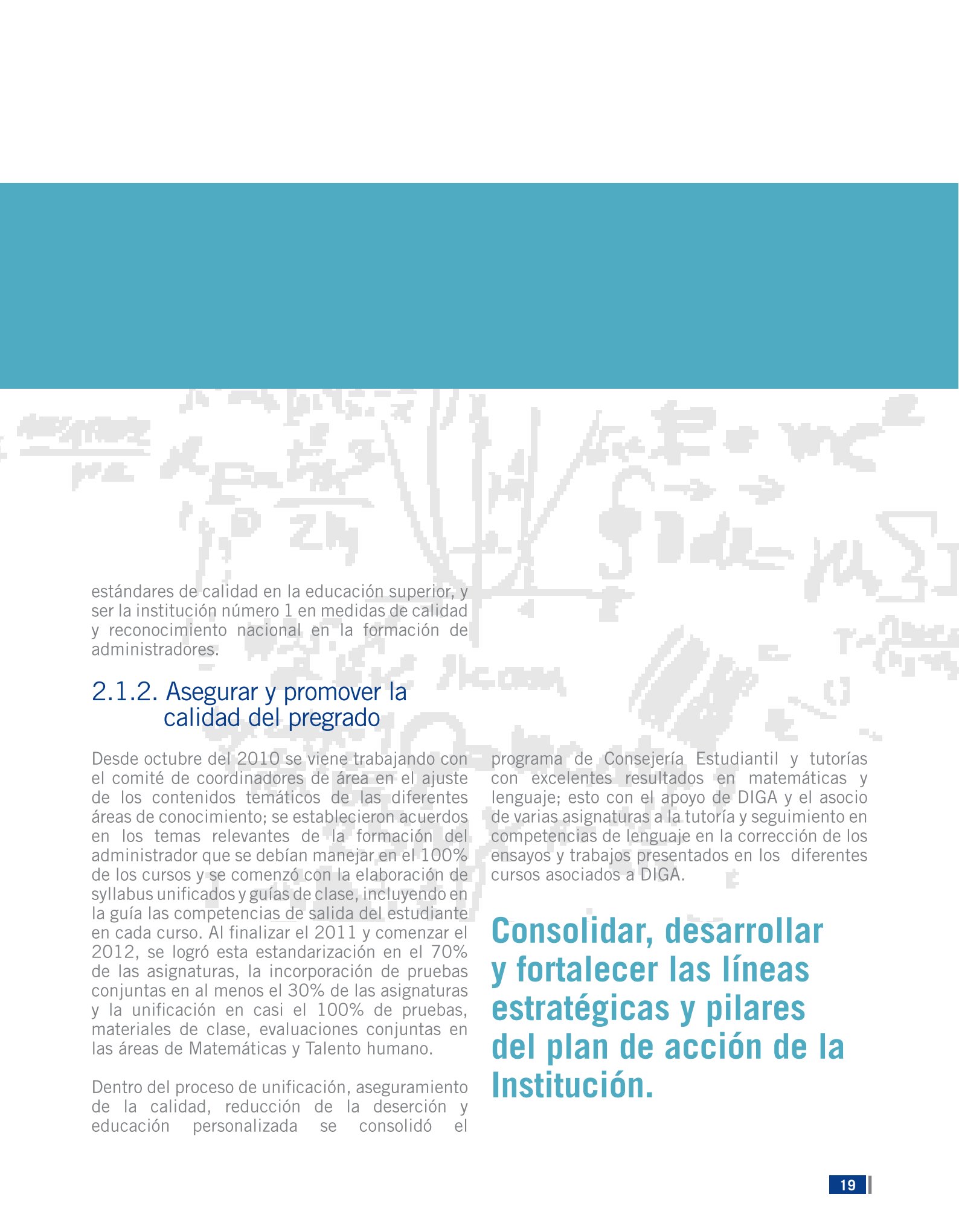
a través de acciones realizadas durante el 2011 para consolidar, desarrollar y fortalecer las líneas estratégicas y pilares del plan de acción de la Institución.

2.1.1. Formación de líderes empresariales

En las escuelas de negocios se viene debatiendo cómo debe ser la formación del administrador en el pregrado que responda a las necesidades actuales y futuras de las organizaciones y a las dinámicas de cambio de las organizaciones. Hoy en día se buscan desarrollar las competencias, el pensamiento crítico, analítico y lógico del administrador, la capacidad de abstracción, su adaptación al cambio y la flexibilidad para aprender y desaprender, todo esto enmarcado en una sólida formación en valores.

El pregrado presentó al Consejo Nacional de Acreditación la solicitud de reacreditación del programa, mostrando a los pares los cambios substanciales hechos al plan de estudios y los procesos de mejora adelantados a partir de las recomendaciones hechas al CESA en el 2007 por los pares del CNA, cuando fue acreditado el programa por segunda vez.

El informe de acreditación de los pares que visitaron al CESA durante los meses de agosto y septiembre de 2011 certifica que la Institución está muy cerca de alcanzar los más altos



estándares de calidad en la educación superior, y ser la institución número 1 en medidas de calidad y reconocimiento nacional en la formación de administradores.

2.1.2. Asegurar y promover la calidad del pregrado

Desde octubre del 2010 se viene trabajando con el comité de coordinadores de área en el ajuste de los contenidos temáticos de las diferentes áreas de conocimiento; se establecieron acuerdos en los temas relevantes de la formación del administrador que se debían manejar en el 100% de los cursos y se comenzó con la elaboración de syllabus unificados y guías de clase, incluyendo en la guía las competencias de salida del estudiante en cada curso. Al finalizar el 2011 y comenzar el 2012, se logró esta estandarización en el 70% de las asignaturas, la incorporación de pruebas conjuntas en al menos el 30% de las asignaturas y la unificación en casi el 100% de pruebas, materiales de clase, evaluaciones conjuntas en las áreas de Matemáticas y Talento humano.

Dentro del proceso de unificación, aseguramiento de la calidad, reducción de la deserción y educación personalizada se consolidó el

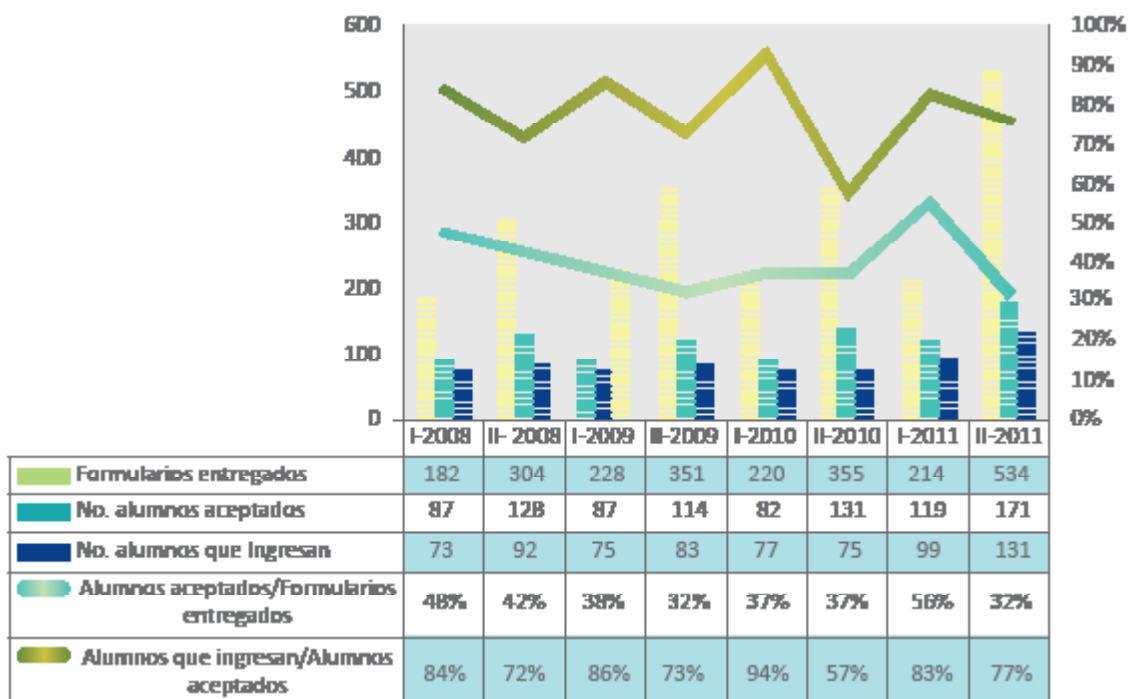
programa de Consejería Estudiantil y tutorías con excelentes resultados en matemáticas y lenguaje; esto con el apoyo de DIGA y el asocio de varias asignaturas a la tutoría y seguimiento en competencias de lenguaje en la corrección de los ensayos y trabajos presentados en los diferentes cursos asociados a DIGA.

Consolidar, desarrollar y fortalecer las líneas estratégicas y pilares del plan de acción de la Institución.

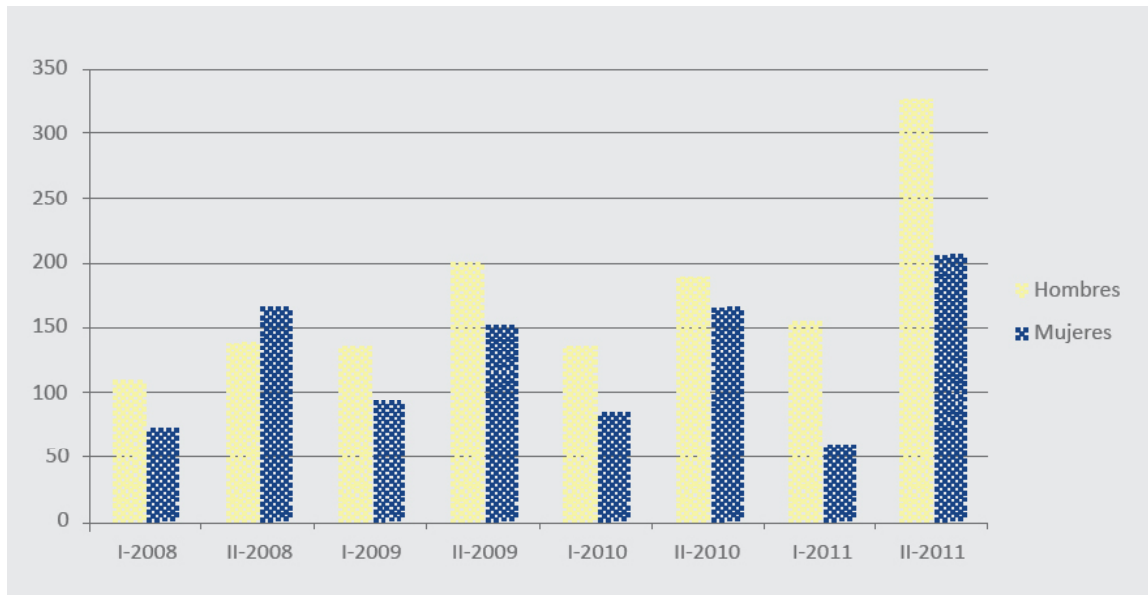
2.1.3. Admisiones Pregrado Administración de Empresas

Encontramos aquí actividades encaminadas a lograr una cobertura eficiente de nuestro Pregrado en Administración de Empresas.

Proceso de inscripción Administración de Empresas



Género de los aspirantes



2.1.4. Distribución población Pregrado Administración de Empresas

Población Pregrado

| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|---------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| I | 73 | 92 | 75 | 83 | 77 | 73 | 99 | 131 |
| II | 100 | 88 | 117 | 86 | 103 | 57 | 89 | 108 |
| III | 67 | 97 | 86 | 109 | 90 | 118 | 84 | 102 |
| IV | 64 | 58 | 87 | 55 | 95 | 81 | 105 | 82 |
| V | 51 | 79 | 58 | 89 | 69 | 95 | 81 | 102 |
| VI | 62 | 51 | 73 | 62 | 88 | 62 | 85 | 95 |
| VII | 51 | 55 | 59 | 77 | 70 | 112 | 63 | 74 |
| VIII | 57 | 32 | 38 | 40 | 58 | 58 | 86 | 44 |
| IX | 47 | 54 | 41 | 42 | 40 | 53 | 43 | 77 |
| Total presencial | 572 | 606 | 634 | 643 | 690 | 709 | 735 | 815 |
| Alumnos que salieron en intercambio | 16 | 29 | 31 | 32 | 26 | 22 | 51 | 66 |
| Extranjeros en intercambio en el CESA | | | | | | | 4 | 5 |
| Total población Pregrado | 588 | 635 | 665 | 675 | 716 | 731 | 790 | 886 |

2.1.5. Los profesores del CESA realzan los valores de la Institución

El CESA cuenta con un profesorado de altísimas cualidades personales y profesionales con excelentes calificaciones laborales en el área que enseñan, educadores de dedicación exclusiva con preparación especializada para la docencia y la investigación. Durante el 2011, la Universidad cuenta con un total de 220 profesores de cátedra y de planta, y con 23 profesores auxiliares en formación. Se dictaron más de 357 sesiones, incluyendo

asignaturas obligatorias, electivas extra créditos de Bienestar e Idiomas, y seminarios de desarrollo de habilidades y competencias en el ser, en el hacer y saber hacer, con un gran énfasis en la innovación, los valores y el uso de herramientas y tecnologías de la información.

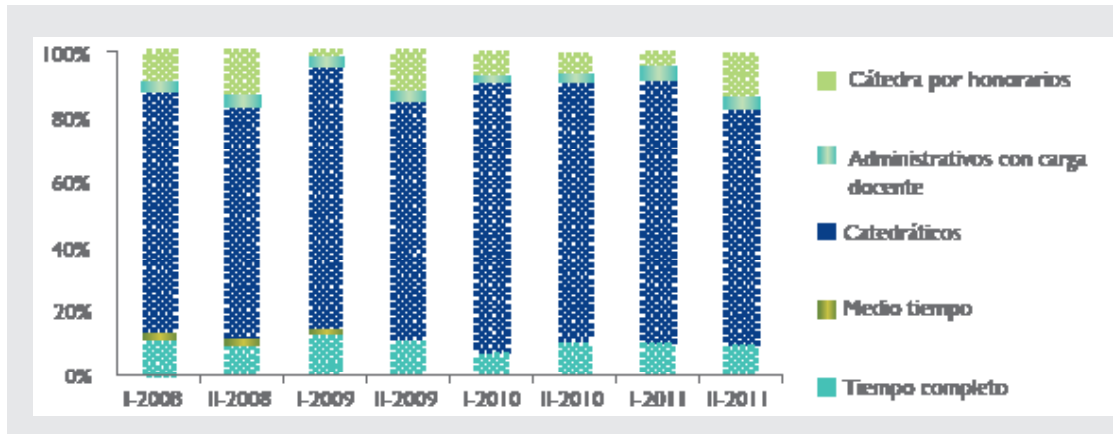
Durante el 2011, el 70% de los grupos se dictan en inglés con una participación de más del 30% de la población activa para el período.

Profesores por áreas

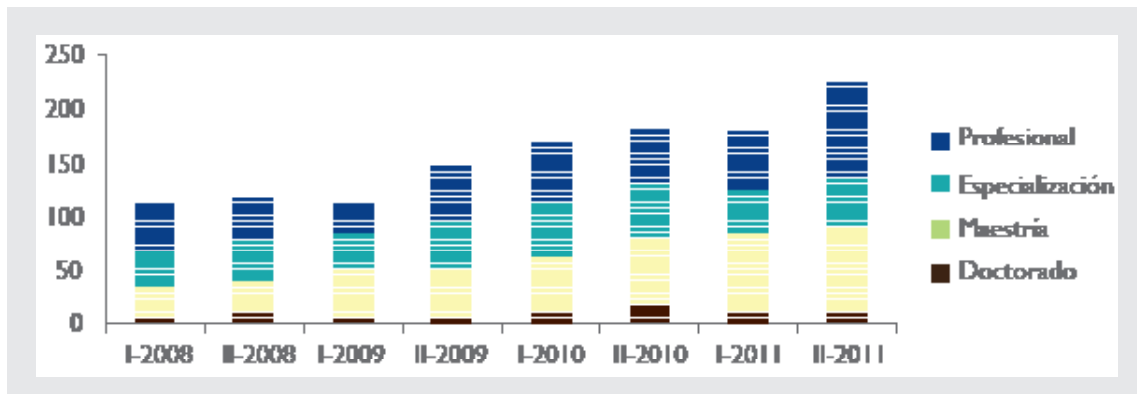
| ÁREA | No. PROFESORES | % POR ÁREA |
|-------------------------|----------------|-------------|
| Administración | 44 | 20% |
| Derecho | 17 | 8% |
| Economía | 13 | 6% |
| Electiva Humanidades | 10 | 5% |
| Electiva Profesional | 12 | 5% |
| Extracréditos | 25 | 11% |
| Finanzas | 29 | 13% |
| Humanidades | 11 | 5% |
| Informática | 7 | 3% |
| Matemáticas | 17 | 8% |
| Mercadeo | 17 | 8% |
| Producción | 4 | 2% |
| Seminario | 5 | 2% |
| Talento Humano | 9 | 4% |
| Total Profesores | 220 | 100% |

2.1.6. Cifras docentes Pregrado

Dedicación docente Pregrado



Escolaridad docente Pregrado



Docentes Pregrado por escalafón

| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|---------------------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Docente Instructor | 4 | 3 | 2 | | 14 | 24 | 27 | 26 |
| Docente Asistente | 56 | 60 | 54 | 76 | 82 | 72 | 70 | 80 |
| Docente Asociado | 20 | 21 | 29 | 26 | 42 | 49 | 44 | 49 |
| Docente Titular | 5 | 5 | 6 | 5 | 12 | 12 | 13 | 14 |
| Docente Auxiliar | 7 | 12 | | 14 | | | | 24 |
| Planta Instructor | | | | | | | | 1 |
| Planta Asistente | 7 | 6 | 6 | 5 | 5 | 6 | 6 | 4 |
| Planta Asociado | 7 | 7 | 10 | 10 | 6 | 9 | 10 | 10 |
| Planta Titular | | | | | 1 | 3 | 3 | 5 |
| Administrativo Instructor | | | | | | 1 | 2 | 3 |
| Administrativo Asistente | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Administrativo Asociado | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Administrativo Titular | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 |

Durante el 2011, el 70% de los grupos se dictan en inglés con una participación de más del 30% de la población activa para el período.

2.1.7. Renovación del currículo del Pregrado

Para el primer semestre de 2012 se implementará el noveno semestre del plan de estudios 23. Esta implementación ha avanzado de manera exitosa, y se encuentra al finalizar el 2012 en octavo semestre. Los principios fundamentales sobre currículo, flexibilidad, créditos académicos y competencias se han definido en el syllabus de las diferentes asignaturas, y para reforzar y afianzar el desarrollo de las competencias se implementó una línea transversal de seminarios extra créditos en la cual se maneja el desarrollo de las competencias desde 3 perspectivas: Conocimiento, Ser y Hacer (el hacer, saber hacer y convivir), y se ha garantizado la pertinencia y flexibilización electiva en temas de actualidad con el desarrollo de cursos cortos en temas específicos.

Durante el 2011, con el apoyo de los coordinadores de área se ha realizado el estudio exhaustivo de las asignaturas, analizando cada uno de los contenidos programáticos de los cursos, estableciendo los contenidos mínimos como principios para su unificación y el comienzo de evaluaciones conjuntas, para garantizar una mayor homogeneidad de los cursos y resultados de aprendizajes semejantes en todos los estudiantes, sin importar el docente.

Durante el 2011, la Dirección de Pregrado programó reuniones de profesores por áreas y por semestres.

Con ellas buscó la permanente revisión y unificación curricular de los contenidos programáticos; el diseño de los contenidos mínimos de los cursos de las distintas áreas haciendo relaciones, sinergias y marcando las necesidades de las demás áreas en temas que son transversales y necesarios para la visión integral de la cadena de valor de las organizaciones; el manejo complejo y dinámico de las empresas; evitar la duplicidad de temas en varios cursos y la revisión y actualización bibliográfica.

Todo ello para garantizar que respondan a las demandas del sector real público y privado y a las competencias exigidas por los empleadores; también, que se ajusten en su totalidad a los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional, el CNA y a los requisitos mínimos internacionales.

Se ha desarrollado una metodología para revisar el modelo de las pruebas SABER PRO y se implementó un curso virtual para los estudiantes de último año.

En las reuniones realizadas se han compartido nuevas metodologías de enseñanza, se han diseñado materiales de clase conjuntos y se diseñó un espacio en Papernet para que todos los profesores puedan compartir desde sus áreas materiales, lecturas, exámenes, etc.

Los profesores que se encuentran en la labor de coordinadores de área durante este período de 2011 son:

Coordinadores de área

| ÁREA | COORDINADOR |
|----------------------------|---|
| Administración | José Luis Sandoval |
| Derecho | Leonor Osuna |
| Economía | Maria Gloria Cano |
| Finanzas | Luis Alberto Arango y Alejander Guzmán |
| Gestión Humana | Luz Stella Bernal |
| Humanidades | Javier H. Murillo |
| Informática | Víctor Hernández |
| Matemáticas | Jenny Soler |
| Mercadeo | Claudia Gómez |
| Emprendimiento y Liderazgo | Óscar Bravo |
| Bienestar | Juanita Jiménez |
| Internacional | Édgar Viera |
| Producción | Pedro Aguilar |

La Dirección de Pregrado participó activamente en eventos nacionales e internacionales que trataron temas de formación de pregrado en Administración y, en general, aquellas dirigidas a escuelas de negocios.

Se han incorporado en los cursos obligatorios, electivos y en los seminarios, el desarrollo de competencias para la vinculación corporativa, el uso de la tecnología y los componentes y actividades internacionales que debe tener el programa para garantizar la pertinencia del mismo.

Para el fortalecimiento académico y medidas internacionales de calidad, se participó en el seminario taller Competencias del Docente, en el seminario de estándares para la acreditación de la EFMD, y en la reunión en Budapest de decanos y directores de programas de pregrado en Administración, donde se realizó un taller para identificar las oportunidades de mejora del programa y garantizar su pertinencia.

Los resultados visibles alcanzados por el programa durante el 2011 fueron ratificados por los pares evaluadores del CNA, donde manifiestan:

El programa de Administración de Empresas del CESA forma parte de una institución monodisciplinar con gran trayectoria; comprometida con la calidad; y formadora de profesionales con liderazgo empresarial y capacidad emprendedora, con reconocimiento local, regional, nacional e internacional por el desempeño laboral de sus egresados en las organizaciones donde prestan sus servicios.

El CESA cuenta con un claro Proyecto Educativo Institucional (PEI), en él se encuentra declarada su misión y visión, las cuales son debidamente socializadas en su comunidad académica. Este, es el referente para todos los procesos académicos y administrativos. En su proceso de mejoramiento, ha efectuado mejoras en su currículo, ha incorporado una serie

de proyectos transversales para brindar más flexibilidad al programa, continua actualizando sus recursos tecnológicos y bibliográficos, trabaja en el fortalecimiento de su cuerpo profesoral, apoya la función investigativa y participa activamente con la comunidad científica nacional e internacional, publica materiales impresos y digitales que sus profesores producen para el apoyo de la docencia, continua el apoyo a la asociación de egresados (AECESA) y cuenta con un departamento de bienestar universitario con programas y servicios dirigidos a su comunidad académica. La actual estructura organizacional permite la flexibilidad, la rápida toma de decisiones y la participación de la alta dirección en el diario vivir de la Institución.

[...] En lo académico, cabe destacar el esfuerzo permanente que realiza la dirección del programa por incorporar nuevas necesidades y requerimientos del mundo empresarial en el plan de estudios, así como la homogeneización internacional del mismo, para acceder a los convenios de intercambio y doble titulación con universidades extranjeras.

Para ello, mantiene relaciones frecuentes con su comunidad de egresados, ampliamente reconocida por el aporte al mundo empresarial en Bogotá y en el país, con el sector empresarial e instituciones de Educación Superior a nivel nacional e internacional.

En la presente visita se observó el avance alcanzado en la gestión académica, en especial en lo referente a la gestión curricular, a través del comité curricular (del cual forman parte los coordinadores de áreas y un representante de los estudiantes) y los comités académicos de cada una de las áreas (mercadeo, finanzas, administración, recursos humanos, derecho, informática, operaciones, economía y matemáticas), a



Altísimas cualidades personales y profesionales del profesorado

través de los cuales se realiza la unificación de contenidos mínimos, el diagnóstico de capacitación de docentes en metodologías de aprendizaje y el sector real, y la búsqueda permanente de inclusión de temas actuales.

Basado en el Proyecto Educativo, el CESA ha conformado un grupo de profesores jóvenes los cuales conforman el equipo de investigadores; así mismo, la entidad se encuentra en proceso de establecimiento de relaciones con la Comunidad Científica Nacional e Internacional en la profesión de la Administración. Continuando con la experiencia anterior, el CESA también cuenta con profesores de planta quienes contribuyen con programas formativos complementarios a la formación del Administrador, tales como inglés, informática, economía, finanzas, inglés y comunicación.

Los profesores de cátedra continúan siendo profesionales de muy altas calidades, reconocidos, buena parte de ellos, por los estudiantes y egresados como verdaderos Maestros y expertos en el campo de la Administración o en disciplinas complementarias a la formación de la administración como la economía, el derecho, las finanzas, el mercadeo, y la historia, entre otras.

Los avances y la visibilidad de calidad lograda nacionalmente permitieron el nombramiento del CESA, a través de la Dirección en la Junta Directiva del CPAE y la Junta Directiva Nacional de Ascolfa, para trabajar por la formación de los profesionales de la administración, la calidad de los mismos y la consolidación de las alianzas interuniversitarias, dentro y fuera del país.

La Dirección de Pregrado inició durante el segundo semestre del 2011 el proceso de revisión y evaluación del programa actual para, con el apoyo de un pequeño comité, realizar planes de mejora que respondan a las exigencias y tendencias actuales de la formación en administración y se

entienda la revisión curricular como el aprender a conocer, el aprender a hacer, el aprender a vivir juntos y el aprender a ser a través de comprender, conocer y descubrir el conocimiento como base para otro nuevo conocimiento: aprender a aprender con un desarrollo curricular en dos ejes: Eje en contenidos y en habilidades que permita al estudiante desarrollar la capacidad de movilizar el conocimiento, lo mismo que técnicas que le permitan reflexionar su actuar. Esto implica un currículo dinámico.

2.1.8. Resultados en SABER PRO y el Observatorio del Mercado Laboral

El CESA es una escuela de negocios con un alto reconocimiento académico como referente en Administración de Empresas. Obtuvo durante el 2011 el segundo lugar en el país y el primero en Bogotá.

A continuación se transcriben los informes de los medios de comunicación:

EDUCACIÓN SUPERIOR

Archivo Semana - La sede de Medellín de la Universidad Nacional tiene los mejores puntajes en los Ecaes de 2011.

Las mejores facultades de Administración por los Ecaes.

Los resultados del Ecaes muestran dónde estudian los mejores y qué universidades ofrecen los mejores programas de administración en el país. La mejor, la Universidad Nacional de Medellín, seguida por el CESA y el Externado. Los Andes ocupa el sexto lugar.

El Icfes entregó los resultados de las pruebas de los Exámenes de Calidad de la



Educación, Ecaes, que fueron realizados durante el tercer trimestre de 2010. Los resultados muestran cuáles son las facultades de administración que tuvieron los resultados más altos en el país. Con esos datos, la sede de Medellín de la Universidad Nacional y el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA encabezan la lista.

La decisión sobre dónde estudiar una carrera se puede tomar mejor si se conoce de cuáles universidades salen los estudiantes con mejores resultados en las pruebas de Estado. En últimas, muchos estudios sobre rendimiento académico muestran que la calidad de los compañeros de clase es, en muchos casos, un elemento fundamental en el desempeño propio.

Algunas universidades aseguran que el Ecaes no es una medida de la calidad de las carreras. Eso puede ser cierto, pero son un buen indicador del conocimiento que adquieren los estudiantes en ciertas competencias básicas.

Las mejores en áreas específicas de administración.

El CESA cuenta con un claro Proyecto Educativo Institucional (PEI), en él se encuentra declarada su misión y visión, las cuales son debidamente socializadas en su comunidad académica.

Promedio institucional de Pruebas SABER PRO (ECAES 2010-3) de las áreas específicas de Administración (no incluye electivas) Fuente ICFES

| INSTITUCIÓN | JORNADA | MUNICIPIO | PROMEDIO ALUMNOS | PROMEDIO PUNTAJE |
|---|-------------------------------|------------|------------------|------------------|
| Universidad Nacional de Colombia | Diurno | Medellín | 56 | 11.25 |
| Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA | Registro Calificado | Bogotá D.C | 80 | 11.1 |
| Universidad Externado de Colombia | Reg. Calif. Acred. Voluntaria | Bogotá D.C | 58 | 11.09 |
| Universidad Nacional de Colombia | Diurno | Bogotá D.C | 67 | 11.05 |
| Universidad del Cauca | Registro Calificado | Popayán | 36 | 10.95 |
| Universidad de los Andes | Registro Calificado | Bogotá D.C | 106 | 10.94 |
| Universidad de Antioquia | Registro Calificado | Medellín | 57 | 10.9 |
| Universidad ICESI | Reg. Calif. Acred. Voluntaria | Cali | 17 | 10.83 |
| Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario | Registro Calificado | Bogotá D.C | 67 | 10.8 |

El CESA es una escuela de negocios con un alto reconocimiento académico como referente en Administración de Empresas. Obtuvo durante el 2011 el segundo lugar en el país y el primero en Bogotá.

De acuerdo con los estudios realizados por el Observatorio del Mercado Laboral, en los últimos 4 años los egresados del CESA encabezan de manera consecutiva las encuestas como los mejores remunerados del país.

Promedio remuneración en Colombia

| INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR Acreditación de Calidad* | 2010 | 2011 | 2011 | 2017 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Colegio de Estudios Superiores CESA | \$5.460.120 | \$5.130.507 | \$4.942.275 | \$4.432.580 |
| Universidad de los Andes | \$5.050.616 | \$4.777.047 | \$4.626.025 | \$4.140.352 |
| Universidad de la Sabana | \$4.126.040 | \$3.674.936 | \$3.570.805 | \$3.231.155 |
| Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario | \$3.931.676 | \$3.764.967 | \$3.614.836 | \$3.331.220 |
| Universidad Externado de Colombia | \$3.757.864 | \$3.369.178 | \$3.211.971 | \$2.952.082 |
| EAFIT | \$3.742.873 | \$3.540.832 | \$3.385.658 | \$3.100.490 |
| Universidad EAN | \$3.667.186 | \$2.902.024 | \$2.669.687 | \$2.380.449 |
| Universidad ICESI | \$3.647.716 | \$3.375.877 | \$3.233.122 | \$2.813.971 |
| Universidad Pontificia Bolivariana | \$3.434.079 | \$3.225.530 | \$3.054.682 | \$2.811.636 |
| Pontificia Universidad Javeriana | \$3.302.052 | \$3.125.958 | \$2.976.745 | \$2.677.015 |
| Universidad Autónoma de Bucaramanga | \$3.162.385 | \$2.896.413 | \$2.828.007 | \$2.407.180 |
| Universidad Militar Nueva Granada | \$3.131.826 | \$2.652.459 | \$2.369.085 | \$2.197.220 |
| Universidad del Norte | \$2.990.994 | \$2.654.811 | \$2.354.251 | \$1.921.813 |
| Universidad del Valle | \$2.326.079 | \$2.231.436 | \$2.221.915 | \$2.084.022 |
| Universidad Nacional de Colombia | \$2.143.821 | \$1.959.876 | \$1.837.880 | \$1.599.279 |
| Universidad Tecnológica de Bolívar | \$2.009.346 | \$2.026.975 | \$2.057.330 | \$1.876.870 |
| Universidad de Antioquia | \$1.839.113 | \$1.762.395 | \$1.691.134 | \$1.648.829 |
| Universidad del Cauca | \$1.762.981 | \$1.650.470 | \$1.502.268 | \$1.382.629 |

*:Cifra institucional para pregrado y posgrado en el área de Administración
Fuente: Observatorio Laboral para la Educación del Ministerio de Educación Nacional (2011)

2.1.9. Consolidación de las temáticas internacionales: relaciones internacionales y la internacionalización del programa

Se vinculó al Profesor Edgar Vieira como coordinador del área internacional para el desarrollo de la oferta electiva en temas internacionales y para la revisión e inclusión de los contenidos mínimos necesarios para la internacionalización de las empresas en las diferentes áreas de conocimiento que maneja el programa (derecho, economía, finanzas, talento humano, negocios internacionales, etc.), que permitan al administrador del CESA tener la visión del mundo globalizado y las tendencias del mercado internacional. También, las competencias y conocimientos que deben desarrollar nuestros egresados para ser competitivos y crear valor en las organizaciones.

Se está trabajando consistentemente en el proceso de certificación de los estándares internacionales del currículo para iniciar el proceso y planes de mejora para la acreditación internacional del pregrado EPAS en el 2012, con la EFMD. Las instituciones de educación superior en el mundo entero compiten por estudiantes y profesores que pertenezcan al mercado global, miembros de escuelas de negocios que estén entre las mejor clasificadas y que se tengan certificaciones de acreditadoras internacionales tales como las AACSB, EFMD. Estas garantizan que la formación sea pertinente y cumpla los estándares exigidos para la empleabilidad y reconocimientos de su formación profesional en los mercados americanos y europeos.

Durante el 2011, se ofertaron 6 electivas en temas globales: Competitividad y Globalización, Acuerdos Comerciales, Finanzas Internacionales, International Management Issues, International Marketing Management e Inglés de Negocios.

Dentro del proceso de internacionalización y fortalecimiento académico, en el 2011 se invitó para la realización de la electiva International Management Issues, a 2 profesores de la escuela de negocios de Sprott de la Universidad de Carleton, de Canadá.

Se viene trabajando también de la mano con la oficina de Relaciones Internacionales para la movilidad de estudiantes en su semestre de intercambio y doble titulación, así como para promover la estadia corta en cursos de verano en universidades internacionales.

Todo este esfuerzo ha aumentado la movilidad y participación en escuelas de negocios como Harvard, Oxford, EADE y la Universidad de Barcelona, donde los estudiantes han cursado durante 6 semanas asignaturas que son homologadas como electivas profesionales en temas de comercio y mercados internacionales, entre otros.

La oferta académica del 70% de cursos dictados en inglés es un avance significativo para los estándares de internacionalización del programa.

El pregrado desarrolló el plan de mejora para la internacionalización y acreditación, el cual espera iniciar en el 2012.

Estructura conceptual integrada

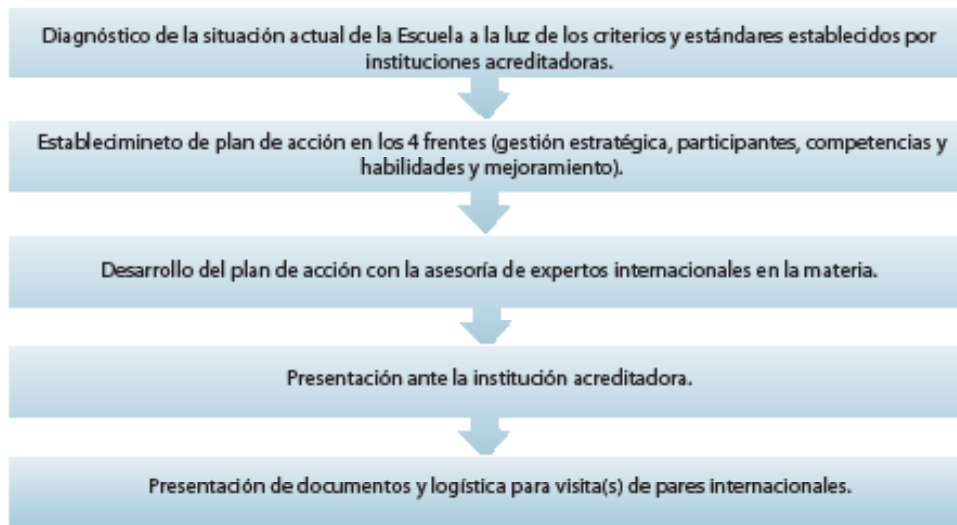


CANADA
CANADA

RUSSE



Etapas del proceso



Con este programa se pretende alinear los procesos y la revisión curricular del pregrado a partir de los objetivos estratégicos y los estándares internacionales.

2.2.INTERNACIONALIZACIÓN

Durante el último año se han hecho los siguientes avances en el desarrollo de la internacionalización del CESA:

2.2.1. Asesoría académica

La Oficina de Relaciones Internacionales brindó asesoría académica sobre oportunidades de estudios en el exterior (semestre por fuera o doble titulación) a un gran número de estudiantes durante el 2011.

2.2.2. Pre-departure orientation

Por primera vez se hizo una charla para los estudiantes que se van de intercambio para dar información de los aspectos claves a tener en cuenta antes de viajar. Con esta charla se espera que sus experiencias en el exterior sean más productivas.

2.2.3. Nuevas becas para estudiantes del CESA

A través de la gestión de la Oficina de Relaciones Internacionales, se lograron becas parciales para matrícula o sostenimiento con varias universidades.

- **California State University Fullerton (CSUF)**

La universidad no cobró a los estudiantes del CESA la tarifa para la solicitud de admisión (application fee) de US\$100 por cada estudiante; 6 estudiantes aplicaron y fueron admitidos. CSUF, además, se comprometió a otorgar una beca completa en la matrícula para el décimo estudiante enviado por el CESA.

- **Emerging Leaders for the Americas Program (ELAP) en Canadá**

2 estudiantes del CESA fueron beneficiados con esta beca de ELAP, la cual cubre 7,500 dólares canadienses para sostenimiento a cada uno. Ambos estudiantes adelantarán estudios de un semestre en Carleton University.

- **IESEG**

El convenio que el CESA tiene con el IESEG otorga 10% de beca por cada estudiante. Sin embargo, este año, por solicitud del CESA, IESEG otorgó 25% de la beca en

la matrícula al mejor estudiante del CESA. Esta becaria hará su doble titulación en esta institución.

- **European University (EU)**

El CESA tiene un convenio con la EU que otorga casi 30% de beca a todos los estudiantes del CESA que van a adelantar el programa de MBA en esa universidad.

- **Rouen Business School (RBS)**

El convenio que el CESA tiene con el RBS otorga 10% de beca por cada estudiante. Sin embargo, este año se adelantaron negociaciones para obtener mayores descuentos en la matrícula. Además de este 10%, los estudiantes del CESA pueden postularse a las becas por excelencia o mérito académico.

2.2.4. Nuevos convenios

Durante el 2011, se firmaron nuevos convenios con el Sprott School of Business Carleton University en Canadá e IDC Herzliya, en Israel. Se han realizado acercamientos importantes para fortalecer lazos con diferentes universidades.

Se espera que para el próximo año se firmen nuevos convenios con University of Portsmouth en el Reino Unido, ESCE en Francia, California State University Fullerton y American University Study Abroad.

2.2.5. Convenios vigentes

Convenios internacionales

| PAÍS | UNIVERSIDAD |
|-------------------------|---|
| Australia | Griffith University (GU) |
| Francia | IESEG School of Management |
| Francia | ROUEN Business School (RBS) |
| España | Universidad Francisco Vitoria |
| España | Escuela Europea de Dirección y Empresa (EUDE) |
| España, Suiza, Alemania | European University |
| Japón | Kansai Gaidai University |
| Estados Unidos | American University |
| Austria | Upper Austria University of Applied Science School of Management |
| Holanda | The Hague University of Applied Science - The Netherlands |
| Alemania | Zeppelin University |
| Bélgica | Vesalius College |
| Ecuador | Universidad Internacional del SEK |
| México | Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM - Campus Monterrey) |
| Holanda | Arnhem Business School |
| Paraguay | Universidad Americana de Paraguay |
| Reino Unido | University of New Castle Upon Tyne (NU) |
| España | Escuela Superior de Estudios Internacionales (ESEI) |
| Canadá | Sprott School of Business, Carleton University |
| Estados Unidos | Whitman School of Management, Syracuse University |
| México | Facultad de Economía, Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango (FECA) |

2.2.6. Estudiantes internacionales en el CESA

Se brindó asesoría y servicio de información para los estudiantes internacionales que se encuentran estudiando en el CESA.

En colaboración con la Directora de Pregrado, se realizó el proceso de admisión para 4 nuevos estudiantes internacionales para el próximo semestre, de los cuales 2 confirmaron su asistencia el semestre entrante.

2.2.7. Currículo en inglés

Se logró la meta de tener el 70% de los cursos dictados en inglés (bilingüismo).

2.2.8. Conferencias de profesores internacionales visitantes

Por gestión de varios profesores y de la Oficina de Relaciones Internacionales, han venido al CESA diferentes profesores internacionales para dictar seminarios y conferencias para la comunidad.

Ejemplo de ello son el Dr. Jerry Tomberlin, Decano del Sprott School of Business Carleton University; el Profesor José I. Rojas-Méndez, Director del Bachelor of International Business Program del Sprott School of Business, Carleton University Canadá; el Profesor Christopher Robertson, de Northeastern University; el Profesor Randall Morck, de University of Alberta; Paul O'Brien, Profesor de Griffith University de Australia. También, Franc Ponti, Profesor y Director del Centro de Innovación de EADA, y Oskar Villarreal, Profesor de la Universidad del País Vasco, en España.

2.2.9. Visita de representantes de varias universidades e instituciones de educación superior a Colombia

Dictaron charlas informativas a la comunidad del CESA sobre sus instituciones y sus programas de estudio representantes de Tulane Freeman School of Business School, California State University Fullerton, American University en Estados Unidos, Nanyang Business School en Singapur, University of Queensland en Australia, DAAD (Alemania) en Colombia y Nuffic (Holanda) en Colombia.

2.2.10. Promoción de varios eventos y ferias a través de Papernet

Varias actividades y ferias internacionales que promueven estudios de pregrado y posgrado en el exterior fueron divulgadas a la comunidad a través de Papernet.

2.2.11. Cifras intercambios

Estadísticas de estudiantes del CESA en el exterior y estudiantes internacionales en el CESA

| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|---|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| TOTAL POBLACIÓN PREGRADO | 588 | 635 | 665 | 675 | 716 | 731 | 790 | 886 |
| Estudiantes de V a IX semestre | 268 | 271 | 269 | 310 | 325 | 300 | 358 | 392 |
| Estudiantes en el exterior | 16 | 29 | 31 | 32 | 26 | 22 | 51 | 66 |
| Estudiantes internacionales en el CESA | | | | | | | 4 | 5 |

Porcentaje de estudiantes en el exterior e internacionales del total de la población

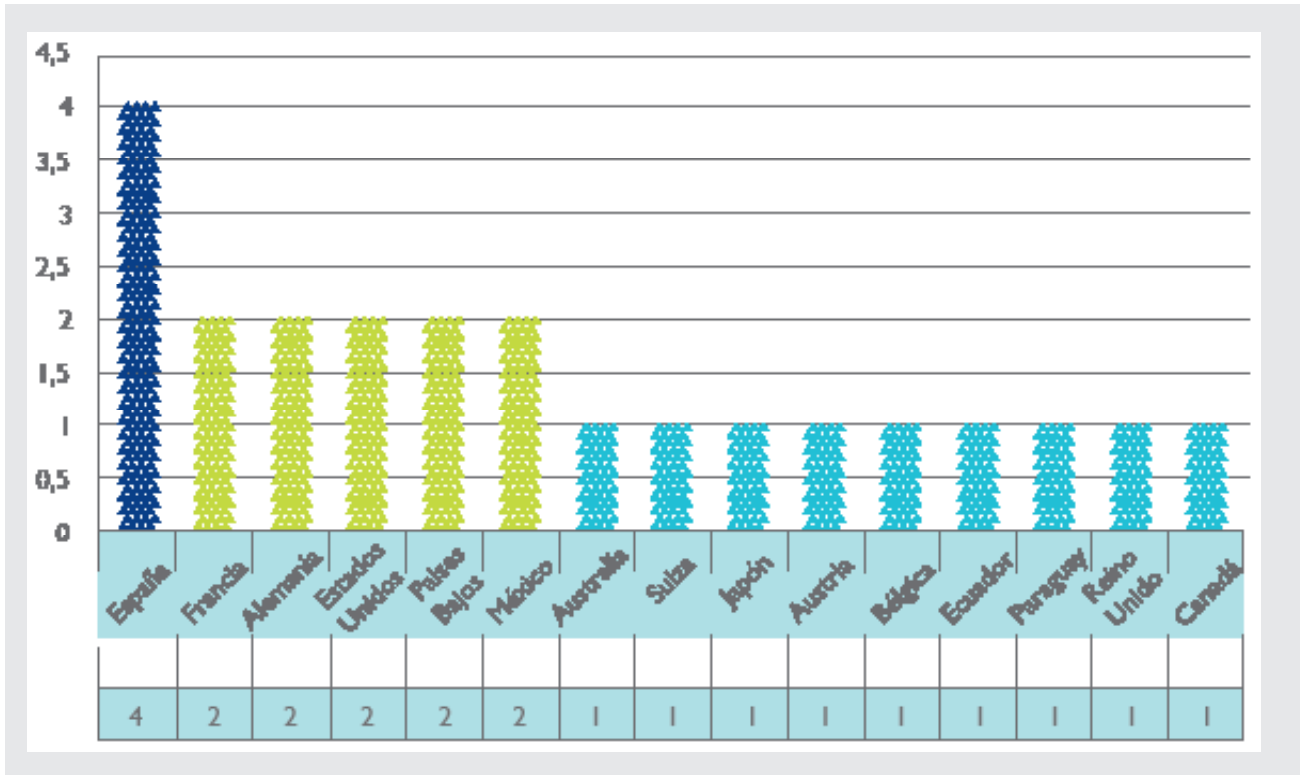
| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|---|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Estudiantes en el exterior | 3% | 5% | 5% | 5% | 4% | 3% | 6% | 7% |
| Estudiantes internacionales en el CESA | | | | | | | 1% | 1% |

Porcentaje de los estudiantes de quinto a noveno semestre que se encuentran en el exterior

| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|-----------------------------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Estudiantes en el exterior | 6% | 11% | 12% | 10% | 8% | 6% | 14% | 17% |

2.2.12. Cifras acuerdos internacionales

Acuerdos de cooperación por país. Diciembre 2011





Por gestión de varios docentes y de la Oficina de Relaciones Internacionales, han venido al CESA diferentes profesores internacionales para dictar seminarios y conferencias para la comunidad.



2.3. VISITAS Y PRÁCTICAS EMPRESARIALES

2.3.1. Visitas empresariales

Las visitas empresariales son ventanas al mundo empresarial; se trata de una actividad académica que le permite al estudiante complementar y visualizar lo aprendido dentro de las cátedras cursadas, como también establecer los sectores o las empresas donde les gustaría realizar sus prácticas y desempeñarse como profesionales en el futuro.

Para el año 2011, algunos estudiantes del CESA realizaron visitas empresariales a diferentes ciudades en Brasil y en los Emiratos Árabes en Dubái y Abu Dabi. Como resultado de las visitas realizadas y gracias a las gestiones del Vicerrector, Dr. Henry Bradford, 10 estudiantes del CESA viajaron al Líbano para participar en un programa de Liderazgo y Emprendimiento organizado por CSR, la división de responsabilidad social del grupo Al Ahli Holding y que lleva como nombre Global Business Opportunities (GBO), que busca crear grupos de trabajo multicultural.

El programa incluye clases de desarrollo de planes empresariales, estrategias de negocios, administración de proyectos, innovación y gestión de recursos humanos, entre muchas otras áreas. Al finalizar el programa, deberán crear sus propios proyectos que serán evaluados por distinguidos líderes empresariales.

El objetivo del programa es dar empoderamiento a jóvenes entre los 20 y 27 años para iniciar su propio negocio, establecer un puente entre la región árabe y otros países entre los que se incluye a Colombia y proporcionar una experiencia educativa y personal única para los participantes. Colombia será la sede del siguiente programa GBO, con invitados de países tales como Emiratos

Árabes Unidos, Líbano, Argentina o Jordania, entre otros.

Nuevas empresas

Durante el 2011 se vincularon nuevas empresas al muestrario del CESA: DELIPAVO, GERFOR, COMPAÑÍA COLOMBIANA AUTOMOTRIZ-MAZDA, GM-COLMOTORES, IHM, ROSEN TANTAU, MARTINA FLOWERS, NACIONAL DE TRENZADOS, TEXTILES VELANEX, LEC-LEE, YASAKI CIEMEL, BALLISTIC TECHNOLOGY, 3M, SCALPI, MODUART, ACESCO, DRUMMOND, DAABON, MAVALLE, EL TIEMPO, ING PENSIONES Y CESANTÍAS, ALMACENES ÉXITO, HINO, SUPER BUS, EMERMEDICA, TRANSMILENIO, ARMOR, FÁBRICA DE CARROCERÍAS JGB, ZONA FRANCA, ALMACENES PEPE GANGA, COLCHONES EL DORADO, HARRY'S BAR, FIDUCOR, ASEO CAPITAL, SEGUROS LA EQUIDAD, LOWE SP3, SETECSA, FUNDACIÓN BEST BUDDIES, FUNDACIÓN IDEAL, y PLASTILENE.

Al principio de cada semestre se seleccionó y diseñó el grupo de empresas a visitar, tratando de dar al estudiante el mayor y más completo espectro.

En las empresas seleccionadas se incluyeron ejemplos de emprendimiento, con el objetivo de incrementar el espíritu empresarial –uno de pilares de los estudiantes del CESA– y a la vez reforzar la importancia de tener sueños, perseguirlos y desarrollarlos.

Esto se logró a partir del conocimiento de ejemplos de vida de varios industriales como Germán Forero, Juan Carlos Sayer, Saul Sasson,

Alberto Bermúdez, Leo Katz, entre otros, quienes han sabido transformar las dificultades en enseñanzas y en oportunidades de crecimiento.

En el 2011, debido a la importancia que tiene acercar y concientizar a nuestros estudiantes de la necesidad mundial de fortalecer la agroindustria, se reactivó la salida a los Llanos Orientales con el fin de visitar 2 mega proyectos, MAVALLE y LA FAZENDA.

En estas se ha hecho evidente la prioridad que tiene el desarrollo del campo, la tecnificación de la agricultura en la generación de alimentos, lo que seguramente llevará a un aumento de las exportaciones de Colombia. Esta visita a esta zona del país les permitió a los estudiantes observar los beneficios de que un gobierno brinde seguridad e infraestructura a su gente, que se promueva el desarrollo, el progreso y la generación de empleo para conseguir una nación más justa y competitiva.

Finalmente, uno de los aspectos más positivos de estas visitas es la integración que logran los estudiantes entre ellos, contacto vital para su futuro.

El programa de visitas empresariales incluye clases de desarrollo de planes y estrategias de negocios, administración de proyectos, innovación y gestión de recursos humanos, entre muchas otras áreas.

Visitas internacionales

La oferta de visitas internacionales tuvo en cuenta los diferentes presupuestos e intereses de los estudiantes; ésta incluyó una agenda para aquellos que permanecieron en Bogotá.

Primer Semestre 2011

1. Agenda Nacional

Se organizó un viaje a la ciudad de Medellín, donde se visitaron AKT, ASTOR, ALCALDÍA DE MEDELLÍN, NOEL, INEXMODA, ENKA DE COLOMBIA, ZENU, PLAZA MAYOR, METROCABLE, ELECTRO PORCELANAS GAMA, CI JEANS y ASCENSORES ANDINOS.

2. Agenda Brasil

Brasil es la primera potencia de Latinoamérica, y en la actualidad ha adquirido gran influencia a nivel mundial debido a su desarrollo y crecimiento. Se visitaron empresas ubicadas en ciudades como Rio de Janeiro y Sao Pablo; entre ellas pueden contarse: COMPAÑÍA SIDERÚRGICA NACIONAL- CSN, SCHOTT, UNIVERSIDAD DE PETROBRAS, NATURA, EMBRAER, BLOOMBERG, INTERBOLSA, CTEEP- ISA y WEG.

3. Agenda Emiratos Árabes Unidos

Emiratos Árabes se ha convertido en un lugar estratégico tanto para el mundo empresarial como para el turismo, pues posee una tercera parte de la población del mundo a su alrededor y grandes beneficios.

Ha sabido plantear una visión y la está desarrollando.

Los proyectos, la infraestructura y el desarrollo que se ve en las 2 ciudades que

se visitaron, Dubái y Abu Dabi, son de una magnitud que supera las dimensiones que conocemos.

Se realizaron visitas a DXB, DUBÁI INTERNATIONAL FINANCIAL CENTER – DIFC, NAKHEEL, JAFZA, DUBÁI WORLD CENTER, RTA y MASDAR CITY, y se conoció el proyecto cultural de Al Saadiyat.

Segundo Semestre 2011

1. Agenda Nacional

A diferencia del semestre anterior, se visitaron empresas en Santa Marta, Barranquilla y Cartagena, y por primera vez se trabajó conjuntamente con otra de las asignaturas; las materias Visitas Empresariales y Gerencia de Logística se unieron y desarrollaron una agenda conjunta con el profesor Santiago Jimeno.

Las empresas visitadas fueron: SOCIEDAD PORTUARIA DE SANTA MARTA, DAABON, DRUMMOND, MODUART, ACESCO, COTECMAR, COREMAR, SOCIEDAD PORTUARIA DE CARTAGENA, REFCAR Y DOW QUÍMICA.

2. Agenda Brasil

Para el segundo semestre se decidió escoger como destino las ciudades de Sao Paulo y Curitiba, ciudad que ha sido catalogada como “la ciudad innovadora” y ejemplo mundial en urbanismo, movilidad y ambiental.

Se visitaron empresas como POSITIVO GROUP, RENAULT, AMERICAN LATIN LOGISTICA, CARVAJAL, NATURA, EMBRAER, BOVESPA, GENERAL MOTORS, UNIVERSIDAD GETULIO VARGAS, y se entrevistaron con Jaime Lerner, tres veces alcalde, gestor y autor del desarrollo de esta ciudad.

3. Agenda Emiratos Árabes Unidos

Aprovechando la experiencia de la primera visita, se incluyeron varias de las empresas con las que se había tenido una grata experiencia y se buscaron otras nuevas. Las empresas visitadas fueron: DUBÁI WORLD CENTER, NAKHEEL, MEYDAN, DUBÁI MEDIA CITY, RTA-DUBÁI METRO, UNILEVER, JAFZA, ABU DABI SECURITIES, ETIHAD AIRWAYS, MASDAR CITY Y AL SAADIYAT, como todos los sitios culturales importantes.



2.3.2. Prácticas empresariales

El principal objetivo del área, es lograr cada vez estar más cerca de las empresas, abrir las puertas con las visitas y estrechar lazos con los empleadores de nuestros estudiantes. Para garantizarlo, se cuenta con visitas de control a los practicantes y desayunos de retroalimentación con sus jefes.

Durante el 2011 se realizaron 3 desayunos de retroalimentación con los jefes de nuestros practicantes. Todos ellos tuvieron una gran acogida y evidenciaron aspectos importantes para implementar en el área académica.

Ejemplo de ello son temas como una imprescindible profundización de los estudiantes en el manejo de Excel, la necesidad de motivarlos hacia otras áreas como Recursos Humanos, la importancia de desarrollar en ellos habilidades de escritura y redacción, incrementar sus hábitos de lectura y fortalecer su interés en mantenerse informados.

Con ello esperamos que nuestros estudiantes salgan a sus prácticas con el mayor número de herramientas posibles, que los diferencie y los ayude a tener un mejor desempeño.

Otro aspecto importante es la concientización a los jefes de nuestros practicantes del papel protagónico y la responsabilidad que ellos tienen en la formación de nuestros administradores. La práctica es una extensión de la universidad.

Es importante que ellos dirijan y enseñen a los estudiantes, pues se trata de jóvenes aún en formación que, a medida que como empleados vayan dando resultados, les permitan involucrarse y tener mayores responsabilidades, exigiéndoles resultados y mayor compromiso.

Esta es una labor conjunta, en la que si el practicante demuestra alguna dificultad o aspecto que deba mejorar, debe existir un plan de acción con seguimiento de ambas partes.

Durante los 2 semestres se realizaron alrededor de 120 visitas de control, en los que la mayoría de estudiantes fueron supervisados. Gracias a ello los jefes se sintieron apoyados y respaldados por el CESA. Les permitió conocer a la persona a contactar en caso de necesidad y desarrollar una relación aún más cercana entre la empresa y nosotros, con lo que favorece la oferta de otros servicios de la Unidad de Gestión Empresarial.

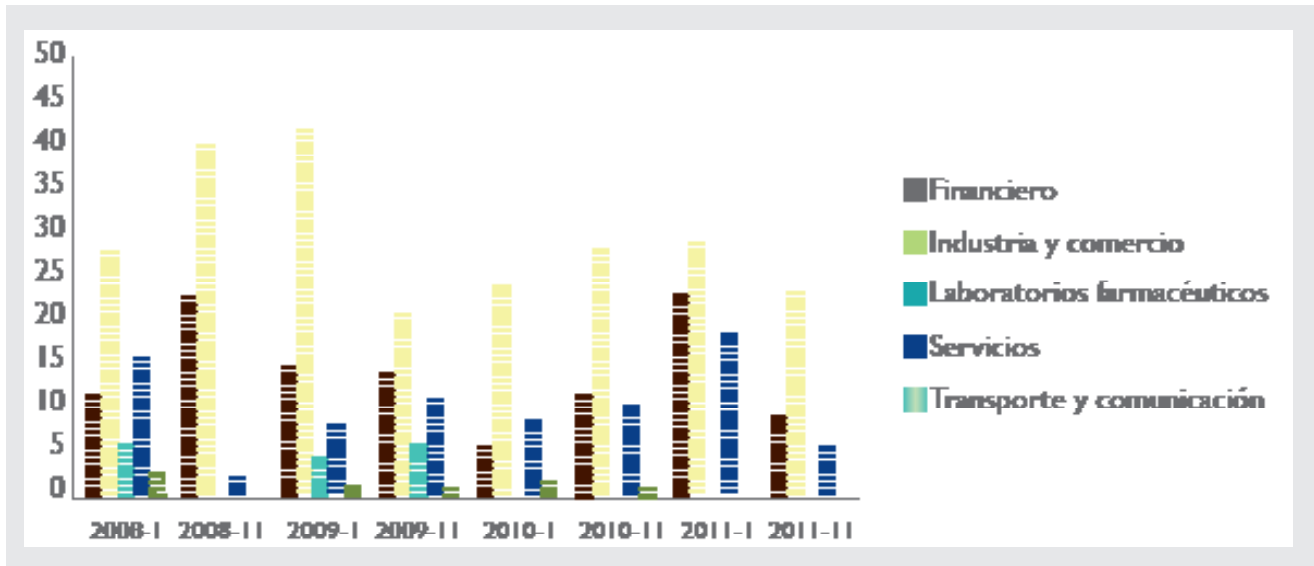
Esto ha permitido evaluar la aceptación de nuestros estudiantes en el medio laboral y evidenciar su buen desempeño. Nuestros estudiantes son reconocidos por sus valores, compromiso, proactividad y dinamismo. Lo que vemos reflejado en un incremento en el número de ofertas provenientes de una sola empresa.

Por último, uno de los más grandes retos que tiene el área es la consecución de prácticas empresariales en el exterior, lo que sin duda abrirá nuevas oportunidades a nuestros estudiantes. Durante el primer semestre del 2011, 5 estudiantes realizaron sus prácticas por fuera del país, y para el segundo semestre este número se incrementó en 3 nuevos practicantes.

Contamos con 5 estudiantes que realizarán sus prácticas en el exterior durante el primer semestre del año 2012.

2.3.3. Cifras

Prácticas empresariales por sector



Nuestros estudiantes son reconocidos por sus valores, compromiso, proactividad y dinamismo. Lo que vemos reflejado en un incremento en el número de ofertas provenientes de una sola empresa.

2.4. BIENESTAR UNIVERSITARIO

Durante el 2011 se realizaron varias actividades de Bienestar Universitario que buscan complementar la formación integral de los estudiantes del CESA.

2.4.1. Actividades deportivas

Durante el primer semestre del 2011, Bienestar realizó una prueba de rafting en la que participaron 72 estudiantes de primero a séptimo semestre.

Esta actividad, además de generar liderazgo y trabajo en equipo, ayuda a la integración y amistad entre los estudiantes de diferentes semestres.

En esta misma actividad, pero durante el segundo semestre del año, se realizó La Granja al Extremo, en Panaca Sabana, a la que asistieron 60 estudiantes que realizaron múltiples actividades de granja y desarrollaron habilidades. Tuvieron que vencer sus miedos y sobre todo trabajar mucho en equipo.

Cabe mencionar que estas actividades son patrocinadas totalmente por el CESA.

En el segundo semestre se inauguró la jaula y el simulador de golf en el tercer piso de la Casa Bienestar, lo que facilitó que los estudiantes que deseen tomar esta electiva no tengan que desplazarse fuera de la institución. Se realizaron los torneos de golf y de tenis en el Club la Pradera de Potosí, en el que participaron 150 jugadores, entre estudiantes y egresados. Se entregaron y rifaron premios entre los asistentes.

Para el segundo semestre se logró que el Club Los Lagartos alquilara las canchas de fútbol para realizar en sus instalaciones la clase de fútbol de los estudiantes.

En octubre también se realizó el Torneo de Bienestar, en el que 130 estudiantes participaron en campeonatos de Wii, Xbox, juegos de mesa, billar y ping-pong.

Para el 2011 la selección de fútbol masculina llegó a semifinales en el campeonato interuniversitario de ASCUN.

Se realizó la inauguración del gimnasio del CESA, el cual ha tenido una buena acogida tanto entre los estudiantes como entre los administrativos.

2.4.2. Exposiciones y campañas

En el primer semestre se declaró la Casa Rocha como un espacio libre de humo de tabaco, medida que fue bien recibida por la comunidad dado que al estar el gimnasio allí ubicado, era consecuente no fumar.

También, durante el primer semestre se realizó la primera exposición de arte en la Biblioteca del CESA, en la que se expusieron trabajos del artista Danny Esquenazi. Durante el segundo semestre se expuso la obra de Piedad Tarazona.

En mayo de 2011 se llevó a cabo la semana de la salud, en la que se realizaron campañas de donación de sangre, vacunación y charlas relacionadas con la salud.

Para septiembre se declaró la totalidad del CESA como espacio libre de humo de cigarrillo, y se lanzaron campañas a través de Facebook y Papernet. Constantemente se manejan mensajes alusivos al tema.

2.4.3. Admisiones

Con la Dirección de Pregrado se redefinió el proceso de admisiones, por lo que cambiaron los porcentajes del proceso y los porcentajes del Icfes.

En mayo finalizó el proceso de admisiones para el segundo semestre del 2011, cuando se realizaron 700 entrevistas y fueron aceptados 150 alumnos; así mismo, en octubre finalizó el proceso para el primer semestre del 2012, con 294 candidatos entrevistados y 160 admitidos.

Durante el 2011 se dictaron charlas informativas sobre el CESA a 43 colegios de todo el país; y se asistió a 6 ferias en colegios donde participaron más de 15 instituciones, se realizaron almuerzos con los rectores de 8 colegios y se realizaron entrevistas a estudiantes interesados en ingresar al CESA en 5 diferentes ciudades del país.

2.4.4. Electivas

Durante el año, 643 estudiantes tomaron electivas deportivas y culturales ofrecidas por Bienestar. Se le dio una visión más profesional a la clase de gastronomía, contratando con TAO STUDIO la dirección de la materia y dando una clase de enología al semestre. En octubre se inició la cátedra Wellness, en la que el Dr. John Duperly dictó la primera charla sobre cigarrillo y la importancia de la actividad física en el ser humano. A esta conferencia asistieron 200 estudiantes.



Durante el año, 643 estudiantes tomaron electivas deportivas y culturales ofrecidas por Bienestar.



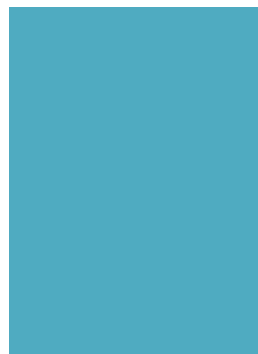
2.4.5. Otras actividades

Durante el año asistieron al CESA 22 empresas para promocionar sus productos. Algunas de ellas fueron: GILLETTE, ALPINA, GALLETAS TOSH, TODAY, NISSAN, PORTAFOLIO, COMCEL, HELM BANK, entre otras.

Entre junio y julio se realizó la Escuela de Líderes, en la que participaron 14 niños. Durante estos días los alumnos tuvieron la oportunidad de visitar empresas como DELIPAVO, QUALA, BIMBO, RONDA, entre otras, y se les dictó un taller liderado por Valle Verde, en el que aprendieron de liderazgo a través de una actividad con caballos en una finca en Ubaté.

Durante los 2 semestres se han entregado cuadernos a todos los estudiantes de la universidad a través de los cuales se impulsó la campaña “CESA libre de humo de cigarrillo” y valores como el respeto, la tolerancia y la honestidad.





2.4.6. Cifras Bienestar Universitario

Actividades para estudiantes de Pregrado

| | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 2011 | |
|----------------------------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| | I Sem. | II Sem. | I Sem. | II Sem. | I Sem. | II Sem. | I Sem. | II Sem. |
| Fútbol masculino | 50 | 38 | 28 | 38 | 33 | 23 | 35 | 39 |
| Fútbol femenino | | | 11 | 16 | 10 | 13 | 16 | 18 |
| Volleyball | 24 | 16 | 18 | 19 | 5 | 7 | 9 | 11 |
| Tennis | 30 | 27 | 10 | 14 | 10 | 19 | 18 | 15 |
| Yoga | | | | | | | | 5 |
| Basket | | | | | | 4 | 4 | |
| Escalada en pared | 21 | 35 | 43 | 40 | 19 | 22 | 23 | 35 |
| Golf | 23 | 24 | 28 | 50 | 73 | 91 | 82 | 93 |
| Zamibia | | | 9 | | | | | |
| Polo | | | | | 10 | 15 | 20 | |
| Spinning | | | | | 21 | 16 | 16 | |
| Natación | | 11 | 24 | 27 | 16 | 12 | 20 | 38 |
| Rumba | | | 19 | 15 | 7 | 0 | 8 | 6 |
| Fotografía | | | | 10 | 6 | 13 | 17 | 26 |
| Culinaria | 30 | 29 | 21 | 24 | 26 | 30 | 22 | 28 |
| Banda de música | 5 | 7 | 5 | 6 | 4 | 8 | 4 | 4 |
| Exposición de arte | | | | | | | 1 | 1 |
| Boletas conciertos | | | | | 4 | 8 | | |
| Teatro | 7 | | | 3 | | | | |
| Danza árabe | | 10 | 8 | | | | | |
| Conferencias (sexualidad) | | | 70 | | | | | |
| Mandarín | | 5 | | | | | | |
| Francés | 9 | 7 | | | | | | |
| Italiano | 16 | 13 | | | | | | |
| Torneo fútbol entre semestres | | | 243 | 258 | 374 | 360 | 242 | 350 |
| Boletas culturales/deportivas | | 68 | 45 | 90 | 50 | | | |
| Torneo polo | | | | | 40 | 50 | 30 | |
| Soldado por un día | | | | | 107 | | | |
| Torneo golf egresados | | | 55 | | | | 40 | |
| Torneo golf pregrado | | | | 76 | | | 90 | |
| Torneo golf pregrado y egresados | | | | | 86 | | | |
| Torneo cacho | | | 22 | | | | | |

| | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 2011 | |
|--|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| | I Sem. | II Sem. | I Sem. | II Sem. | I Sem. | II Sem. | I Sem. | II Sem. |
| Torneo squash | | | | 4 | | | | |
| Torneo tennis | | | | 11 | | | | 18 |
| Torneo Casa Bienestar (wii, ping pong, billar) | | | | | | 93 | | 130 |
| Equipo fútbol masculino CESA | | | | | 26 | 30 | 26 | 25 |
| Equipo fútbol femenino CESA | | | | | 18 | 20 | 21 | 20 |
| Equipo tennis CESA | | | | | 8 | 9 | 7 | 7 |
| Equipo natación CESA | | | | | 16 | 12 | 7 | |
| Cuadernos CESA gratis a todos los alumnos | | | | | 700 | 700 | 600 | |
| Patrocinio equipo softball | 1 | 1 | | | | | | |
| Patrocinio bicicleta | 1 | 1 | 2 | | | | | |
| Patrocinio campercross | 2 | 2 | 1 | | | | | |
| Patrocinio escalada | | | | | | | 4 | |
| Patrocinio Euroolimpiadas | 1 | 1 | | | | | | |
| Jornada vacunación | 44 | 44 | 33 | 13 | 21 | 41 | | |
| Jornada donación sangre | 15 | | 20 | | | | 12 | |
| Jornada optometría | | | 30 | 11 | | | | |
| Jornada YES Respiración | | | 20 | | | | | |
| Jornada charlas y eventos semana de la salud | | | | | | | 95 | |
| Regalos Día de la Mujer Administrativo y estudiantes | | | 750 | | | | | |
| Día del Amor y la Amistad | | | 90 | | 680 | | 600 | |
| Carrera Nike | 1 | 22 | 50 | | | | 22 | |
| Carrera MMB | | | | | | | 4 | |
| Actividades outdoor | | | | | | | 72 | 60 |
| Cátedra Wellness | | | | | | | | 200 |
| Escuela Líderes | | | 25 | 24 | | | 14 | |
| Inscritos portafolio | | | | | | | 11 | |
| Cuenteros | | | 60 | | | | | |
| Carro móvil Presto | | | | 1 | | | | |
| Carro móvil Dunkin | | | | 1 | | | | |
| Donuts | | | | | | | | |

Nota: en estas actividades se cuenta no por alumno sino por el número de veces que cada alumno participa en cada una de ellas.



3.

MAYOR
CALIDAD EN
EL POSGRADO



MAYOR CALIDAD EN EL POSGRADO

3.1. MAestrÍA EN DIRECCIÓN DE MARKETING MDM

Durante el mes de febrero de 2011 se recibió la visita de 2 pares académicos elegidos por el Ministerio de Educación Nacional para evaluar el programa de Maestría en Dirección de Marketing. Durante la visita, los pares académicos evaluaron las condiciones mínimas para el registro calificado solicitado durante el mes de noviembre de 2010 al Ministerio de Educación.

Para junio del 2011, el Ministerio solicitó información complementaria del programa referente a un listado de profesores de planta adscritos al programa de Maestría, ampliación del trabajo interdisciplinario y precisión sobre la administración de las tesis de maestría.

El Ministerio de Educación Nacional, a través de la resolución No 7149 del 30 de agosto de 2011, aprobó el programa de Maestría en Dirección de Marketing en el CESA.

La Maestría en Dirección de Marketing (MDM) es un programa diseñado para que el alumno adquiera conocimientos que le permitan definir estrategias competitivas y planes de acción referentes a la función de marketing. También, entender cómo la globalización ha generado cambios en las estrategias de marketing y cuáles son los futuros desafíos a que se verán enfrentados los empresarios.

El programa va dirigido a 2 segmentos del mercado:

Segmento 1

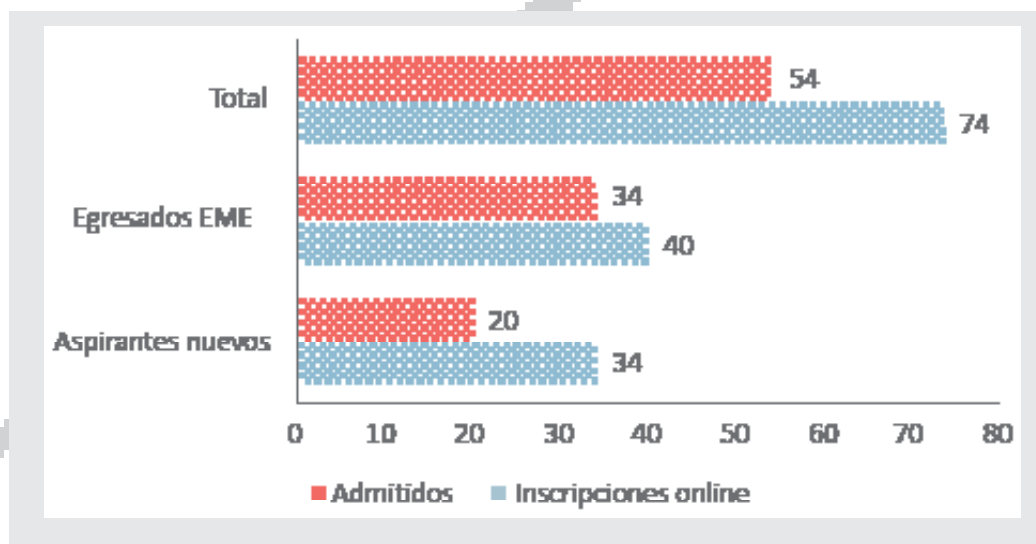
Aspirante nuevo al programa o egresado de la Especialización en Mercadeo Estratégico del CESA, graduado antes de 2004.

Segmento 2

Egresado de la Especialización en Mercadeo Estratégico del CESA graduado el primer semestre de 2004 hasta primer semestre de 2013

Una vez aprobado el programa de maestría se abrieron inscripciones y se obtuvieron los siguientes resultados:

Inscripciones MDM



Como se puede observar se recibieron inscripciones de 2 segmentos: aspirantes nuevos y egresados de la Especialización en Mercadeo Estratégico. Ambos grupos realizaron el mismo proceso de admisión, presentación de entrevista, hoja de vida y examen escrito. El Consejo Académico de Posgrado, en su sesión plenaria del 28 de noviembre de 2011, modificó el proceso de admisión para los egresados al programa de maestría, señalando que los egresados deberán presentar entrevista, hoja de vida y notas con un promedio acumulado igual o superior a 8.5/10.0; se omite examen de admisión.

Los egresados de la Especialización en Mercadeo Estratégico graduados desde el 2004 podrán aspirar a homologar su plan de estudios con el programa de Maestría en Dirección de Marketing.

A aquellos graduados entre 1996 y 2003 no se les aplicará el programa de homologación; de ser admitidos, serán tratados como estudiantes nuevos al programa de maestría. A los egresados de la especialización admitidos al programa se les diseñó un plan de transferencia interna y de homologación de créditos. Este plan fue presentado y explicado a cada egresado a través de un acta firmada por el egresado y la directora del programa. Una vez aceptada la homologación por parte del egresado, continúa el proceso de matrícula financiera y académica.

Se diseñaron 2 programaciones de cursos para cada segmento de mercado por el número de participantes en el grupo de aspirantes nuevos y egresados admitidos. Los egresados podrán finalizar su plan de estudios en un período mínimo de 1 año.

El plan de estudios homologado para cada egresado contiene entre 8 y 11 asignaturas, lo cual depende de la fecha de graduación de la especialización.

La Maestría en Dirección de Marketing iniciará en marzo de 2012. Para la jornada de integración ya se ha programado 2 conferencias internacionales con Hugo Brunetta, referente en mercadeo relacional, y con Juan Pablo Barboza, referente en marketing experiencial.

De acuerdo con los objetivos estratégicos del CESA respecto a la internacionalización, se han realizado avances referentes a un convenio de doble titulación entre ESIC y CESA. El título sería Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial de ESIC y Magíster en Dirección de Marketing del CESA. A la fecha se ha elaborado un documento borrador en el que ambas instituciones llegan a puntos comunes como asignaturas, intensidad horaria, requisitos y profesores.



Se han realizado avances referentes a un convenio de doble titulación entre ESIC y CESA.



3.2. ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO ESTRATÉGICO EME

El proceso de admisión al programa de especialización para el primer y segundo semestre de 2011 se mantuvo con la aplicación de los siguientes criterios de evaluación: entrevista y hoja de vida (50%) y examen de admisión EAEME (50%).

Durante el 2011, había un total de 194 estudiantes activos en los 3 ciclos del programa. Cada ciclo del plan de estudios corresponde a un grupo o promoción de la especialización.

El grupo 29 tiene un total de 65 estudiantes, el grupo 30 tiene 65 estudiantes y el grupo 31 un total de 64 estudiantes. Los resultados en términos de deserción y retención estudiantil mejoraron notablemente. Para el primer semestre de 2011 se presentó un 3% de deserción, y para el segundo fue de 0%.

Durante el 2011 se realizó una reflexión curricular del programa de Especialización en Mercadeo Estratégico. Lo anterior motivó al comité curricular del programa a evaluar la malla curricular para que se ajustara a las necesidades de formación de las empresas conforme a los lineamientos establecidos en el Decreto 1001 de 3 de abril de 2006 del MEN que plantea en su artículo 3:

“Las especializaciones tienen como propósito la cualificación del ejercicio profesional y el desarrollo de las competencias que posibiliten el perfeccionamiento en la misma ocupación, profesión, disciplina o en áreas afines o complementarias”.

La modificación a la malla curricular logra mantener la información presentada del Registro Calificado otorgada por el MEN en el año 2008 en términos de créditos.

Se aplicó un rediseño curricular a los contenidos de asignaturas acordes con los propósitos de formación del programa. Se completaron todos los syllabus y programas de cada asignatura en apoyo con los profesores del posgrado.

También se estableció durante el proceso de reflexión curricular que el objeto de estudio de la Especialización en Mercadeo Estratégico se sustente en las relaciones de intercambio de valor.

Por lo anterior, se redefinieron los propósitos de formación de la Especialización de la siguiente manera:

- Conocer la importancia que ha ido adquiriendo la orientación del cliente en las acciones de marketing de las empresas.
- Identificar oportunidades de marketing en el nuevo entorno empresarial.
- Entender el comportamiento de compra de clientes y consumidores.
- Formular nuevas estrategias de marketing y evaluar otras adoptadas por distintas organizaciones.

Como eje central de la reflexión curricular se articularon los contenidos programáticos a través de sesiones grupales e individuales con profesores del posgrado.

Finalmente, se redefinieron los términos de referencia de trabajo de grado y se consolidó un documento denominado Guía para la elaboración del trabajo de grado que sustituyó el Reglamento de Trabajo de Grado de la especialización. Este entró en vigencia a partir de mayo de 2011.

Dos actividades complementarias se desarrollaron favorablemente: la oferta de cursos libres de posgrado (electivas) y un valor agregado para alumnos y egresados del programa, el Foro de Marketing en vivo.

Al foro asistieron como invitados Ricardo Hernández, de la Universidad de Extremadura (España), y Fernando Páez, exgerente de mercadeo de Productos Ramo.

El deseo de valorar el desempeño académico de los estudiantes motivó a la dirección del programa a otorgar un reconocimiento a los mejores promedios del grupo 29A, 29B, 30A y 30B de la especialización.

Se destacaron como mejores promedios a los siguientes estudiantes: Ángela Bolívar, María Francisca Gómez, Juliana Upegui y Claudia Baquero.

Dando cumplimiento al desarrollo profesoral, la Dirección de Investigación y la Dirección de la Especialización en Mercadeo Estratégico realizaron el seminario “El método de caso como metodología docente e investigadora”, dirigido a profesores de planta y de cátedra de los posgrados a cargo de dos profesores internacionales: Óskar Villarreal y Eduardo Rosker. Asistieron 15 profesores a la capacitación.

Dentro de los procesos de autoevaluación del programa, se rediseñó el formato de evaluación docente, y se generó un nuevo sistema denominado Evaluación del Desempeño Profesional Docente EDPD.

Así mismo, se reestructuró el formato de Evaluación Final del Programa que se aplica a los estudiantes que finalizan su plan de estudios.

El grupo 29 tiene un total de 65 estudiantes, el grupo 30 tiene 65 estudiantes y el grupo 31 un total de 64 estudiantes.

Para el día del profesor celebrado el 25 de mayo de 2011, se hicieron reconocimientos a los siguientes profesores del programa:

Reconocimiento a profesores EME

| RECONOCIMIENTOS | PROFESORES |
|---|---|
| Profesores con una permanencia igual y superior a 10 años en el programa. | - Dora María Gómez Betancourt - Luis Alberto Acuña Barrios - Xavier Serrano Vega - Socorro Jaramillo Velásquez |
| Profesores que se destacan por su desempeño docente en el último año. | - Nivaldo Toledo Takahashi - Luis Gabriel Herrera Castillo |
| Mención especial: Por su compromiso educativo | - Nicolás Reyes |

La creación y consolidación del programa de profesores visitantes ha permitido que la especialización fortalezca su calidad académica y pueda ofertar cursos electivos, en los que se promuevan contenidos de última generación en marketing a cargo de profesores internacionales que participan como conferencistas. 7 profesores fueron invitados durante el 2011:

| PROFESOR INTERNACIONAL | TÓPICO DE MARKETING |
|------------------------|------------------------------------|
| Néstor Braidot | Neuromarketing |
| Brian Till | Branding |
| Manuel Tessi | Comunicación interna |
| Rubén Rico | Tendencias en marketing |
| Pinkas Flint | Negociación internacional |
| Oskar Villarreal | Internacionalización de la empresa |
| Eduardo Rosker | Marketing de servicios |

La evolución de la Especialización en Mercadeo Estratégico se evidencia en los resultados de inscripciones y evaluaciones del programa por parte de sus egresados.

“Creo firmemente que debemos ser fieles a los valores educativos que se profesan en el CESA, porque su filosofía institucional se refleja en el óptimo desempeño de sus programas y egresados en el contexto colombiano”. (Lina María Echeverri, Directora de la Maestría en Dirección de Marketing y Especialización en Mercadeo Estratégico, 2011).

3.2.1. Distribución población Especialización en Mercadeo Estratégico

Población EME

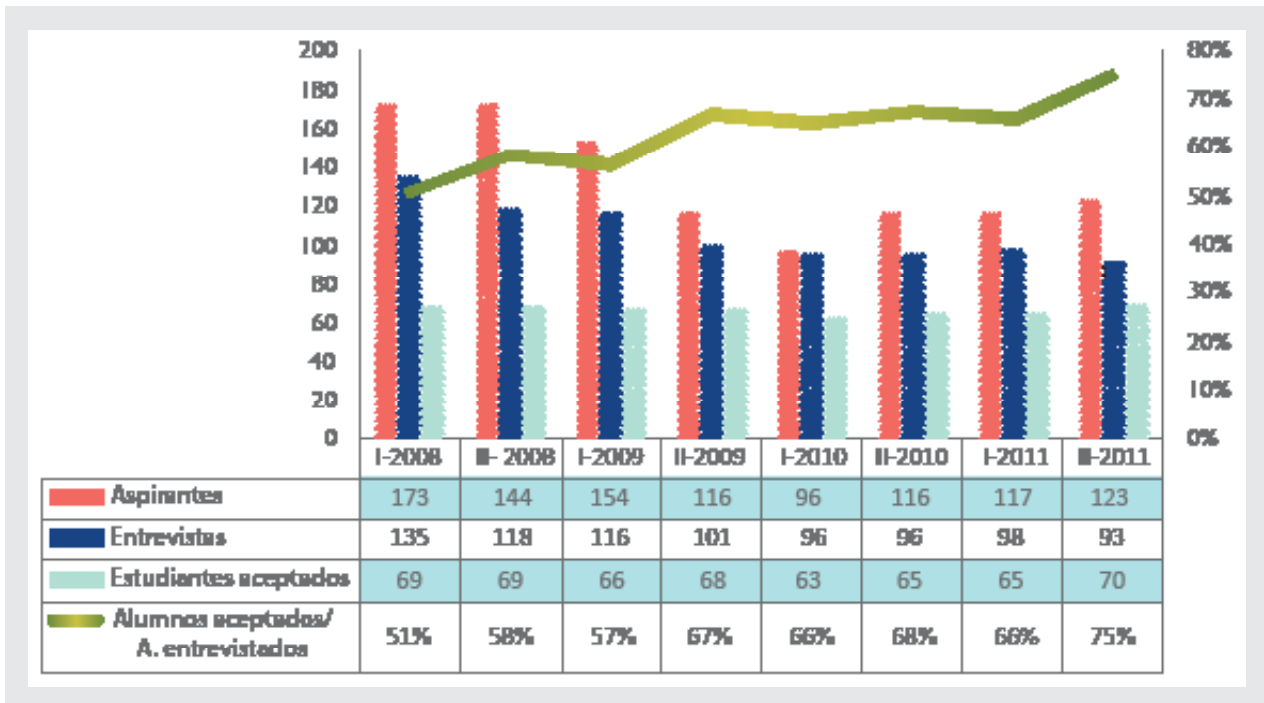
| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Matrículas a Primer Ciclo | 69 | 69 | 66 | 68 | 63 | 62 | 66 | 65 |
| Matrículas a Segundo Ciclo | 70 | 69 | 66 | 68 | 64 | 62 | 60 | 64 |
| Matrículas a Tercer Ciclo | 70 | 72 | 68 | 71 | 68 | 64 | 64 | 65 |
| Total población Especialización Mercadeo Estratégico | 209 | 210 | 200 | 207 | 195 | 188 | 190 | 194 |

Actividades complementarias se desarrollaron favorablemente: la oferta de cursos libres de posgrado y el Foro de Marketing en vivo.



3.2.2. Proceso de inscripción Especialización en Mercadeo Estratégico

Inscripciones EME



3.3. MAESTRÍA EN FINANZAS CORPORATIVAS MFC

El programa fue aprobado por el MEN con SNIES 91265 en mayo de 2011, con registro calificado por 7 años sin comentarios. A partir del mes de mayo, una vez formalizada la aprobación por parte del MEN, se lanzó la promoción por diferentes medios; a pesar de la brevedad del tiempo para la campaña, se logró como respuesta del mercado la conformación de un grupo de 20 alumnos nuevos y 17 egresados de la Especialización.

Con el fin de estimular el ingreso para los exalumnos se diseñó un programa especial para estos.

Se les reconoció buena parte de los créditos cursados, de manera que en el curso de un año, tomando aproximadamente 25 créditos y la elaboración de un trabajo de grado que se ajusta a los requerimientos de una Maestría de Profundización, puedan acceder al grado de Maestría.

Dada la importancia de esta primera Maestría en la historia del CESA, se han programado y llevado a cabo eventos especiales. Ejemplo de ello fue una cena en la cual el CESA le entregó a cada estudiante un iPad2, dispositivo habilitado para tener acceso a los syllabus de las materias y estar en contacto con el CESA.

A partir de septiembre de 2011 se abrieron las inscripciones para la promoción 2. Esta tuvo una acogida muy satisfactoria, puesto que del grupo de aspirantes se seleccionaron 30 y además solicitaron ingreso 14 exalumnos de la Especialización, para quienes se programará igualmente un programa ajustado a sus requerimientos. De esta manera tendremos un total de 44 alumnos en esta segunda cohorte.

A partir de septiembre de 2011 se abrieron las inscripciones para la promoción 2 de la Maestría en Finanzas Corporativas. Ésta tuvo una acogida muy satisfactoria.

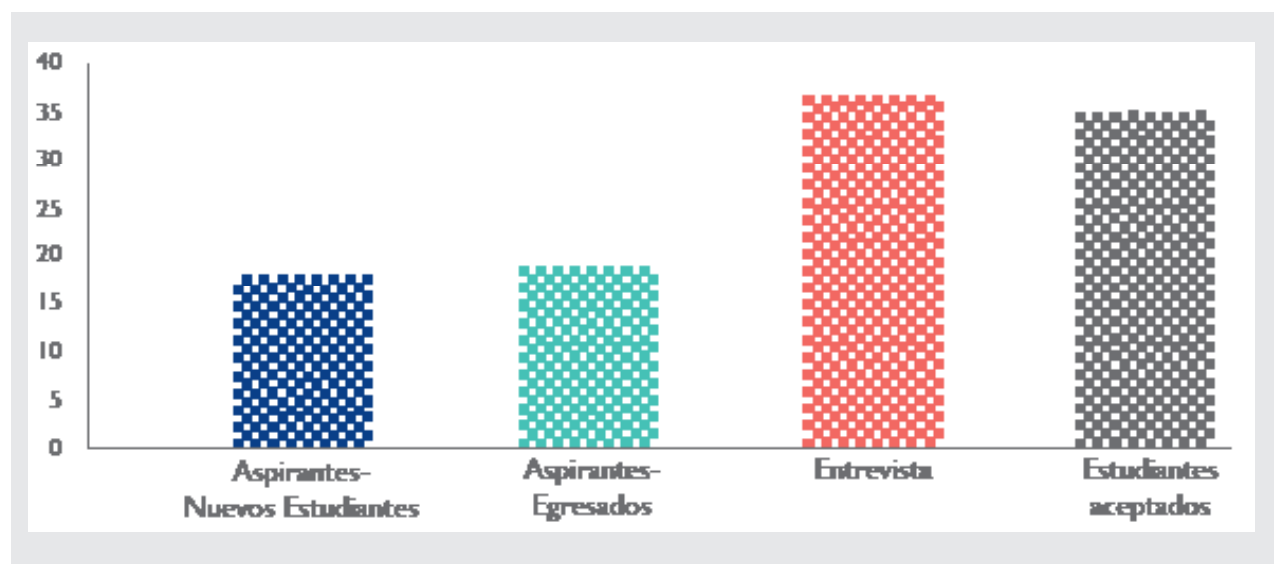
3.3.1. Admisiones Maestría en Finanzas Corporativas

Para la Maestría en Finanzas Corporativas, éste fue el proceso de admisiones:

Inscripciones MFC

| | ■-2011 |
|---------------------------------|--------|
| Aspirantes - Nuevos estudiantes | 18 |
| Aspirantes - Egresados | 19 |
| Entrevista | 37 |
| Estudiantes Aceptados | 35 |

Admisiones Maestría Finanzas Corporativas



3.4. ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS CORPORATIVAS EFC

En términos generales es de anotar que la demanda por la Especialización se ha reducido en los últimos 2 años, aunque no de manera significativa, puesto que el tamaño de los grupos, como más adelante se relata, está en un promedio de 31 alumnos.

Aunque la relación de aceptados dividido por aspirantes se encuentra en el año 2011 en 88%, esta alta proporción refleja por una parte el menor número de aspirantes, pero la calidad de quienes se han presentado corresponde al estándar que el CESA requiere; así el veto a aspirantes no deseados es mínimo.

Cabe mencionar que las condiciones de admisión siguen siendo igual de estrictas; se lleva a cabo un proceso de selección que consiste en un examen de admisión muy técnico y una entrevista que permite inferir el tipo de alumnos que deseamos tener en la familia CESA.

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

Durante el 2011 había un total de 87 estudiantes activos en los 3 ciclos del programa. Cada ciclo del plan de estudios corresponde a un grupo o promoción de la especialización. El grupo 29 tiene un total de 26 estudiantes; el grupo 30 tiene 29 estudiantes y el 31, un total de 32 estudiantes.

De acuerdo con las revisiones semestrales efectuadas a los programas de estudio, se ha incluido un nuevo curso denominado Administración y Evaluación de Proyectos, y la intensificación de la materia Ingeniería Financiera mediante la incorporación del uso de la Sala Bloomberg, la cual inició operaciones a partir de enero de 2011.

Se ha ofrecido un abanico de materias electivas en el último ciclo que puede ofrecer un valor agregado especial; ejemplo de ello son la profundización en Mercado de Capitales –con el fin de 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 Managers (dentro de un convenio con el Dr. Roberto Santillán, del ITEMS de Monterrey).

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

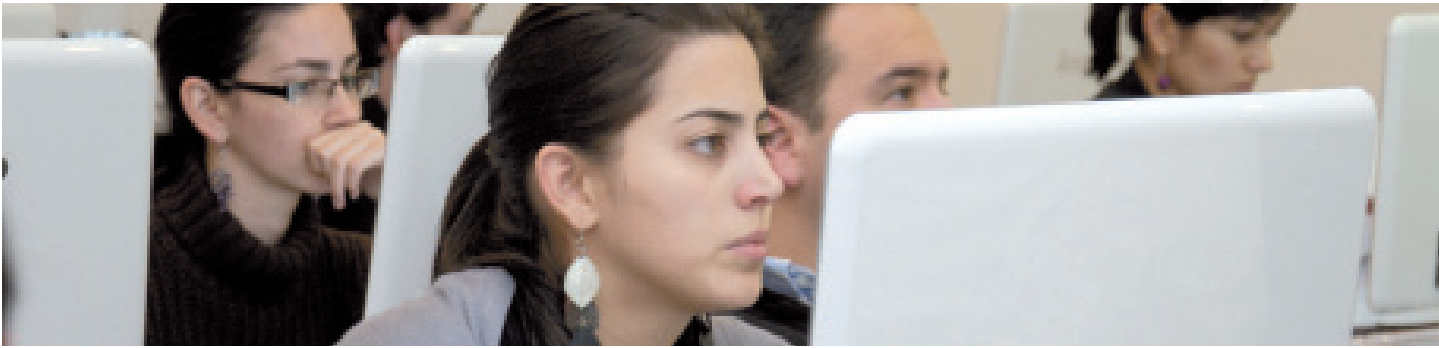
Durante el 2011 se realizaron contactos internacionales muy importantes con el fin de enriquecer el abanico de conferencistas de otras universidades del exterior y de consultores inmersos en el mundo de las finanzas corporativas. Algunos fueron:

Conferencias internacionales

| PROFESOR | MATERIA |
|---------------------------|------------------------------------|
| Francisco Venegas (UNAM) | Matemáticas |
| Eduardo Herrera | Simulación Monte Carlo |
| Simón Benninga | Modelación Financiera |
| Mark Wahlenbergh | Mercado de Capitales Internacional |
| Roberto Santillán (EGADE) | Finanzas Corporativas |

La universidad de TEL AVIV, por medio del programa de la Leon Recanati Graduate School of Business Administration, MBA Internacional, invitó al CESA a participar en una competencia de casos, junto con otras 13 universidades de diferentes partes del mundo.

Los participantes que por el CESA asistieron fueron Werner Zitzman, Mauricio Posse, Juliana Meléndez, Andrés Felipe Torres y Nicolás González.



Los estudiantes que asistieron en representación del CESA compartieron algunas de sus experiencias:

“El Sofaer International Case Competition fue una experiencia única. Cuatro estudiantes de especialización del CESA junto con los representantes de otras 13 universidades internacionales tuvimos la oportunidad de estudiar y conocer una empresa de Israel y proponer una serie de acciones en el mediano plazo que permitieran cumplir con unas agresivas metas de crecimiento que las directivas la compañía se habían impuesto.

El evento era un gran reto para aplicar conceptos vistos en la especialización de manera creativa y poder llegar con diagnósticos y soluciones que pudieran satisfacer tanto a profesores y académicos como a las mismas directivas de la empresa”. - Mauricio Posse.

“La increíble experiencia en el campo académico se complementó con la estadía en quizá uno de los países más interesantes del mundo.

Personalmente quedé impresionado con el desarrollo de un país que a pesar de tener un sinnúmero de dificultades, tiene un nivel de desarrollo comparable con países como Estados Unidos o Alemania.

Recuerdo por ejemplo cuando en nuestro trayecto de Tel Aviv a Haifa el guía nos mostraba un conglomerado de edificios modernos donde había aproximadamente 50 empresas de tecnología que trabajaban en llave con las empresas más importantes de tecnología del Silicon Valley.

Así como no dejo de extrañarme cuando recuerdo desiertos que se convierten en tierra fértil evidenciando un estilo de oasis inducido por el desarrollo de novedosas técnicas de siembra y de riego. Es realmente impresionante lo que se aprende de una nación inmersa en profundos conflictos, construida sobre tierra desértica y que apenas tiene 63 años de haberse proclamado como estado.

Cuando le expresé a un israelí lo impresionado que estaba con el desarrollo del país, evidenciando su orgullo por lo que han logrado me respondió “Israel es un país europeo ubicado en el medio del Medio Oriente”. - Nicolás González.

“La historia y la cultura en las ciudades de Israel hacen que se viva un ambiente incomparable. Por un lado Jerusalén es el epicentro de religiones y civilizaciones. Es imposible describir la energía que se siente en un lugar donde confluyen tantas ideas, tantos orígenes y tantos poderes.

Tel Aviv por su parte es una ciudad vanguardista, alegre, llena de bares, restaurantes y discotecas; tiene una playa que ha sido galardonada como una de las mejores del mundo y cuenta con un inmenso parque en el centro de la ciudad que brinda la posibilidad de practicar casi cualquier deporte. Jerusalén y Tel Aviv son dos ciudades que representan polos distintos y que muestran una cara cosmopolita (y para muchos desconocida) de Israel”. - Andrés Felipe Torres

“El Sofaer International Case Competition fue una experiencia de vida. No tengo



La increíble experiencia en el campo académico se complementó con la estadía en quizá uno de los países más interesantes del mundo.

dudas que lo vivido en esa semana ha complementado mi formación profesional y personal. Estas oportunidades son toques diferenciadores de la especialización que ayudan a promover el desarrollo de líderes empresariales”. - Juliana Meléndez

El Director del posgrado en Finanzas Corporativas del CESA, Werner Zitzman, fue nombrado jurado calificador en esta competencia, tanto en la etapa eliminatoria como en la final, lo cual representó para el CESA una inmersión internacional de alto nivel.

Otros temas a destacar

El director del posgrado de Finanzas fue nombrado miembro principal en el Consejo Académico del Autoregulator del Mercado de Valores, a principios del año 2011 por un período de tres años.

El CESA participó en el concurso convocado por la BVC y el AMV a mediados de año con el tema “Arquitecto del Mercado de Capitales”. Fue uno de los tres finalistas en la categoría de posgrado con el artículo “CREA, modelo de negocio para la financiación directa de acciones”.

Su autor es John Alexander Jiménez Triviño, estudiante de la Especialización en Finanzas Corporativas.

En la premiación realizada durante el mes de octubre de 2011 el trabajo de Jiménez Triviño recibió el tercer lugar y será publicado en la tercera edición de Análisis, Revista del Mercado de Valores.

El Dr. Werner Zitzman Riedler, Director del posgrado de Finanzas Corporativas fue nominado por tercera vez para el Premio Portafolio al Mejor docente en la edición de 2011, y quedó entre los 5 finalistas.

La ceremonia de premiación tuvo lugar el 1° de diciembre en el Club el Nogal, con la participación del Presidente de la República, ministros del despacho, algunos embajadores y las personalidades organizadoras del evento, así como los jurados y los 5 finalistas de cada una de las categorías establecidas en este concurso.

El director del programa fue seleccionado como ganador del premio Portafolio como Mejor Docente del año 2011, evento muy significativo para el CESA, puesto que es la segunda vez que uno de sus docentes recibe esta distinción.

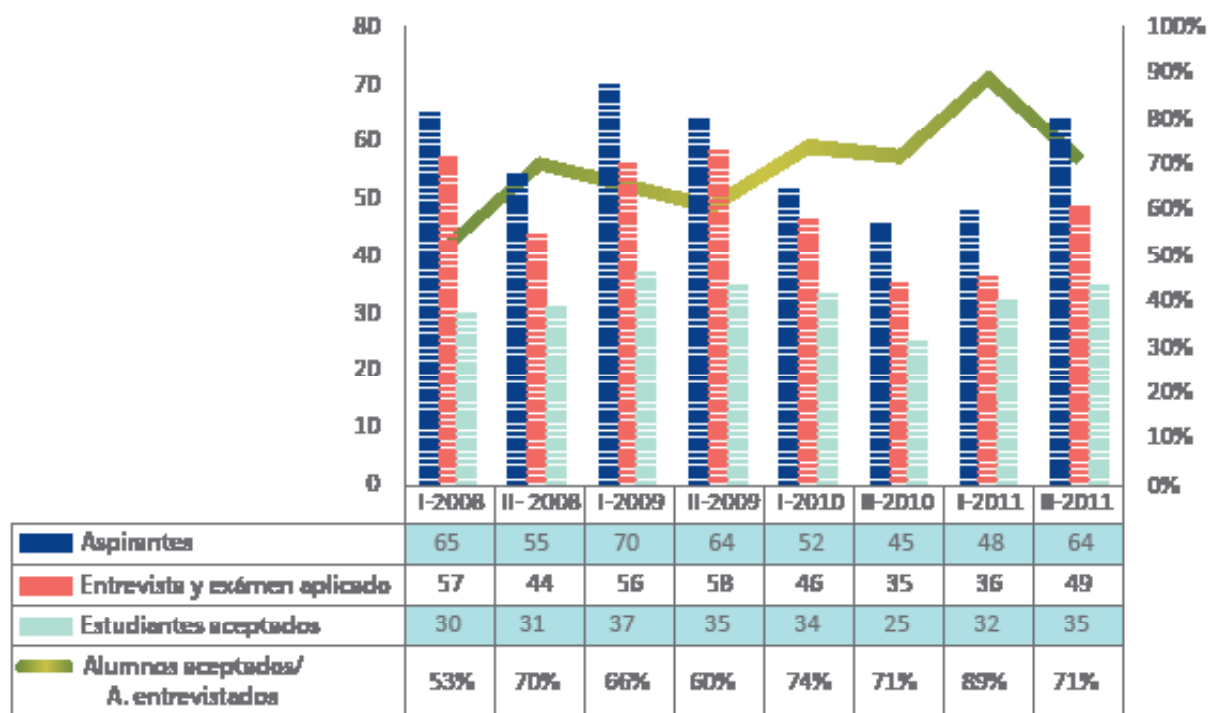
3.4.1. Distribución población Especialización en Finanzas Corporativas

Población EFC

| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|--|-----------|-----------|------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| Matrículas a Primer Ciclo | 30 | 31 | 37 | 35 | 34 | 25 | 32 | 32 |
| Matrículas a Segundo Ciclo | 31 | 31 | 35 | 39 | 35 | 31 | 27 | 38 |
| Matrículas a Tercer Ciclo | 32 | 31 | 30 | 33 | 33 | 35 | 29 | 19 |
| TOTAL POBLACIÓN ESPECIALIZACIÓN FINANZAS CORPORATIVAS | 93 | 93 | 102 | 107 | 102 | 91 | 88 | 89 |

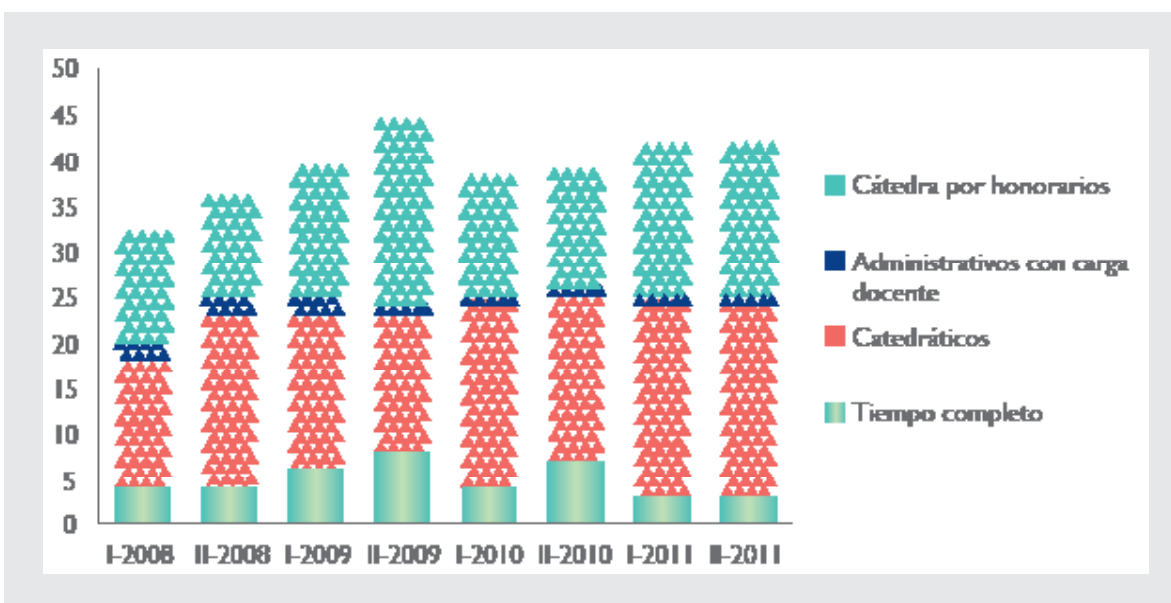
3.4.2. Proceso de inscripción Especialización en Finanzas Corporativas

Inscripciones EFC



3.5. CIFRAS DOCENTES ESPECIALIZACIONES

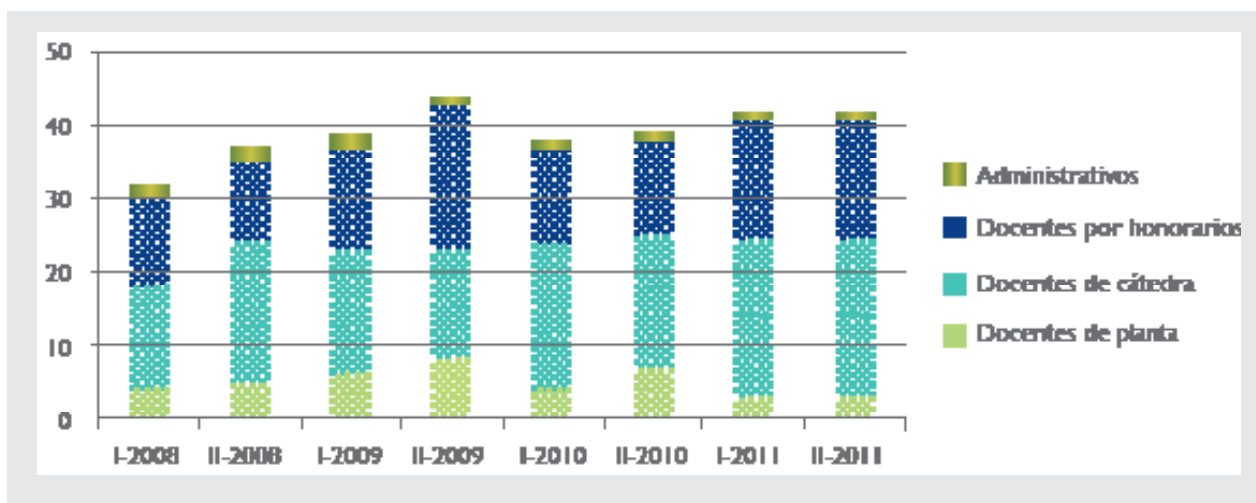
Dedicación docente especializaciones



Docentes por escalafón

| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|-------------------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Docentes de planta | 4 | 5 | 6 | 8 | 4 | 7 | 3 | 3 |
| Docentes de cátedra | 14 | 19 | 17 | 15 | 20 | 18 | 21 | 21 |
| Docentes por honorarios | 12 | 11 | 14 | 20 | 13 | 13 | 17 | 17 |
| Administrativos | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Docentes escalafón especializaciones



El director de los posgrados en Finanzas Corporativas, Werner Zitzmam, fue seleccionado como ganador del premio Portafolio como Mejor Docente del año 2011.

4. EDUCACIÓN EMPRESARIAL



EDUCACIÓN EMPRESARIAL

4.1. FORMACIÓN EJECUTIVA

El objetivo planteado para el 2011, momento en el que la marca estaba en proceso de empalme, fue construir una nueva unidad de gestión con miras a posicionarse en el mercado de educación continua del país como líder, con una oferta novedosa, alineada a las exigencias de un entorno dinámico y pertinente con las necesidades puntuales de la educación del siglo XXI.

El camino a seguir fue la renovación de estructura y definición de procesos, producto y oferta, conferencistas y nueva estructura comercial.

Dentro de la renovación de estructura se trabajó en la reestructuración de funciones, rediseño del esquema de trabajo, planeamiento de un nuevo organigrama, estructuración de procesos con métrica y manejo eficiente del gasto.

Para trabajar en el producto y en la oferta es necesario un estudio de mercado y de la competencia. Sólo así se puede elaborar una estrategia de posicionamiento y divulgación, alineada con los pilares del CESA.

Para la nueva estructura comercial y de gestión se realizó la implementación del sistema de información que permite la sistematización de los procesos y la integración de pagos al sistema y la integración de sistemas de información.

El CRM (Gerencia del Relacionamiento con el Cliente) permite la implementación del sistema para el manejo efectivo de clientes y el robustecimiento del proceso comercial, y ajusta

y rediseña el sistema de captura de clientes y prospectos.

El rediseño del concepto de creación de cuentas comerciales permite realizar venta cruzada y estructurar un nuevo concepto del seguimiento a clientes. Se implementa el primer call center in house, que es la semilla para el desarrollo de un área comercial más formal. Por último, se desarrollan desayunos sectoriales o focus groups para el entendimiento constante de las necesidades del mercado y el direccionamiento de la oferta académica.

La implantación del sistema de información para Formación Ejecutiva ha mejorado sustancialmente no sólo el almacenamiento de información y recolección de datos, sino también por la sistematización de importantes procesos que se venían realizando de forma manual.

Lo anterior se ha logrado gracias a la participación activa de cada uno de los integrantes del área, con sus ideas y recomendaciones generadas a partir de las necesidades específicas de su trabajo. A continuación un pequeño resumen de los módulos que se implementaron y se están utilizando todavía:

Sistema de gestión de programación inhouse

- **Programas dictados y en preparación**
- **Base de datos de asistente**

- **Listas de asistencia**
- **Control detallado de fallas por estudiante**
- **Evaluaciones**
 - Registro de todas las evaluaciones
 - Envío automático de evaluaciones a profesores
- **Base de datos de profesores**
 - Datos de contacto
 - Hoja de vida
 - Información para publicación web
 - Historial de cursos dictados
 - Historial de evaluaciones
- **Gestión de sesiones individuales y profesores de cada sesión**
- **Gestión de sesiones individuales y profesores de cada sesión**
- **Asignación de salones**
- **Gestión detallada de costos**
- **Gestión de plan de pagos y facturación**
 - Solicitudes de facturación a contabilidad
 - Plan de pagos
- **Carpeta digital**
- **Reportes analíticos en tiempo real de ventas y costos**

Dentro de la renovación de Formación Ejecutiva se trabajó en la reestructuración de funciones, rediseño del esquema de trabajo, planeamiento de un nuevo organigrama, estructuración de procesos con métrica y manejo eficiente del gasto.

Sistema de gestión de programación abierta

- **Programas dictados y en preparación**
- **Integración con portal web**
 - Valores a pagar por política de descuentos
 - Integración con base de datos central de personas y empresas
 - Registro de inscripciones online
 - Integración con resultados de guía académica
- **Gestor de oportunidades**
 - Creación de oportunidades de venta descentralizada
 - Seguimiento a oportunidades de venta por “temperatura”
 - Generación automática de oportunidades a partir de asistencias no confirmadas o canceladas
- **Base de datos de asistente**
 - Preinscripciones
 - Inscripciones
 - Intereses
 - Cancelaciones
- **Listas de asistencia**
- **Control detallado de fallas por estudiante**
- **Control de reposiciones**
- **Evaluaciones**
 - Registro de todas las evaluaciones
 - Envío automático de evaluaciones a profesores
- **Base de datos de profesores**
 - Datos de contacto
 - Hoja de vida
 - Información para publicación web
 - Historial de cursos dictados
- **Gestión de sesiones individuales y profesores de cada sesión**
- **Asignación de salones por sesión**

- **Cogestión detallada de costos**
- **Control de facturación y recaudo - historial de evaluaciones**
 - Solicitudes de facturación a contabilidad
 - Registro de facturación y pagos
- **Carpeta digital**
 - Almacenamiento de cartas de compromiso
 - Almacenamiento de material académico
- **Integración automática con CRM SALESFORCE®**
- **Reportes analíticos en tiempo real de ventas y costos**

Sistema de CRM

- **Base de datos central de empresas y personas**
- **Gestor de listas y campañas**
 - Segmentación de base de datos
 - Generación de listas de correo

Sistema Call-Center

- **Gestión de campañas asignadas**
- **Registro de actividades realizadas y resultados de contactos**
- **Registro de actividades por realizar**
- **Incremento de base de datos de empresas y personas**
- **Registro centralizado de oportunidades**
- **Seguimiento de oportunidades y labor comercial**
- **Actualización de base de datos con traza**
- **Reportes analíticos de actividad por campaña, gestor**
- **Módulo de supervisión de actividad de call-center**

Sistema gestión de materiales

- Consulta de requerimientos por curso
- Registro de consumo de materiales por curso
- Almacenamiento de material en carpeta digital por curso

Sistema recepciones

- Registro de oportunidades (Inboud)
- Generación de listas de asistencia por curso
- Registro de planillas de evaluación

Sistema interface contable

- Solicitudes de facturación in house
- Listados de facturación programación abierta
- Consulta de documentos de compromiso de pago



5. AECESA



AECESA

En el 2011 se creó un nuevo grupo de trabajo integrado por 10 sobresalientes exalumnos que reemplazó a la Junta Directiva anterior.

Este grupo está conformado por Julio Caballero, Claudia Gil, Henry Bradford, Ana Cristina Botero, Carolina Sáenz Mejía, Rafael Saravia, Diego Parra, Juan Carlos Rodríguez y Emilia Restrepo; equipo que comenzó a laborar desde enero fijando un plan estratégico y unas metas claras para el funcionamiento de la Asociación de Egresados.

Durante este período se realizaron más de 20 juntas directivas en diferentes sitios, a las que asistieron la mayoría de los miembros.

Se realizaron 2 asambleas ordinarias, con participación de más de 50 egresados en cada una; en éstas se llevaron a cabo elecciones de Junta Directiva y la modificación de estatutos, así como el aumento de un miembro, de 8 a 9. Se creó el cargo de director ejecutivo y se autorizaron las sesiones virtuales.

5.1. OUTPLACEMENT OFERTAS LABORALES

Se continuó, con la publicación periódica de ofertas laborales, enviando 36 boletines a más de 4000 egresados, con un total de 950 ofertas laborales para las que se recibieron 950 hojas de postulación.

Se programaron varias sesiones de capacitación con descuentos especiales para egresados dirigidas por la Dra. Claudia Trujillo, las que se publicaron periódicamente mediante boletines enviados a los egresados; se contó con la participación de más de 10 egresados.

Se concertaron acuerdos para el desarrollo de nuestros egresados con miras a una oferta de trabajo garantizada con diferentes empresas y headhunters, así:

Ofertas laborales

| EMPRESAS | HEADHUNTERS |
|---------------------|--------------------|
| Bunge International | Aristos |
| Grupo Éxito | CTP Partners |
| Banco Santander | Search & Selection |
| Grupo Bimbo | |

5.2. PROGRAMA DE INTEGRACIÓN DE EGRESADOS

Para el logro de una mejor integración entre los egresados se realizaron los siguientes eventos con el patrocinio del CESA:

Eventos AECESA

| FECHA | EVENTO | LUGAR |
|----------------------------|---|-----------------------|
| Mayo 5 de 2011 | Coctel de integración de egresados | Club El Nogal |
| Junio 3 de 2011 | Foro Marketing en vivo: Nuevas reglas de juego y nuevas formas de competir | Casa Rocha CESA |
| Junio 10 de 2011 | La evolución del Marketing: cómo construir una marca y lograr la atención del consumidor en la era de marketing digital | Club El Nogal |
| Julio 15 de 2011 | TLC con Corea | Club El Nogal |
| Agosto 12 de 2011 | Exposición de arte Piedad Tarazona | Biblioteca CESA |
| Agosto 23 de 2011 | Cultural difference: business between Latin American and Anglosaxons | Club El Nogal |
| Septiembre 6 de 2011 | Taller Financiando el emprendimiento | Universidad Javeriana |
| Septiembre 22 y 23 de 2011 | Foro: marketing relacional y CRM | Club Médico |
| Septiembre 23 de 2011 | Cómo alimentar a una población superior a 9 billones en el 2050, sin destruir los recursos | INTERBOLSA |
| Diciembre 1 de 2011 | Lanzamiento del programa de Educación en Emprendimiento para los soldados heridos en combate | Hotel Cosmos 100 |

Además de los anteriores eventos, se realizaron 6 desayunos con egresados de diferentes promociones; estos fueron invitados al CESA con el fin de darles a conocer las nuevas instalaciones, escuchar las palabras de nuestro Rector, Dr. José Manuel Restrepo, y conocer por medio de él los proyectos a corto, mediano y largo plazo del CESA.

5.3. ACTUALIZACIÓN DE EGRESADOS

Con el fin de llevar a cabo una actualización de la base de datos de nuestros egresados, se desarrollaron varias estrategias. Una de ellas fue conformar un grupo en Facebook el cual, al terminar el año, cuenta con 1557 egresados afiliados y totalmente actualizados, también una fan page de AECESA con 500 egresados afiliados.

Durante este año se carnetizaron 406 nuevos egresados y se actualizaron 2635 registros de la base de datos que corresponde al 53% del total de la base de datos.

5.4. PROYECTO SPRINGBOARD

En el 2011 se desarrolló por parte de AECESA el programa de Springboard para la evaluación de proyectos presentados por los estudiantes de pregrado de cuarto semestre.

Para el desarrollo de este programa se realizaron los respectivos seminarios a los que se invitaron egresados para capacitación en el proyecto.

AECESA participó en el desarrollo de un taller inicial realizado en el Club Médico con proyectos presentados por universidades diferentes al CESA y en el que los panelistas fueron egresados del CESA.

AECESA promovió la creación del programa capacitando mentores, desarrollando panelistas e implementado en el programa en la comunidad CESA.

5.5. OTRAS ACTIVIDADES

Se comienza un programa en el que se le da importancia a los egresados para participar abiertamente en las compras del CESA.

Se da inicio a la Red de Networking, identificando la experiencia de cada egresado con el fin de realizar una rueda de negocios entre egresados y mejorar cada vez más los procesos de integración.

5.6. CONVENIOS

Para beneficio de los egresados se realizaron convenios con diferentes entidades que dan ventajas a los egresados del CESA.

A continuación tenemos un listado de empresas con convenios:

Convenios AECESA

EMPRESAS CON CONVENIOS

Salud Colpatria

Chartis Seguros

Casa Editorial El Tiempo

Car Hyundai S.A

Viajes Selectos



6.

CENTRO DE
LIDERAZGO Y
EMPRENDIMIENTO



CENTRO DE LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO

El 2011 fue el año de consolidación de actividades para el Centro de Liderazgo y Emprendimiento.

Después de iniciar actividades en el mes de julio de 2010, se aprobó el diseño del centro y se decidió que fuese un centro académico - administrativo que fomentara el liderazgo y el emprendimiento en estudiantes y egresados de la Institución.

Dentro de los objetivos propuestos se contempló la formación de capacidades emprendedoras en los alumnos y egresados, la aceleración de los procesos de incubación para permitir una mayor creación de empresas, propiciar el desarrollo de empresas innovadoras y acompañar el Start up de las mismas para garantizar su inicio y consolidación.

En conjunto con la Dirección de Pregrado se garantizó el desarrollo de una línea transversal de formación emprendedora y de liderazgo en los estudiantes. Con esto se espera incrementar la formación de empresas que generen impacto económico y social y hacer el seguimiento y acompañamiento de las iniciativas emprendedoras hasta la fase de postincubación.

Se definieron también, los servicios para ofrecer a la comunidad:

- Plataforma Springboard
- Plataforma virtual (Papernet)

- Capacitación
- Acceso a redes
- Convenios
- Apoyo administrativo
- Equipo e infraestructura
- Mentores egresados AECESA
- Plataforma de profesionales y técnicos
- Asesoría para establecer modelos de emprendimiento en otras Universidades.

6.1. ESPÍRITU EMPRENDEDOR

El CESA continuó con la invitación a emprendedores que sean testimonio para los estudiantes y muestren las bondades del emprendimiento y el liderazgo que ejercen en su gente.

Antonio Botero, Gerente General de Pepe Ganga, visitó el CESA en la cátedra de Liderazgo e intercambió experiencias con los estudiantes sobre las estrategias que han llevado al éxito a la empresa, con un crecimiento sano y constante y el empowerment dado a los empleados para tomar decisiones con libertad y responsabilidad.

6.2. FERIA DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

En el año 2011 se llevaron a cabo 2 ferias emprendedoras; la primera de ellas en julio, con la participación de 21 proyectos. La segunda fue realizada en noviembre y contó con la participación 19 proyectos, así:

Proyectos feria del Espíritu Emprendedor

| PROYECTOS JULIO 2011 | PROYECTOS NOVIEMBRE 2011 |
|----------------------|--------------------------|
| Conecto | Sacarosa |
| Botanicals | Pulbi |
| Más x Menos | Aqua Fish |
| Memory Health | Ecosheiter |
| Connect China | Awake |
| El pí-Go | Solutem |
| Lila y Poirá | Mega box |
| Qué va | Ueno |
| Shiang Gu | Voda |
| DC a la Carta | Mindry |
| Crozó | Andares |
| Marma | Inoves |
| Doña Juna | Asec |
| Sagrada Escarabón | Eco Agro |
| Canvas | Teco |
| Mus | Happy Babies |
| Hule | Tienda de Tenis |
| Actinavus | Easy Forward |
| Ekobike | Tanamos |
| Mora | |
| Sidesman | |

Dentro de los objetivos propuestos se contempló la formación de capacidades emprendedoras en los alumnos y egresados.

Los ganadores de las ferias fueron:

Ganador 2011-1

Marma: Busca crear un concepto diferente de belleza, cambiando el estilo de vida de los consumidores y generando conciencia de la importancia de implementar productos nacionales benéficos para la salud.

Debido a lo anterior, es preciso decir que se creará una línea de productos de alta calidad como labiales, polvos sueltos, tónicos capilares, exfoliantes faciales y cremas corporales; a partir de materia prima y empaques 100% colombianos.

Ganador 2011-2

Mega Box: Es una empresa especializada en servicios logísticos de empaque y trasteo. Su actividad principal es el alquiler de espacios modulares para el almacenamiento de objetos de cualquier tipo, como también la venta y comercialización de productos relacionados con toda clase de mudanzas y almacenajes, ofreciendo un servicio innovador y eficiente de bodegas a domicilio.

6.3. SPRINGBOARD

Para la feria realizada en noviembre de 2011, se adoptó este modelo conocido en la Universidad de California y traído al CESA con la aprobación del Rector, al conocerse las mayores ventajas de análisis de los Business Plan.

La definición de un mentor, tutores, estudiantes con experiencia en Business Plans anteriores, y panelistas que ayudaron a mejorar los planes de negocios, fue definitiva para lograr un mayor éxito en la presentación final de los proyectos durante las ferias.

Este nuevo modelo promete planes más realistas y lograr un mayor porcentaje de logro en las empresas que se creen.

6.4. LIDERAZGO

Se desarrollaron las siguientes actividades:

- Participación en la red de emprendedores y liderazgo con las Universidades Sergio Arboleda, de los Andes y de la Sabana.
- Convenio con la Universidad de Georgetown para generar seminarios de liderazgo.
- Apoyo al curso de Emprendimiento Social con Formación Ejecutiva.
- Formación de 53 estudiantes de la Escuela de Liderazgo.
- Asistencia al Seminario de Gobierno y Liderazgo del Inalde. El modelo de la metodología de casos y la red de contactos estará al servicio de la Escuela de Liderazgo durante el 2012.
- Formación de los jóvenes líderes CESA con TERPEL y KAYROS.
- Formación en política para jóvenes de la Escuela de Liderazgo con Simón Gaviria.
- Se terminó de escribir el libro sobre liderazgo social en Colombia, el cual se publicará en marzo de 2012. 16 líderes sociales, con el patrocinio de CORREVAL y COLPATRIA.

- Participación como formador en el curso de Liderazgo de la Misión Internacional del Padre Jorge.
- Alianza con LIBÉLULA, para la formación en comunicación estratégica para jóvenes líderes.
- Alianza con FORMARSE, para la formación de jóvenes en pensamiento estratégico.
- Participación en las redes de emprendimiento y liderazgo del programa Bogotá Emprende.
- Participación en conferencias sobre liderazgo en MIT y Media2Movenet, en Miami.



6.5. BOOTCAMP MATAMOROS

Se llevó a cabo el curso Creación de empresas y plan de negocios para un grupo de 30 discapacitados de las Fuerzas Armadas y 6 viudas de discapacitados de la Policía y el Ejército.

La primera etapa fue presencial; 1 semana de tiempo completo centrada en las habilidades básicas del espíritu empresarial y el lenguaje de los negocios.

La segunda etapa fue un curso de 11 semanas, en las instalaciones del CESA, en la que estos veteranos tuvieron la oportunidad de tener contacto con empresarios y educadores de diferentes instituciones y empresarios de diferentes empresas.

La duración fue de 80 horas de instrucción centradas en temáticas como idea y oportunidad, conceptos de negocio, recursos, costos, estrategias, marketing, plan de negocio, funcionamiento de la empresa, negociación y financiación empresarial.

La tercera, un acompañamiento virtual para el despegue de negocio con el fin de reforzar finanzas y marketing.

Finalmente, el 1 de diciembre se llevó a cabo la Feria Emprendedora, en la cual se presentaron 30 proyectos, entre los cuales se encontraban proyectos de artesanía, figuras de resina, servicio de conductores, muebles de madera, puntos de venta de fruta, mantenimiento y repuestos para motos, alquiler de salones para eventos, criaderos de avestruces, restaurantes típicos, distribución de pañales y productos para bebé.







7. BIBLIOTECA



BIBLIOTECA

7.1. BIBLIOGRAFÍAS Y BASES DE DATOS

La Biblioteca, como Centro de Recursos para el Aprendizaje, la Investigación e Innovación, y como parte del proceso de mejoramiento continuo y alineada al Plan Direccionamiento Estratégico CESA 2010-2014, desarrolló las siguientes acciones en el periodo 2011:

- Realizó una revisión bibliografía básica y recomendada de cada uno de los syllabus, lo mismo que la compra de todos los recursos allí estipulados para dar cumplimiento de disponibilidad del 100% para el año 2011.

Con ello se asegura un permanente contacto con editoriales nacionales e internacionales con el fin de disponer de muestras y entrega a docentes de los últimos recursos de información en el campo de los negocios.

- Se realizó una selección de recursos electrónicos, e-books, para los lectores de recursos electrónicos Kindle, Sony Readers y iPads.

- Se efectuó una promoción con los docentes para registrarse en las bases de datos Harvard Business, IESE y ECCH. Con ello se logró la inscripción de 22 docentes para estas bases de datos.

- Con la aprobación de los nuevos programas de Maestría, fue necesario aumentar la bibliografía existente en el área de Finanzas y Mercadeo, para la cual se realizó la compra de bibliografía básica y recomendada para la Maestría en Finanzas Corporativas, según el Programa EGADE-Tecnológico de Monterrey y para Maestría en Dirección de Marketing.

Se cuenta con las siguientes bases de datos:

Bases de datos especializadas

Euromonitor Internacional

Emis

Delwath

Cambridge

Otras bases de datos

Jstor:

Benchmark BPR Online

Interface Ebsco: 12 Base De Datos

Legiscomex

Gestionhumana.Com

Multilegis

Korn Ferry Institute

**La Biblioteca del
CESA
cuenta con acceso a
las
mejores bases de datos
especializadas.**

7.2. SERVICIOS

A continuación pueden encontrarse los servicios que presta la Biblioteca a toda la comunidad del CESA:

Evaluación y mejoramiento de: consulta en sala, préstamo externo, hemeroteca y préstamo interbibliotecario.

Servicio de préstamo de Kindle, Sony Readers y iPads.

Tesis de grado digital: rediseño y asesoría pregrado y especializaciones.

Concurso de investigación en emprendimiento.

Estímulo lector: placa al mejor usuario de la biblioteca semestralmente.

Alfabetización informacional (talleres y capacitación a la medida a docentes, estudiantes pregrado, especializaciones y egresados).

Comunicación de la biblioteca: actualizar sitio web, Papernet y divulgación.

7.3. DIVULGACIÓN

Durante el 2011 se realizaron las campañas de fomento de hábitos de lectura, de silencio en las salas y de no consumo de alimentos en las áreas de la biblioteca, con el apoyo de la Dirección de Comunicaciones y Marketing del CESA.

Constantemente se realiza la divulgación del boletín de novedades a toda la comunidad, se realizan avisos semanales en Papernet de los servicios de la biblioteca y del material bibliográfico recomendado.

También durante este año se recibió en nuestra Institución a varias instituciones, entre las cuales encontramos las universidades de los Andes

y Javeriana, la Biblioteca Luis Angel Arango, la EAN, el Colegio Mayor de Cundinamarca, Colciencias y Uniminuto para conocer diferentes experiencias sobre la implementación de los KINDLE y iPads, lo mismo que respecto a renovación de la biblioteca del CESA.

Se realizó la reunión de directores de bibliotecas, RUMBO. Se participó con ponencia sobre benchmarking de los Centros de Información en la Asamblea de CLADEA en San Juan de Puerto Rico.

7.4. REPOSITORIO INSTITUCIONAL

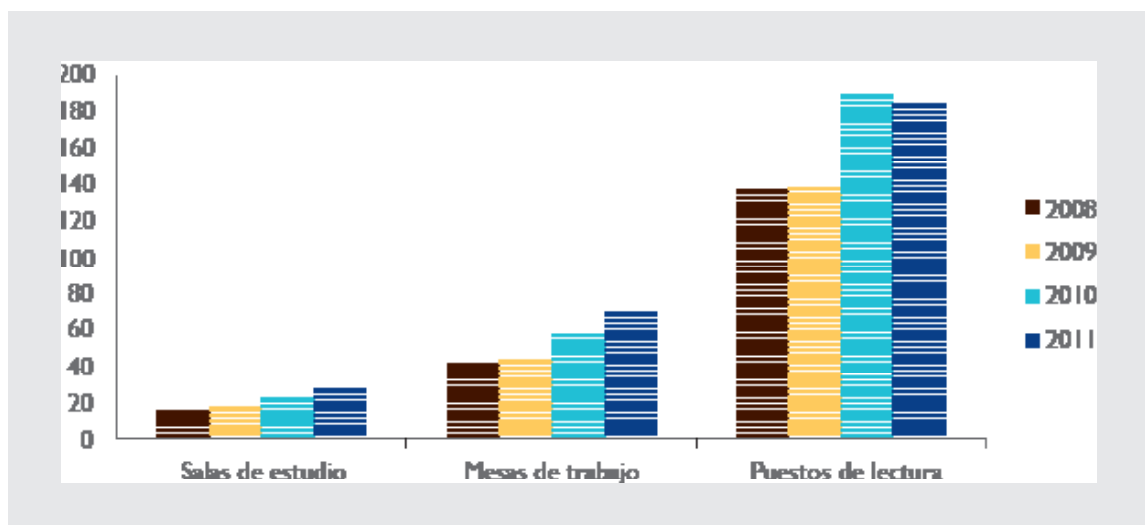
El Repositorio institucional se implementó a finales del 2010 y se consolidó durante el 2011 su estructura y visibilidad, poniendo en línea y al servicio del público general el material institucional del CESA.

A través del repositorio, cualquier persona puede acceder gratuitamente al conocimiento que se ha generado en el CESA a lo largo de los años: conferencias, investigaciones, artículos, publicaciones, trabajos de grado y borradores de administración, entre otros. Se han cargado 211 objetos digitales, indexados en Google Académico, Webometrics, UNIVERSIA, BDCOL, DRIVER, Oalster.

7.5. LA BIBLIOTECA DEL CESA EN CIFRAS

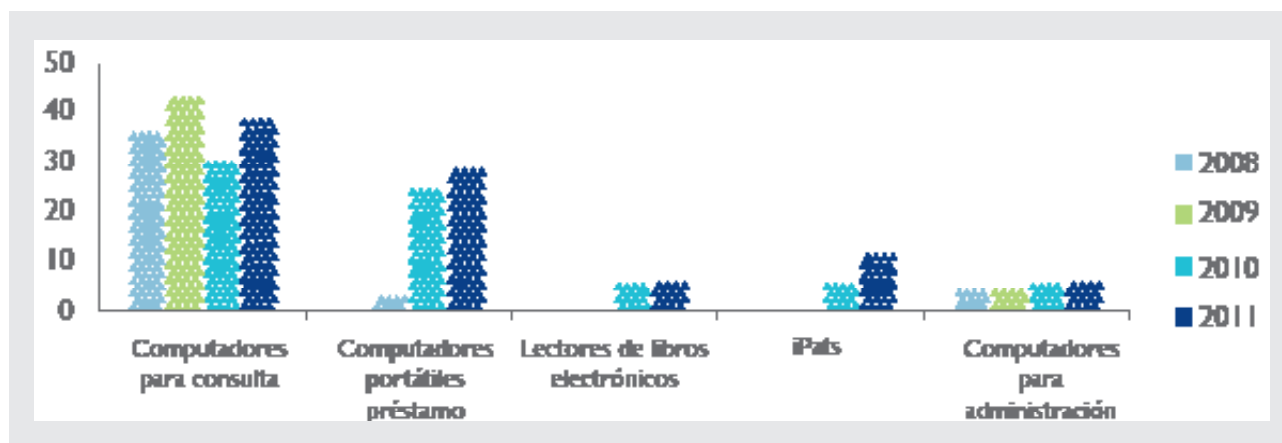
7.5.1. Infraestructura tecnológica

Infraestructura física



7.5.2. Infraestructura tecnológica

Infraestructura tecnológica



7.5.3. Desarrollo de colecciones

Desarrollo de colecciones

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| E-books lectores electrónicos | 0 | 0 | 250 | 299 |
| Ebrary | 23000 | 27000 | 30000 | 32000 |
| Suscripción revistas | 115 | 120 | 125 | 128 |
| Bases de datos | 14 | 14 | 18 | 26 |
| Trabajos de grado (pregrado-posgrado) | 1180 | 1400 | 1430 | 1574 |

7.5.4. Servicios

Servicios

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|------------------|-------|-------|-------|--------|
| Consulta en sala | 75288 | 84499 | 78395 | 107170 |
| Préstamo en sala | 4185 | 5742 | 5700 | 6677 |
| Préstamo externo | 5088 | 6049 | 4922 | 6721 |

7.5.5. Consulta bases de datos

Consulta bases de datos

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|----------------|-------|-------|-------|--------|
| EBSCO-HOST | 21019 | 28455 | 34492 | 75022 |
| Benchmark | 0 | 33596 | 82928 | 134783 |
| Jstor | 0 | 0 | 830 | 5697 |
| Gestión humana | 0 | 0 | 3256 | 5872 |
| Legiscomex | 0 | 0 | 831 | 1566 |
| Multilegis | 0 | 0 | 1128 | 4249 |

7.5.6. Capacitación de usuarios

Capacitación de usuarios

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--------------------------|------|------|------|------|
| Talleres de capacitación | 40 | 12 | 28 | 27 |
| Usuarios capacitados | 483 | 370 | 590 | 766 |
| Docentes capacitados | 10 | 15 | 55 | 84 |

8.

ÁREA

ADMINISTRATIVA



ÁREA ADMINISTRATIVA

8.1. TECNOLOGÍA

A continuación se presenta de manera clara y concreta los proyectos realizados y las metas logradas en el 2011 que corresponden al plan estratégico “PE Tecnologías 2010-2014”, alineado con el Plan Estratégico Institucional 2010-2014 y los proyectos adelantados como respuesta a las necesidades de la organización durante el año.

8.1.1. Proyecto Maestría en Finanzas

En tan solo 30 días, tras el anuncio de aprobación de la Maestría en Finanzas, se materializó la idea de entregar un iPad a cada estudiante del programa con acceso a los servicios y contenidos que ofrece el CESA.

Este proyecto involucró el diseño de la solución, la selección de empresas desarrolladoras, la selección de proveedores y la adquisición de iPads; también, el trabajo conjunto con el Dpto. de Comunicaciones y Marketing para armonizar la apariencia y usabilidad de la aplicación con la del nuevo website, el trabajo conjunto con Biblioteca y la Dirección del programa para obtener y digitalizar contenidos, la optimización de redes inalámbricas para el uso en tablets y, finalmente, la instalación y configuración de cada iPad.

Simultáneamente, se automatizaron 2 salones en la Casa Rocha (102 y 201) y se dotaron con 35 portátiles con modelo en demanda.

8.1.2. Consolidación de la plataforma tecnológica

El proceso de creación de una plataforma tecnológica capaz de soportar los requerimientos actuales y los desafíos de un futuro inmediato comenzó en 2010 con el diseño y adquisición de un core de comunicaciones y plataforma computacional de servidores.

Durante el 2011 éste se ha optimizado y preparado para funcionar en niveles de muy alta disponibilidad. En otras palabras, la Institución está lista para responder a las necesidades y requerimientos del entorno en servicio computacional.

El trabajo realizado entre los años 2010 y 2011 ha permitido tener en 2011 indicadores de disponibilidad en redes y servidores superior al 99.7% –indicador comparables a los de cualquier ISP (proveedor de servicios TELCO) o datacenter comercial–.

A la vez, se está en capacidad de satisfacer a plenitud y por demanda los requerimientos operacionales y computacionales a proyectos como el nuevo website, CRM, informadores, automatización de salones, repositorios de medios y actualización de los sistemas de información de la biblioteca, entre otros.

Estos logros se pueden detallar por campo de acción, como son:

8.1.2.1. Plataforma computacional de servidores

La plataforma computacional de servidores ha permitido soportar con éxito tanto las operaciones propias del CESA como los nuevos proyectos de las diferentes áreas.

En el 2011 éste se optimizó en desempeño y disponibilidad, con lo que actualmente se puede ofrecer un nivel de disponibilidad por encima del 99.999%.

La configuración de la plataforma computacional de servidores como una nube privada está apoyada en tecnologías de virtualización de última generación, lo que nos ha permitido desplegar y realizar mantenimientos en servidores en tiempos record sin afectar la disponibilidad de servicio.

8.1.2.2. Infraestructura de comunicaciones

La infraestructura de comunicaciones está compuesta por las comunicaciones inalámbricas, cableadas y de borde a internet. En cuanto a redes inalámbricas, se observó un nivel de disponibilidad del 99.93%, afectado por problemas en el suministro eléctrico en la casa Incolda; no obstante, se implementó con éxito, entre otros, el soporte para dispositivos iPad, automatización e informadores.

En redes cableadas se tiene en el 2011 un indicador de disponibilidad de 99.95%, afectado de igual forma por problemas en el suministro eléctrico en la casa Incolda. Se optimizaron los tiempos y velocidades y se actualizaron los equipos activos de acceso en la mayoría de los salones.

El trabajo realizado entre los años 2010 y 2011 ha permitido tener en 2011 indicadores de disponibilidad en redes y servidores superior al 99.7%



8.1.2.3. Comunicaciones de borde a internet

En 2011 se optimizó el acceso a internet mediante el cambio de un operador. Con ello se redujo el tiempo de acceso a websites internacionales y se optimizó el ancho de banda en equipos nuevos de borde. Estas actividades permitieron ofrecer un indicador de disponibilidad de 99.99% y mejorar los estándares de desempeño.

8.1.2.4. Automatización de salones y creación de salas especiales

Desde diciembre del 2010 se iniciaron los trabajos y obras para la automatización de 8 salones y la creación de 5 salas especiales, las cuales gozaron del beneplácito de la comunidad CESA por su presentación y alta tecnología.

Estos salones automatizados se encuentran ubicados en las casas Rocha (Mansarda, R102, 201), Fundadores (F101, F102, F103, F301, F402) y Arango (Microsoft) y las salas especiales son Marketing Lab, CBE (Center Business English), Vídeos y Teatro CEYAC y Punto BVC (Bolsa Valores de Colombia) que se inaugura en enero del 2012.

Estas nuevas salas no sólo fueron dotadas de controles para la automatización de luces, proyección, sonido, video y computador, sino que se implementó un nuevo proyector y dos nuevas pantallas en el puesto del profesor, de forma que se constituya como un puesto de control y gestión de las dinámicas de clase.

De igual forma, el centro de control, como son los casos de las salas Microsoft y Rocha 102, permiten proyectar tanto los contenidos propios como otras fuentes, entre las que se encuentran una cámara de documentos y la pantalla de algunos de los computadores de los estudiantes. Las salas con propósitos especiales están dotadas de equipos de cómputo específicos

(según propósito) y con contenidos y programas seleccionados de manera que apoyen los objetivos de su creación y las actividades que allí se desarrollan.

8.1.2.5. Plan de Contingencia

Se realizaron reuniones con cada uno de los proveedores de sistemas de información para la definición del plan de contingencia de los mismos.

También se realizaron labores de actualización y mantenimiento en todos los sistemas de información, tanto en sus aplicativos como en sus bases de datos: SNIES, SIABUC, REPOSITORIO, MYCESA, SIIGO.

8.1.2.6. Helpdesk

Por segundo año, la mesa de ayuda respondió a las necesidades propias del crecimiento y a las transformaciones en su infraestructura, con lo que se lograron niveles de respuesta por encima del 98%, lo que es congruente con los resultados en las encuestas de satisfacción de los clientes, tanto internos como externos, que estuvieron por encima de 80 en una escala de 0 a 100.

Se ha venido estudiando un cambio en materia de atención, el cual se presentará durante el 2012 y con el cual se espera darle mayor agilidad y respuesta proactiva a los procesos de asignación y atención a salas; esto esperamos lograrlo llamando a concurso a proveedores de este tipo de servicio.

8.1.2.7. Reposición, actualización y mantenimiento

La reposición de equipos se realizó en dos etapas para responder a los requerimientos de salas de cómputo determinado por el aumento en el ingreso de estudiantes en pregrado y posgrados.

Se inauguraron 3 nuevas salas de cómputo en Casa Fundadores con equipos All in One y se llevaron los equipos portátiles que se encontraban en una de ellas a las dos nuevas salas asignadas a la Maestría de Finanzas.

También se realizó la reposición completa de equipos en la Biblioteca, se trasladaron 30 portátiles para préstamos y se reasignaron 15 portátiles para el puesto del profesor en cada uno de los salones automatizados.

En Administración, se retiraron más del 70% de los equipos que eran obsoletos y fueron reemplazados por equipos que se encontraban en la academia.

En resumen, se adquirieron 157 computadores, los cuales fueron asignados de la siguiente manera: 146 a la academia (profesores, salones de cómputo, salones especiales y Biblioteca) y 11 a la administración (directivos). Con ello se completaron 403 computadores en la academia y 76 en la administración.

Se actualizaron las versiones de software académico y software administrativo en cada uno de las máquinas de la universidad.

8.1.2.8. Storage (Almacenamiento)

Durante el año 2011 se realizaron labores de asignación de espacio para el mantenimiento de las copias de respaldo de los sistemas y los usuarios.

Se realizaron copias diarias, semanales y mensuales en medios magnéticos y se enviaron periódicamente a SETECSA, quien los mantiene en custodia y los administra. Se adquirió un sistema de respaldo NAS de forma que mantendremos copias de la información de la organización y archivos históricos con una administración automatizada y con una mayor retención.

8.1.2.9. LMS (P@pernet)

Como en años anteriores, sigue siendo la plataforma de comunicaciones e interacción más importante y utilizada por la comunidad académica como apoyo a las clases presenciales.

Durante el 2011 se capacitaron a más de 40 profesores, tanto de planta como catedráticos, con un promedio de cinco horas de capacitación en las funcionalidades de la aplicación; también, se dio apoyo a los programas de pregrado, posgrados, Formación Ejecutiva y Centro de Liderazgo y Emprendimiento, que utilizaron este sistema para el cumplimiento de sus actividades académicas.

En promedio se crearon 355 cursos por semestre, y se aumentó un 55.7% en el número de cursos en este año con respecto al año 2010.

También fueron creadas 877 cuentas entre estudiantes aspirantes a pregrado, Especialización en Mercadeo y Maestría en Mercadeo Estratégico y estudiantes admitidos en los programas.

Se actualizó a la versión 7.4 y se realizó la migración de la base de datos; entre las mejoras a la aplicación están la activación del servicio de chat, la migración de los quizzes a exámenes y el uso de un banco de preguntas para los exámenes; también, una mayor flexibilidad en los tipos de preguntas de las encuestas, una nueva sección

para publicación de anuncios públicos y se habilitó el servicio de Chat, entre otras.

Con el área de Comunicaciones se establecieron políticas de publicación y se crearon las plantillas personalizadas para cada área; se incrementó el uso de Papernet en los docentes de cátedra, se hizo virtual el acceso al servidor. La disponibilidad del servicio estuvo en el 100%.

8.1.2.10. Imagen institucional

Como respuesta a las necesidades de conectividad de la comunidad se realizaron inversiones acordes con las exigencias de movilidad y se dotó a la Institución con una red inalámbrica ágil, segura y abierta a todo el personal. El CESA cuenta hoy con una red inalámbrica gestionada con un cubrimiento del 99% en sus instalaciones y sus alrededores, y con una capacidad de respuesta acorde con las últimas tecnologías móviles, sin limitaciones en número de usuarios conectados que pueden superar los 2000.

8.1.2.11. Evaluación (ERP y CAMPUS)

Durante el 2011, y como apoyo al proyecto de medición interna y externa de necesidades de las áreas académicas y administrativas frente a los actuales sistemas de Información que pueden responder a los objetivos del plan estratégico institucional, se realizó una evaluación que arrojó dos informes.

El primero, de necesidades internas; y el segundo, de valoración económica de las propuestas del mercado más implementadas en las universidades del país y mejor posicionadas del mercado.

Como respuesta a la solicitud del Rector y Vicerrector al Director de Tecnología para que ejerza la gerencia el proyecto, éste preparó una propuesta y una presentación para el Consejo Directivo la cual fue entregada al Rector.

8.1.2.12. Repositorios

La Biblioteca, dentro de su proceso de crecimiento, y atendiendo al plan estratégico, recibió el apoyo de Tecnología y participación en la implementación del repositorio institucional para la academia DSPACE.

Este sistema de información se encuentra en el data center de la Institución.

8.1.2.13. Academia

Durante el 2011 el Director del área desempeñó a título de encargado la coordinación del área de Informática trabajando en la integración y unificación de los programas de Informática y Modelación.

El grupo elaboró una encuesta que está pendiente de ser entregada a todos los profesores para su diligenciamiento.

Dicha encuesta busca actualizar las necesidades de herramientas computacionales y de recursos en todas las áreas del programa. De igual forma, se dio apoyo en la creación de nuevas materias electivas en temas como pensamiento lógico con juegos, la comunicación en las organizaciones y la creación de modelos aeronáuticos de escala (planeadores).

En marzo se dictaron 18 horas de capacitación en el uso de las herramientas de la Sala Mac a docentes planta y a gerentes de Papernet, capacitación de Papernet en las reuniones de área para los docentes de Pregrado, capacitación con las personas inscritas en el programa de emprendimiento con la Fundación Matamoros.

A cada docente y estudiante se le creó una cuenta de correo CESA con la cual se puede ingresar a la red wifi y acceder a los servicios de WINDOWS LIVE.

8.1.2.14. Actividades prospectivas y de crecimiento

Durante 2011 se soportó el crecimiento y expansión de las operaciones del CESA en forma apropiada con la infraestructura disponible; no obstante, el crecimiento de la organización y los desafíos relacionados hicieron necesario realizar tareas de dimensionamiento y evaluación para continuar ofreciendo una alta disponibilidad en los servicios, reforzar la capacidad de respuesta

ante eventuales solicitudes y proyectar nuestras actividades a esquemas de continuidad de operaciones y respuesta.

Estas actividades involucraron el diseño de alternativas de solución, la evaluación de tecnologías y la socialización con proveedores para la estimación de costos y mecanismos operativos.

8.1.3. Cifras

Infraestructura de red

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|---------|----------|-----------|-----------|
| Número de puntos de red cableados | 302 | 388 | 596 | 748 |
| Número de centros de cableado | 7 | 8 | 10 | 10 |
| Número de access Point | 17 | 27 | 64 | 64 |
| Porcentaje de cubrimiento red inalámbrica | 0.6 | 0.7 | 0.99 | 0.99 |
| Número de switches | 19 | 21 | 27 | 31 |
| Número de puertos FastEthernet (100Mbps) | 363 | 447 | 158 | 152 |
| Número de puertos GigabitEthernet (1000Mbps) | 0 | 48 | 438 | 510 |
| Velocidad del backbone principal | 100mbps | 1000mbps | 10000mbps | 10000mbps |

Enlace a internet

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|------------------------------------|------|------|------|------|
| Capacidad enlace principal | 4 | 18 | 18 | 20 |
| Capacidad enlace secundario | | 10 | 10 | 18 |
| Capacidad redes académicas (Rumbo) | 15Mb | 30Mb | 60Mb | N/A |

Infraestructura de servidores

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---------------------------------------|------|------|-------|-------|
| Número de servidores físicos | 12 | 15 | 7 | 10 |
| Número de servidores virtuales | 4 | 8 | 22 | 26 |
| Consumo eléctrico centro de cómputo | 7Kva | 8kva | 3Kva | 4Kva |
| Capacidad eléctrica centro de cómputo | 8Kva | 8Kva | 10Kva | 10Kva |

Equipos de cómputo

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|
| Equipos asignados a administrativos | 41 | 55 | 63 | 74 |
| Equipos asignados a academia | 233 | 314 | 360 | 413 |
| Equipos asignados a salas de cómputo | 144 | 222 | 216 | 201 |
| Equipos asignados a salones de clase | 47 | 50 | 54 | 36 |
| Equipos asignados a biblioteca | 42 | 42 | 58 | 94 |
| Equipos asignados a salas especializadas | 0 | 12 | 12 | 62 |
| Equipos asignados a investigadores | 16 | 12 | 20 | 20 |

Equipos audiovisuales

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|-------------------------|------|------|------|------|
| Videobeam | 33 | 37 | 40 | 55 |
| Amplificación de sonido | 15 | 18 | 28 | 32 |
| DVD | 3 | 3 | 13 | 15 |

8.2. COMUNICACIONES Y MARKETING

Durante el año 2011 el Departamento de Comunicaciones y Marketing desarrolló parte importante de la visibilidad del CESA a través de la participación en varias actividades que se relacionan a continuación.

8.2.1. Redes sociales

En el 2011 se creó Fan Page en Facebook, cuenta en twitter y blackberry chat para estudiantes; también se creó un artículo para el CESA en Wikipedia. Todo esto se diseñó partiendo de la misma línea gráfica definida para el portal web.

Después de 6 meses de trabajo continuo en redes sociales, se logró una presencia y posicionamiento del CESA con más de 2.000 fans en facebook y 4.600 seguidores en twitter.

En estas redes se construyó un nuevo canal de comunicación para el CESA.

Los mensajes que se difundieron a través de estas redes fueron columnas de opinión de docentes e investigadores, noticias, actualidad y programas del CESA.

Para informar a la comunidad del CESA acerca de las redes sociales se generaron piezas de comunicación que se difundieron a través de nuestros canales (Papernet, mail y pantallas digitales) en los que se invitaba a las personas a hacer parte de estos 2 grupos, y a generar contenidos relevantes que fueran de interés para nuestros usuarios.

8.2.2. Imagen institucional

Para el 2011 se desarrolló el Manual de identidad visual del CESA, el cual establece los lineamientos básicos para garantizar la correcta aplicación de la marca.

Va dirigido a quienes corresponde ordenar, ejecutar o supervisar la elaboración de piezas para los diferentes medios visuales de comunicación.

También, se generó una iconografía para la señalética de la Institución, acorde con su identidad visual. Teniendo en cuenta la necesidad de la Casa Biblioteca, se empezó el proceso con ésta.

Se desarrolló material a partir de un visual apoyado en diferentes tipografías que resalta los pilares de la Institución; se diseñaron mugs y bolsas de papel y plásticas. También se diseñaron los backings y pendones para los eventos realizados en el CESA.



8.2.3. Campañas de comunicación interna

Campaña acreditación

Durante el mes de julio se generó una campaña de comunicación dirigida a estudiantes, docentes, administrativos, exalumnos y empresarios (jefes de prácticas empresariales) con el fin de dar a conocer el proceso por el cual estaba atravesando la Institución y los resultados de la autoevaluación. Para esto se generaron las siguientes piezas:

- Periódico El Acreditado
- Vinilos adhesivos para tableros de salones
- Stickers para chocolates con acróstico
- Wallpapers
- Mailings

Así mismo, se realizó una actividad BTL para entregar el periódico y contarle al público acerca de la acreditación.

La activación inició a las 8:00 a.m. con un recorrido de norte a sur por todo el campus que generó contactos directos; luego de las 2 p.m., la tropa comenzó a tomarse cada casa para dejar material en la recepción de cada una de ellas.

Campaña Biblioteca

Con el fin de generar conciencia en cuanto al aprovechamiento de los diferentes espacios de la universidad, se generó una campaña para la Biblioteca, la cual desarrolló tres temas fundamentales: hacer silencio, no comer dentro de la biblioteca y aprovechar los recursos.

Se realizaron diferentes piezas que fueron instaladas en el mes de agosto:

- Botellas de agua con los servicios de la Biblioteca
- Tropezones (materas)
- Habladores para mesas
- Menús

Campaña CESA 100% libre de humo

Como parte de la iniciativa mundial contra el tabaco, el CESA realizó la campaña CESA 100% LIBRE DE HUMO, una iniciativa para concientizar a la comunidad acerca de los efectos negativos que tiene el humo de cigarrillo en los fumadores activos y pasivos, lo mismo que generar respeto por los espacios comunes de la universidad y disfrutar de un aire mucho más puro.

La campaña estuvo dividida en tres fases, cada una con varias acciones: sensibilización, información y participación.

Enviamos un mail para invitar a interactuar con los pulmones gigantes, ubicados en diferentes lugares del CESA. Tres versiones de gran tamaño estarán ubicadas en las diferentes casas, así todos podrán tomarse diferentes fotos y subirlas a la página de Facebook.

Campaña reciclaje

Teniendo en cuenta la iniciativa de una estudiante del CESA y el Dpto. de Infraestructura de generar conciencia pública acerca del reciclaje, se organizó una campaña de comunicación que detalla las diez razones por las que se debe reciclar e invita a los estudiantes y administrativos a participar en un concurso. Para esto se pretende tener un árbol tipo buzón por cada semestre, para que los estudiantes recojan allí papel reciclado.

Convocatorias internas

Se generaron campañas internas para convocar a concursos o invitar a actividades específicas. Para esto se utilizaron piezas estáticas y animadas que se difundieron a través de nuestros canales de comunicación, Éstas fueron:

- Convocatoria consultoría
- Convocatoria monitores Bloomberg
- Simulacro nacional

El Departamento de Comunicaciones y Marketing desarrolló parte importante de la visibilidad del CESA a través de brochures y nueva imagen institucional.



8.2.4. Campañas de mercadeo

Campaña Maestría en Finanzas Corporativas

Durante el mes de julio se lanzó la Maestría en Finanzas Corporativas del CESA, dirigida a profesionales en el campo financiero. Se realizó un banner expandible e insertos en medios especializados.

Como valor agregado, a los estudiantes aceptados en el programa se les entregó un Ipad con acceso a los contenidos y servicios del CESA, para lo cual se generó la imagen de la aplicación así como los iconos de las diferentes funciones y unos frames con información de la maestría.

Para las inscripciones de los aspirantes al programa para el año 2012, en el mes de septiembre se dio continuidad a la campaña y al mensaje de comunicación utilizado durante el primer semestre del año, y se generó un plan de medios ATL, campaña de mailings, telemercadeo e invitación a charlas entre otros.

Campaña Maestría en Dirección de Marketing

Durante el segundo semestre del 2011 se lanzó la Maestría en Dirección de Marketing, para la cual se realizó el brochure con contenido académico, plan de medios ATL, piezas digitales, campaña de mailings y telemercadeo.

La línea gráfica y la comunicación se desarrollaron teniendo en cuenta la importancia de mantener el posicionamiento en el mercado como una de las mejores escuelas de administración y negocios. Para esto nos apalancamos en el logo de los 36 años de experiencia.

La estrategia incluyó desarrollo de mailings con diferentes mensajes de comunicación, los cuales se difundieron según el cronograma de inscripciones.

8.2.5. Formación Ejecutiva

Material de comunicación

Con el lanzamiento de Formación Ejecutiva como nuevo producto del CESA se trabajaron diferentes piezas como plegables, mailings, avisos de prensa e invitaciones.

Se institucionalizó la línea gráfica de Formación Ejecutiva y se generó una imagen gráfica que se ve reflejada en las programaciones trimestrales.

Durante el último trimestre del año se reconsideró la estrategia de distribución de los plegables por área, tomando la decisión de abolir los envíos independientes y hacer una carpeta por área con insertos para cada curso.

Los mailings se rediseñaron teniendo en cuenta el nuevo look and feel de la página web, debido a que toda la estrategia digital debe ser coherente.

Se pasó de usar la portada del plegable que sólo comunicaba el nombre del curso en las campañas de mailings a tener mailings que resalten la información relevante.

8.2.6. Otras piezas publicitarias

Se diseñaron los cuadernos de bienestar que se entregan cada semestre a los estudiantes.

También, las piezas para la Escuela de Líderes: plegable, mailing, escarapela y diplomas para cada uno de los participantes.

Se diseñaron las invitaciones a las exposiciones de Danny Esquenazi y Piedad Tarazona, acordes a los elementos de arte que ellos elaboran. Así mismo, se realizaron piezas complementarias como tropezones y mailings.

Se realizó una campaña de mailings para promocionar las especializaciones; para el

segundo semestre del año se adaptó la línea gráfica acorde al look del portal web.

Se actualizaron los folletos de los diferentes programas (pregrado y posgrados). Así mismo, se realizó el brochure institucional, el cual reúne en una sola pieza toda la Institución.

Se desarrolló una pieza de comunicación para dar a conocer los diferentes productos del CESA; para esto se partió de los logos ya aprobados. Así mismo, se desarrollaron piezas complementarias. Se diseñó la cartilla Primíparos que surge como una iniciativa de Bienestar para brindar a los estudiantes nuevos que llegan de otras ciudades la información básica acerca de Bogotá.

Se diseñaron visuales de cumpleaños como avisos para las pantallas digitales y tarjetas virtuales para los clientes de Kapital Cliente del Centro de Consultoría Empresarial.

Se diseñó la invitación y el catálogo de proyectos para entregar en el evento de graduación de los primeros 30 proyectos del programa Héroes Emprendedores.

Se diseñaron las invitaciones físicas para niños y personal del CESA en las que se invitaba a la fiesta de fin de año que organiza la Institución con el apoyo del área de Recursos Humanos.

8.2.7. Eventos

Foro internacional Oppenheimer

El Dpto. de Comunicaciones y Mercadeo se encargó de la logística, producción de piezas de comunicación, escenografía y medios de comunicación de dicho evento, que contó con la participación de Andrés Oppenheimer.

Este autor visitó nuestro país para participar en el foro “El reto de los empresarios frente a la innovación y la calidad en la educación como estrategias de competitividad y equidad”.

Feria Espíritu Emprendedor

Se realizaron todas las piezas (escarapelas, banners, mapas, trofeos, etc.) y señalética para las ferias que se llevaron a cabo en los meses de mayo y noviembre.

Presencia en eventos

Con un stand y el apoyo del equipo comercial del CESA, se hizo presencia en los eventos de América Empresarial y en algunos eventos a los que asiste la UGE. Se aprovechó dicha oportunidad para dar a conocer la Maestría en Dirección de Marketing y la oferta académica de Formación Ejecutiva.

Participación en ferias

El CESA tuvo participación en la Feria Internacional del Libro de Bogotá, en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara a través de Siglo del Hombre, con lo que se logró visibilidad y fortalecer su sello editorial.

También se participó en la Feria de Innovación Universidad del Rosario, donde se presentaron todas las publicaciones del CESA. Se tuvo participación activa de Formación Ejecutiva y del Centro de Consultoría Empresarial, para establecer alianzas y negociaciones estratégicas.



Entrevista a Grandes Líderes

En el 2011, el Departamento de Comunicaciones 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.

Algunas de las entrevistas fueron:

Entrevista Grandes Líderes



| | |
|--|---|
| Freddy Padilla de León | Comandante de las Fuerzas Militares de Colombia. |
| Nelson Cardona | Montañista, primer discapacitado en subir al monte Everest. |
| Belisario Betancur | Ex Presidente de la República. |
| Orlando Ayala | Vicepresidente Mercados Emergentes Microsoft. |
| Alejandro Eder | Consejero Presidencial para la Reintegración. |
| Jean Claude Bessudo | Presidente Grupo Aviatur. |
| Carlos Pacheco Devia | Homenaje Póstumo Fundador Grupo Colpatria, la Conferencia la dictó Eduardo Pacheco, Presidente del Grupo Colpatria. |
| Gustavo Petro, Enrique Peñalosa, David Luna, Carlos Fernando Galán, Gina Parody | Debate con los candidatos a la Alcaldía. |
| Oswald Loewy | Presidente Sempertex. |
| Haidy Duque | Fundadora de Taller de Vida y la Corporación Kayrós |

8.2.8. Lanzamiento portal web CESA www.cesa.edu.co

El cambio en la página web del CESA trajo consigo una nueva estrategia, estética y como método de comunicación.

Para lograrlo, se adaptaron diferentes piezas que aseguran su funcionamiento y actualización periódica.

La página web del CESA consta de:

- Imagen carrusel – actualización swf.
- Banners estáticos.
- Imágenes para noticias (artículos, Home page).
- Botones para Formación Ejecutiva.
- Montaje de Flash (por solicitud).

Pagos online

En el nuevo site se pueden realizar pagos en línea para los seminarios y diplomados de Formación Ejecutiva. Con ello se logra aplicar automáticamente a políticas de descuento, por pronto pago y como egresado de la Institución.

Esto, además de dar mayor comodidad a los clientes, resulta ser una herramienta comercial para lograr cierres de venta con mayor rapidez.

Tour virtual

Sitúa virtualmente a cualquier persona en los diferentes espacios de la Institución y ayuda en la ubicación de los diferentes departamentos y áreas.

Formación Ejecutiva

Como acompañamiento al área de Formación Ejecutiva, se diseñaron botones que dan, en convenio con el Banco de Bogotá u otras instituciones, información a los visitantes sobre algunos programas, así como de la creación de vínculos que llevan a los distintos formularios de inscripción para los mismos.

Junto a la evolución gráfica de la página web, también han sido rediseñados los mails con los que se hace promoción de los programas, eventos o comunicados que se realizan.

Los landing pages están diseñados para servir como medio de inscripción para los programas que se encuentran alojados en guía académica; el aspirante digita sus datos y estos son enviados a Formación Ejecutiva para el seguimiento y la debida continuación del proceso de inscripción.

8.2.9. Publicaciones

En el 2011 se realizó el proceso editorial a 5 libros para su posterior publicación.

Adicionalmente, se realizó la conversión a 8 libros de formato electrónico (e-book, e-pub), para su correspondiente distribución en Amazon y en las 33 librerías más grandes del mundo.

Se realizó también la publicación de 1 ficha de investigación, 1 catálogo de publicaciones y 10 borradores de administración que son enviados a diferentes personas y agremiaciones. Asimismo, se adelantó el proceso editorial a dos nuevos reglamentos institucionales.

Actualmente con 38 publicaciones.

8.3. INFRAESTRUCTURA

8.3.1. Gestión de mantenimiento e infraestructura

En la actualidad, el CESA cuenta con 11 amplias casas de conservación arquitectónica que se han ido acondicionando para las diferentes actividades académicas.

Así, posee más de 9.870 metros cuadrados construidos, que cumplen con requerimientos de alta tecnología, calidad y condiciones físicas y de infraestructura que reflejan el avance tecnológico y permiten a la Institución estar al nivel de otras universidades de primer orden.

Es claro que una de las tendencias del entorno educativo es la búsqueda y consolidación de una infraestructura que provea ambientes de alta calidad para las actividades académicas e investigativas.

Para garantizar el buen estado de las edificaciones del CESA se realiza constantemente el mantenimiento de la infraestructura física y del mobiliario, en los cuales se ejecutan trabajos de tipo preventivo y correctivo.

Para ello se desarrollan las actividades que se explican a continuación.

8.3.2. Mantenimiento de planta física

El Dpto. de Mantenimiento del CESA cuenta con 2 personas de tiempo completo de lunes a viernes, y el sábado con 1 sola persona medio día cuyas funciones principales son garantizar el buen estado y el correcto funcionamiento de las edificaciones de la Institución.

8.3.3. Planes de intervención 2011

Uno de los objetivos principales del área de infraestructura es la mejora cotidiana de las planta física del CESA.

En este sentido se han realizado diversas reparaciones, adecuaciones y obras, con las siguientes intervenciones:

- Con la finalidad de tener datos e información actualizada del crecimiento de la planta física para el segundo semestre del 2011, se empezó con la actualización de los planos arquitectónicos de cada una de las sedes en los cuales se sigue trabajando.
- Se realizará en el sitio la medición de cada una de las casas que serán digitalizadas, así: áreas internas por piso, áreas de antejardín y áreas exteriores. Así mismo, se medirán las alturas en fachadas, tanto internas como externas y/o según convenga.

Con base en la información recogida en el terreno, se digitalizarán y elaborarán los siguientes planos:

- Plano de localización.
- Plano general de conjunto.
- Planos arquitectónicos de plantas, 2 cortes y 2 fachadas por casa.

Los planos se digitalizarán en AutoCAD 2007 de acuerdo con las escalas y normas establecidas para su presentación.

8.3.4. Obras y mantenimiento durante el 2011

El compromiso del CESA es ofrecer espacios físicos de alta calidad: salones, salas de estudio, biblioteca, salas especializadas y, en general, una infraestructura óptima con sus respectivas dotaciones tecnológicas, redes y equipos informáticos.

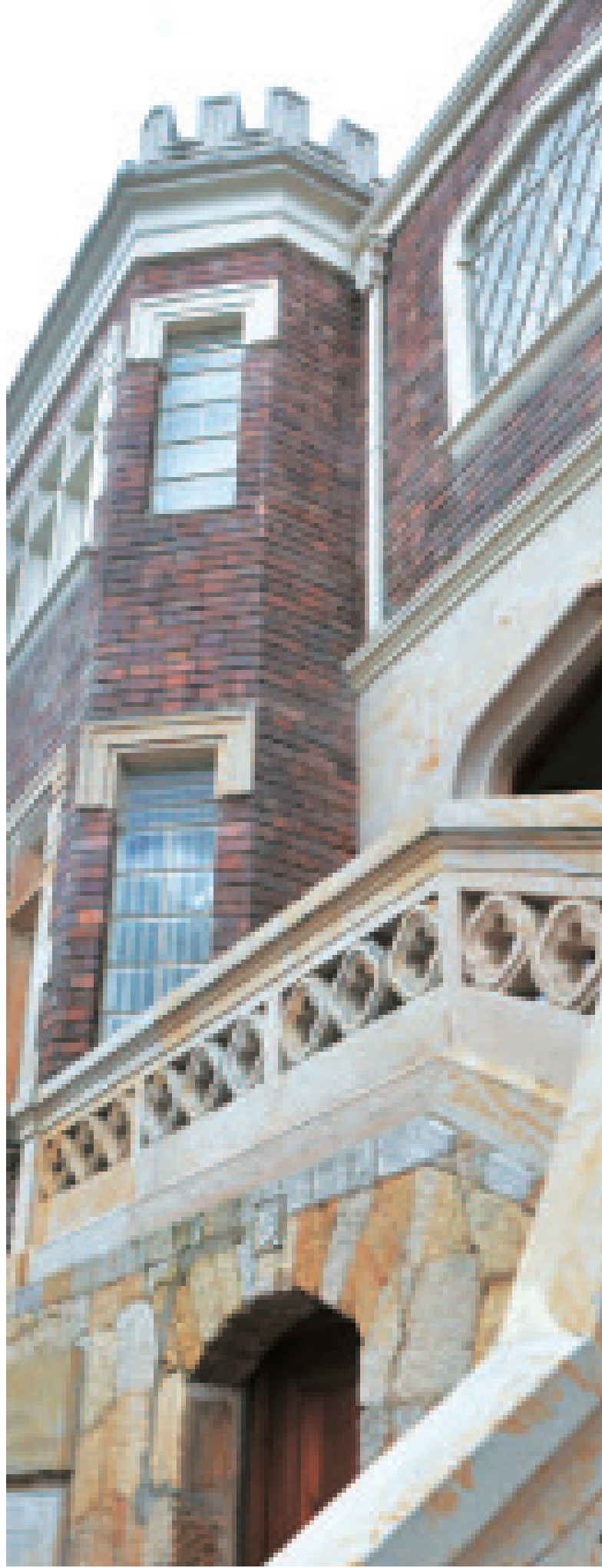
Teniendo en cuenta las necesidades académicas del medio universitario del CESA, y de acuerdo con lo establecido en su planeación estratégica 2010 - 2014, la Institución debe adoptar un Plan Maestro en Infraestructura que permita la regularización, mejoramiento y consolidación de las condiciones de nuestra planta física con el fin de soportar una gestión académica a corto, mediano y largo plazo.

Bajo esta perspectiva, el Consejo Directivo, en conjunto con el Rector, el Vicerrector y los directores de las diferentes dependencias de la Institución, adelantan un plan de mejoramiento de la infraestructura existente, correspondientes a la modernización y adecuación de la planta física, el cual conlleva a la optimización y aprovechamiento de los recursos materiales y de alta tecnología.

Casa Biblioteca

La creación de espacios para el descanso y trabajo de los profesores de cátedra fue un tema primordial, por lo cual se empezó a trabajar en la adecuación de un área para los docentes a finalizar el año 2010. Se entregará durante el primer semestre del 2012 la sala de profesores en el segundo piso de la sede de Biblioteca.

También se realizó la adecuación de la sala de estudio del primer piso de la Sede CESA para conseguir más y mejores áreas de trabajo para los estudiantes.



Casa Incolda

Se llevó a cabo la adecuación de la oficina de Registro y Control en el primer piso de la Casa CESA con el objetivo de brindar un mejor y adecuado espacio para la atención de estudiantes y profesores.

En el tercer piso y en la mansarda de esta sede se realizan cambios y remodelaciones de oficinas administrativas para crear espacios adecuados para el personal de planta del CESA.

Las áreas comunes y espacios de esparcimiento formaron parte de esta remodelación.

Para el buen desarrollo de las actividades académicas se entrega a principios del 2011 la adecuación y remodelación del Salón Colombia.

Casa Fundadores

Los principales objetivos han sido la infraestructura de salones de clase y esta sede cuenta con cuatro salones más que fueron remodelados completamente.

Las remodelaciones adicionales realizadas en esta sede son la oficina de Pregrado y Vicerrectoría, la de Consejería Estudiantil, las salas de trabajo en grupo, la sala de profesores del segundo piso y la sala de proyecciones.

Casa Bienestar

En la casa donde opera Bienestar se instaló un simulador de golf para los estudiantes. Para esto fue necesario llevar a cabo la obra civil pertinente en el tercer piso de esta sede.

Casa Rocha

En esta sede se realizó la remodelación de 3 salones y se construyó el punto de la Bolsa de Valores de Colombia, un espacio físico y virtual donde los estudiantes podrán experimentar con el mercado bursátil y sus movimientos en tiempo real.

Casa Echavarría

Ofrecer una infraestructura física acorde a las necesidades académicas es una meta clara del Plan Estratégico del CESA; para esto a finales de 2011 se desarrolló el proyecto de adecuación y modernización de esta sede.

Casa Nueva (nombre por definir)

La modernización de la infraestructura del CESA y su crecimiento en planta física para el 2014 es una meta que se está cumpliendo, para esto se adquirió el 1 de noviembre del 2011 una nueva edificación ubicada en la Cra. 5ª No. 35 – 27. Cuenta con 420 m2 de terreno y 838 m2 de construcción.

8.3.5. Planta física

| TIPO DE ÁREA | 2008 | | 2009 | |
|--------------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------------------|
| | TERRENO M ² | CONSTRUCCIÓN M ² | TERRENO M ² | CONSTRUCCIÓN M ² |
| Gilberto Arango | 422.1 | 797.5 | 422.1 | 797.5 |
| Lleras | 677.5 | 420 | 677.5 | 420 |
| Marco F. Rocha | 840.2 | 960.4 | 840.2 | 960.4 |
| Cesa | 401.7 | 985 | 401.7 | 985 |
| Biblioteca | 423.2 | 923.9 | 423.2 | 923.9 |
| Incolda | 1,265.20 | 1,079.40 | 1,265.20 | 1,079.40 |
| Bienestar | 463 | 663.1 | 463 | 663.1 |
| Fundadores | 682.9 | 1,716.10 | 682.9 | 1,716.10 |
| Echavarria | 261.3 | 435.5 | 261.3 | 435.5 |
| Francisco Mejia | 0 | 0 | 207.4 | 527.9 |
| Cra. 5A No. 35 - 27 | | | | |
| Sub Total Propiedad Cesa | 5,437.1 | 7,980.9 | 5,644.5 | 8,508.8 |
| Lote | 16,311.50 | 201.9 | 16,311.50 | 201.9 |
| Parqueadero | 683.4 | 86.1 | 683.4 | 86.1 |
| Total área | 22,432.0 | 8,268.9 | 22,639.4 | 8,796.8 |

| TIPO DE ÁREA | 2010 | | 2011 | |
|-----------------------------|---------------------------|--------------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| | TERRENO M ² | CONSTRUCCIÓN M ² | TERRENO M ² | CONSTRUCCIÓN M ² |
| Gilberto Arango | 422.1 | 797.5 | 422.1 | 797.5 |
| Lleras | 677.5 | 420 | 677.5 | 420 |
| Marco F. Rocha | 840.2 | 960.4 | 840.2 | 960.4 |
| Cesa | 401.7 | 985 | 401.7 | 985 |
| Biblioteca | 423.2 | 923.9 | 423.2 | 923.9 |
| Incolda | 1,265.20 | 1,079.40 | 1,265.20 | 1,463.34 |
| Bienestar | 463 | 663.1 | 463 | 663.1 |
| Fundadores | 682.9 | 1,716.10 | 682.9 | 1,716.10 |
| Echavarria | 261.3 | 435.5 | 261.3 | 574.97 |
| Francisco Mejia | 207.4 | 527.9 | 207.4 | 527.9 |
| Cra. 5A No. 35 - 27 | | | 420 | 838 |
| Sub Total Propiedad Cesa | 5,644.5 | 8,508.8 | 6,064.5 | 9,870.2 |
| Lote | 16,311.50 | 201.9 | 16,311.50 | 201.9 |
| Parqueadero | 683.4 | 86.1 | 683.4 | 86.1 |

Recursos según cantidad de estudiantes

| | | ■ 2008 | ■ 2009 | ■ 2010 | ■ 2011 |
|-----------------|--|--------|--------|--------|--------|
| RECURSOS | | | | | |
| Capacidad | # total de metros cuadrados construidos | 13.6 | 13.7 | 13.1 | 12.5 |
| | # estudiantes de pregrado | | | | |
| Capacidad | # total de metros cuadrados construidos | 39.4 | 42.5 | 49.6 | 52.1 |
| | # Estudiantes de Esp. en Mercadeo | | | | |
| Capacidad | # total de metros cuadrados construidos | 88.9 | 82.2 | 102.4 | 114.1 |
| | # Estudiantes de Esp. En Finanzas | | | | |

8.4. GESTIÓN HUMANA

Dentro del programa de la Dirección de Gestión humana para el año 2011, se dio soporte a los lineamientos de la Alta Dirección para la reorganización estructural y el mejoramiento del clima organizacional, así como a los requerimientos y solicitudes de las diferentes dependencias de la Institución. Con ello se espera obtener un personal idóneo y generador de valor para alcanzar las metas propuestas, soportados bajo los cinco procesos que detallamos a continuación:

8.4.1. Selección y contratación

Para este período se continúa con las actividades de selección, con entrevistas, aplicación de pruebas y desarrollo de casos, contratación y afiliaciones a la seguridad social integral del personal docente y administrativo.

También, a los beneficios que ofrece la Institución como el seguro de vida y accidentes personales y plan funerario.

En contratación se tuvo un incremento del 11% en la parte administrativa y un incremento del 22,5% en los docentes. Administrativamente, la rotación de personal tuvo un incremento del 33% al contratar personal de apoyo para las diferentes áreas, lo que generó oportunidades de empleo directo.

Durante el año 2011 se vinculó colaboradores de alto nivel con el fin de fortalecer el personal administrativo. Ejemplo de ello son el Director de Formación Ejecutiva, la Directora de Comunicaciones y Marketing, la Directora de Pregrado y el Director del Centro de Liderazgo y Emprendimiento, áreas destacadas por sus aportes y apoyo a la academia.

Con la asesoría y acompañamiento de las firmas Thuoper y AC&C Consultores, se desarrolló la primera etapa del levantamiento de procesos y perfiles de cargo de las Direcciones de apoyo.

Con ello se logró la creación de una Política de Calidad y el levantamiento de la red general de los procesos administrativos, documentado en 13 caracterizaciones, perfiles de competencias y manuales de funciones para 16 cargos y se elaboraron 68 documentos, formatos, protocolos, políticas y procedimientos que contribuyen con el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Institución y la eliminación de las cargas operativas innecesarias (reprocesos). Así se mejora la eficiencia y por lo tanto la calidad en la prestación del servicio a estudiantes, padres de familia, docentes y demás miembros de la comunidad CESA.

8.4.2. Salarios y beneficios

Dentro de las mejoras de la Dirección de Gestión Humana como indicador motivacional para el 2011, se realizó un incremento salarial del 4,0% para todo el personal.

De igual forma, se mantuvieron los seguros de vida del personal administrativo y docente, con un incremento en las coberturas que mantuvo las mismas tasas; para la póliza de accidentes de nuestros estudiantes, se consiguió una mayor cobertura de atención médica.

Se continúa con el plan colectivo de Colsánitas y con el auxilio del 70% por cada trabajador afiliado, pero se autoriza el mismo auxilio para cualquier medicina prepagada en la que se encuentren los trabajadores. Tuvo un mejor avance la póliza colectiva de vehículos con CHARTIS a través de la Asociación de Egresados para ofrecer mejores tarifas y mayores beneficios extensivos a los familiares de afiliados.

Por otro lado, se firmó un convenio con el Banco Santander para créditos de libranza, y se consiguió una tasa del 0.99% que favorece a nuestros colaboradores; también, se mantendrán los créditos de libranza con Colpatria y Colsubsidio.

8.4.3. Salud ocupacional

Durante el 2011 se consolidó la oficina de Servicio de Atención Primaria que ofrece el servicio de atención y primeros auxilios para estudiantes, administrativos, docentes, contratistas y visitantes.

Se realizó la elección del COPASO para el período 2011-2012, con quienes se está trabajando en compañía del Comité Operativo de Emergencia (COE) y la ARP SURA sobre el levantamiento del Plan de Emergencias y la actualización del Análisis de Vulnerabilidad para las sedes nuevas o restructuradas.

Tuvimos distintas capacitaciones en Primeros Auxilios dirigidos a los brigadistas, charlas sobre elementos de protección personal dirigido al personal de servicios generales, de mantenimiento y obreros; prevención del dolor de espalda para el personal de servicios generales; programa de Oficinas Saludables y Pausas Activas para el personal administrativo; además, se obtuvieron las certificaciones de trabajo en alturas para el personal de mantenimiento.

En el desarrollo de la Semana de Salud se hicieron jornadas de vacunación, exámenes periódicos, donación de sangre y salud oral, y se dictaron diferentes charlas sobre manejo de estrés, dolor de espalda, climaterio y riesgo cardiovascular, entre otros, dirigidos a toda la comunidad CESA.

Se firmaron convenios con los gimnasios BODYTECH y SPINING CENTER, con lo que se ofrecerá a nuestra comunidad un paquete de diferentes descuentos y ofertas durante el año.

A partir del segundo semestre se dio apertura a un gimnasio propio, pequeño pero bien dotado con capacidad para 15 personas.

Este está dirigido fundamentalmente a los estudiantes, pero con la oportunidad para que administrativos y docentes asistan una vez haya terminando su jornada laboral, de lunes a viernes.

8.4.4. Bienestar

Manteniendo uno de los principales pilares de la alta Dirección, el bienestar de sus colaboradores y el fortalecimiento del sentido de pertenencia, durante el 2011 se desarrollaron actividades tendientes a aumentar el bienestar institucional con diferentes celebraciones como:

- Día de la mujer y día del hombre, con un obsequio dulce para cada cada uno.
- Día de la Secretaria, con una participación de veintiún (21) personas, en un desayuno, una charla motivacional y un obsequio.
- Día de Amor y amistad, con una participación de ciento diez (110) personas.
- Fiesta de los niños, a la que asistieron al Parque Mundo Aventura sesenta y cinco (65) niños y veinticinco (25) adultos.
- Fiesta de fin de año con una asistencia de ciento veinte (120) personas para un show de tangos y show navideño.

8.4.5. Capacitación y desarrollo organizacional

Finalmente, dentro de las actividades para el Desarrollo Organizacional que brinda el CESA, se otorgaron ayudas económicas para apoyar el crecimiento profesional y personal de sus colaboradores, así: 4 auxilios para estudios en pregrado de Administración de Empresas, Contaduría, Ingeniería de Sistemas y Mercadeo; 2 auxilios en Especialización de Mercadeo Estratégico y Salud Ocupacional; 4 auxilios para cursos en doctorado, 2 auxilios para Maestría y 12 auxilios para diplomados, congresos y otros cursos de actualización.



Dentro de las actividades para el Desarrollo Organizacional que brinda el CESA, se otorgaron ayudas económicas para apoyar el crecimiento profesional y personal de sus colaboradores.

8.5. FINANCIERA

La Dirección Financiera, responsable directa de la administración de los recursos, orienta sus esfuerzos hacia el cumplimiento de las metas presupuestales planteadas para los años 2011, y ha logrado una eficiente asignación de los recursos para cumplir con nuestra misión.

En el mes de noviembre de 2011 se adquirió una nueva casa en el barrio La Merced para ampliar nuestra planta física y con ello cubrir la creciente demanda de salones que tenemos.

La adecuación de esta nueva sede se adelantó desde la fecha de adquisición hasta enero del 2012, por lo cual estará funcionando para el primer semestre del 2012.

Las inversiones en infraestructura y tecnología fueron una prioridad, pues es uno de los caminos que el CESA dimensiona para apoyar y darle un nuevo sentido a los procesos de aprendizaje.

Dentro de la asignación de recursos, el CESA destinó más de \$ 3.200 millones en:

- Adquisición de una nueva casa e iniciación de la remodelación y adecuación.
- Creación y adecuación del punto BVC ubicado en la Casa Rocha.
- Iniciación de remodelación y adecuación de la Casa Echavarría.
- Algunas remodelaciones y adecuaciones de oficinas en la Casa Fundadores.
- Plan de modernización en tecnología y automatización de salones.
- Inversión en muebles, equipos de salones y comunicación.

- Acreditación internacional: el inicio de la acreditación internacional ante EQUIS ha requerido de importantes inversiones en la preparación institucional.

- Creación del Centro de Liderazgo y Emprendimiento

Para la elaboración del presupuesto del 2012, se diseñaron los formatos, se realizaron reuniones individuales con cada director de área para sustentar el presupuesto cuenta partir de los lineamientos del plan estratégico.

8.5.1. Financiación a estudiantes

Con el fin de fortalecer las facilidades de pago a los estudiantes, a partir del segundo semestre de 2011 se firmó un convenio con el HELM BANK, cuyo propósito es financiar el pago de matrícula a los estudiantes interesados con una tasa de interés preferencial y a largo plazo.

Así mismo, los créditos directos otorgados por el CESA durante el año 2011 bajaron en el 1% con respecto al 2010; para el primer semestre del 2010, con 718 estudiantes, se otorgó créditos al 6%; en el segundo semestre de 2010, de los 734 estudiantes recibieron créditos el 8%; para el primer semestre de 2011, con 783 estudiantes, se le otorgó al 7%, y en el segundo semestre de 2011, con 872 estudiantes, solicitaron crédito el 7%.

Para optimizar el proceso de recaudo de los programas de formación ejecutiva, a mediados del mes de octubre de 2011 se implantó el sistema de pagos online, herramienta que permite a los participantes no desplazarse las entidades bancarias o al CESA.

Por otra parte, durante el primer semestre del 2011 se terminó de consolidar el levantamiento de procesos, unificación de políticas contables, manual de funciones y diseño de formatos.

8.5.2. Eficiencia en el manejo del presupuesto

Para el año 2011, los ingresos operacionales se incrementaron en un 56% con respecto a los ingresos obtenidos en el año anterior, esto como resultado de:

- A partir del año 2011, el CESA incluyó dentro del presupuesto los ingresos y gastos de Formación Ejecutiva que desarrollaba Incolda hasta el año 2010.
- Se dio inicio al Programa de Maestría en Finanzas.
- Aumento en el número de estudiantes.
- Nuevas fuentes de ingresos como resultado de nuestro Plan Estratégico.

Igualmente, se incluyeron en el presupuesto rubros adicionales de gastos para ser ejecutados dentro del año en concordancia al plan de acción planteado. Es así como los gastos totales aumentaron en un 43% con respecto a lo ejecutado en el año 2010.

En cuanto al remante operacional del 2011, éste se incrementó en un 67% con respecto al año anterior, con lo que pasó de un 12.8% a un 14.7% de rentabilidad.

Las inversiones en infraestructura y tecnología fueron una prioridad, pues es uno de los caminos que el CESA dimensiona para apoyar y darle un nuevo sentido a los procesos de aprendizaje.

8.6. CIFRAS

Área administrativa

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---------------|------|------|------|------|
| Directivos | 11 | 14 | 13 | 15 |
| Profesionales | 23 | 23 | 9 | 12 |
| Técnicos | 20 | 21 | 27 | 28 |
| Servicios | 14 | 15 | 17 | 18 |

9.

INVESTIGACIÓN Y
CONSULTORÍA



INVESTIGACIÓN Y CONSULTORÍA

9.1. INVESTIGACIÓN

El Grupo de Investigación en Innovación y Gestión Empresarial fue creado en julio de 2005 con el propósito de promover la conformación de una comunidad académica capaz de generar nuevo conocimiento, relevante y pertinente para la realidad empresarial del país, y que permita contribuir al objetivo misional del CESA de formar los mejores líderes empresariales.

Luego del proceso de reestructuración del Grupo de Investigación que se llevó a cabo a finales del 2009, el grupo ha podido consolidar 3 de sus líneas de investigación (Finanzas, Marketing y Economía Aplicada), y se encuentra en el proceso de fortalecer la línea de investigación en Globalización y Gestión, la cual fue creada a finales del 2010.

En la actualidad, las líneas son coordinadas por los siguientes profesores:

Finanzas

• **María Andrea Trujillo**

Marketing

• **Lina María Echeverri**

Economía Aplicada

• **Juan Santiago Correa**

Globalización y Gestión

• **Edgar Vieira**

Las líneas de investigación están definidas como el soporte fundamental de los currículos de pregrado y posgrado en el CESA; en este sentido, tienen un carácter transversal y complementario al estudio de la realidad empresarial colombiana.

Esto se explica en la medida en que a partir de las investigaciones realizadas en el CESA se está generando un conocimiento propio y original, con lo cual se generan procesos que le permiten a los estudiantes un desarrollo intelectual más amplio y pertinente de las temáticas abordadas. Su consolidación ha permitido que el Grupo sea un soporte fundamental en la presentación y aprobación de las Maestrías en Finanzas Corporativas y en Dirección de Marketing, así como en el proceso de acreditación del programa de pregrado.

Además, el grupo logró en la última medición de Colciencias alcanzar la categoría B, máxima a la que se podía aspirar dada la edad del grupo.

Actualmente, los énfasis de investigación de la línea de Finanzas son: finanzas corporativas, finanzas cuantitativas, finanzas internacionales y gestión y administración del riesgo. Los énfasis de la línea de Marketing son: dirección de marketing, innovación, y comportamiento del cliente y consumidor.

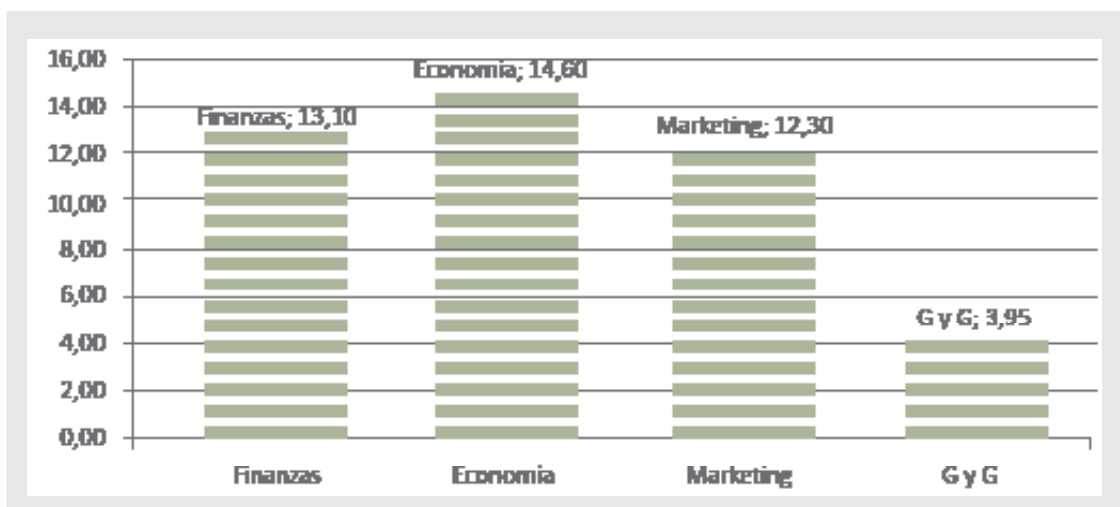
El grupo ha podido consolidar 3 de sus líneas de investigación (Finanzas, Marketing y Economía Aplicada).

En la línea de economía se tienen los énfasis en economía aplicada y en historia económica. Por último, la línea de Globalización y Gestión se construye alrededor de los procesos de gestión en un mundo global, y en la forma como los cambios del entorno afectan las decisiones de

los empresarios en un mundo cada vez más globalizado.

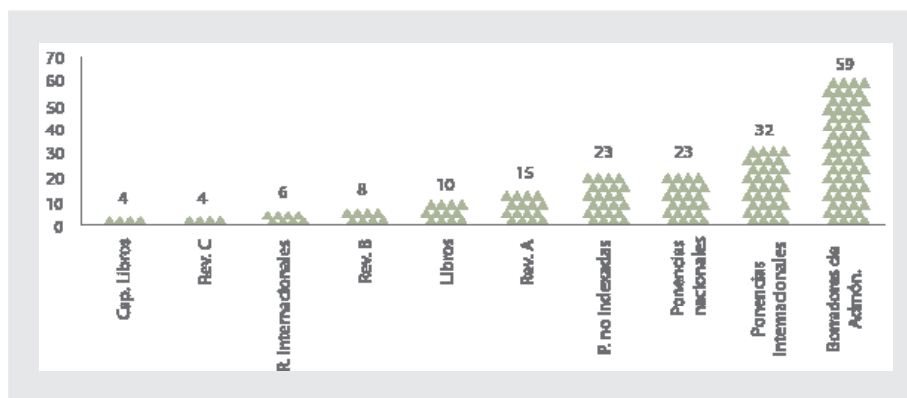
En la actualidad la composición de la producción del Grupo de Investigación se encuentra distribuida de la siguiente manera:

Producción Grupo de Investigación



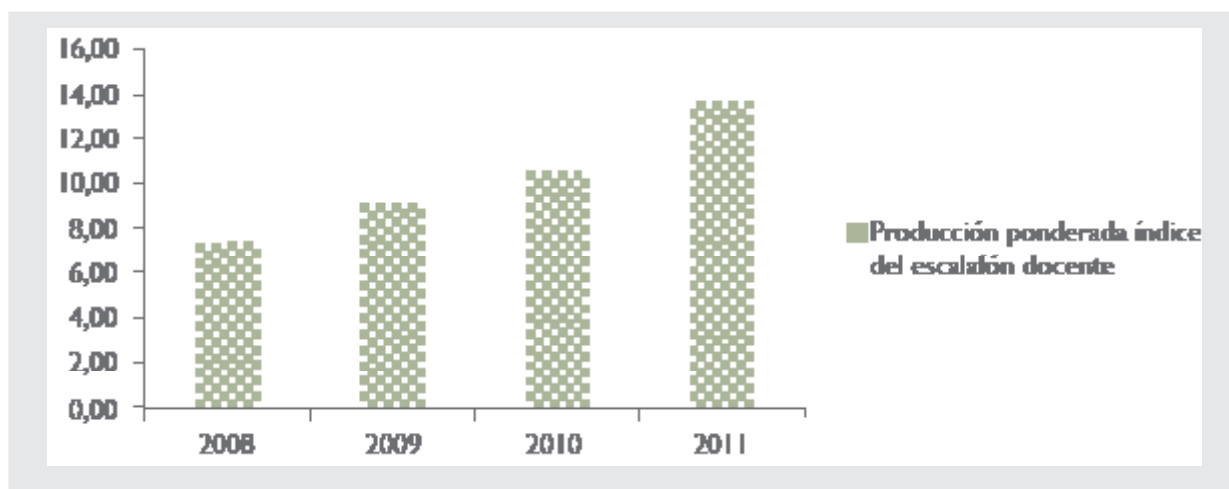
Esto está representado por los siguientes productos de investigación para el período 2008-2011:

Productos Grupo de Investigación

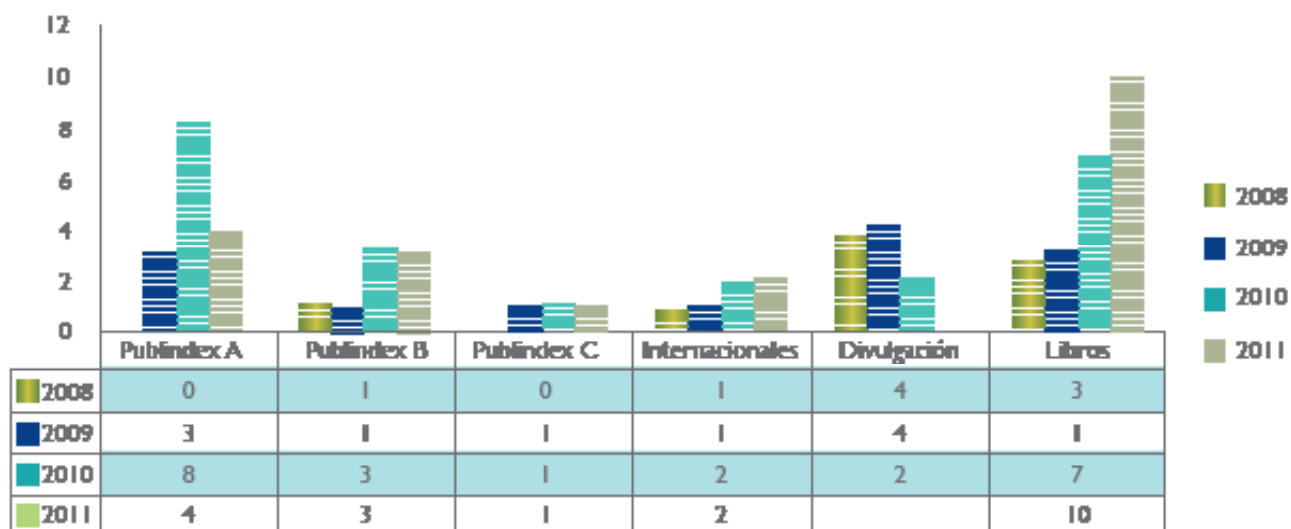


9.1.1. Cifras

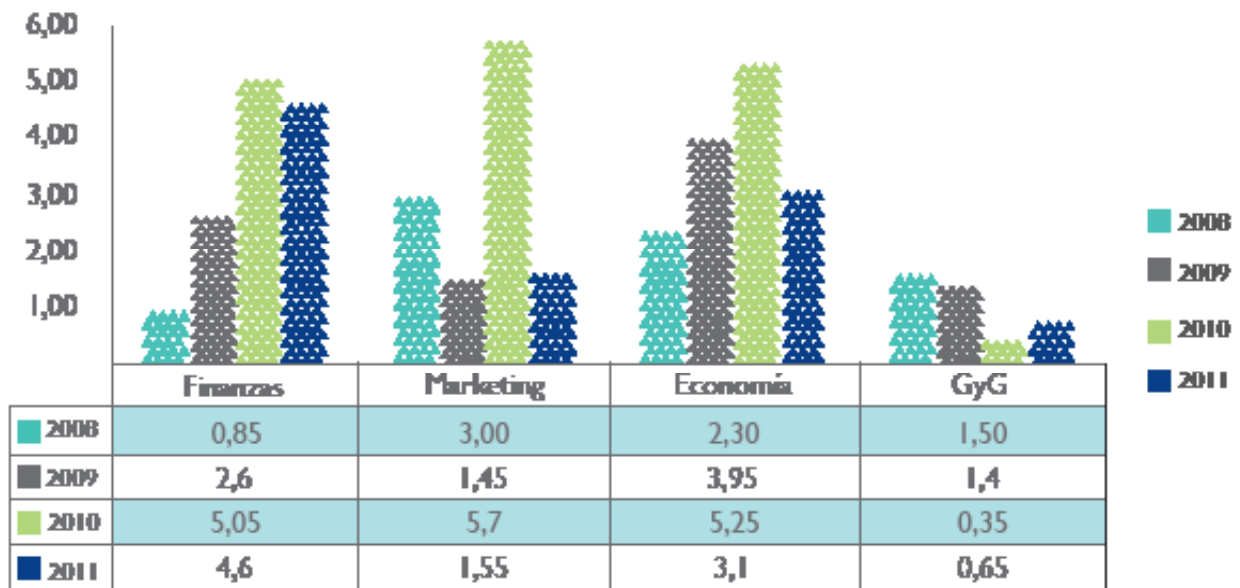
Producción ponderada índice del escalafón docente



Producción científica y de divulgación



Participación Líneas de Investigación



Peter Drucker insistía en que la única ventaja competitiva realmente sostenible para las organizaciones radicaba en su capacidad de aprender más rápido que los demás.

9.2. CONSULTORÍA

9.2.1. El Centro de Consultoría Empresarial del CESA centra su estrategia en un valor agregado sostenible para sus clientes

Durante el año 2011 se ha hecho evidente el claro papel que la Institución debe cumplir al procurar convertir en algo tangible tanto la investigación como la academia. Es en ese proceso de extensión en el que este tipo de consultoría realmente proporciona un valor agregado que, al desarrollarse a través de una adecuada transferencia, establece bases firmes para que la experiencia que se vive con el cliente sea trascendente y genere sostenibilidad en su organización.

Peter Drucker insistía en que la única ventaja competitiva realmente sostenible para las organizaciones radicaba en su capacidad de aprender más rápido que los demás.

Esa afirmación se convierte en una realidad en la medida en la que los procesos de aprendizaje organizacional son sólidos y se desarrollan de forma conjunta; es decir, aquel que transfiere y aquel que recibe.

Esa es precisamente la filosofía de base del Centro de Consultoría Empresarial del CESA: hacer procesos de transferencia tecnológica de tal manera que el cliente pueda apropiarse el conocimiento y convertirlo en un dinamizador del mejoramiento continuo de sus procesos.

La oferta de valor del CCE está orientada a:

- a) El mejoramiento de la productividad.
- b) El incremento en la competitividad en el mercado.
- c) Los procesos de innovación y sostenibilidad

A través de:

- 1) **Practicidad:** todo proceso de consultoría y asesoría debe poderse ejecutar de acuerdo con la necesidad y con los recursos con los que el cliente cuenta.
- 2) **Simplicidad:** no se proponen soluciones complicadas, se debe ser lo más simple posible.
- 3) **Realismo:** se privilegian las soluciones basadas en los hechos y datos y que se pueden ejecutar gracias a esos hechos y datos, no a supuestos inalcanzables.
- 4) **Fundamentación:** todo proceso de consultoría debe estar basado en un riguroso y metódico estudio de la teoría que soporta la solución ofrecida.

9.2.2. El año 2011, un año de muchos retos y de crecimiento

El año comenzó con una gran expectativa debido a los promisorios resultados del año anterior. Sin embargo, existía la consciencia de que el CESA enfrentaba un gran reto: un producto nuevo, con una marca nueva en el mercado. Era necesario comenzar a consolidar la marca y, como es lo natural, el producto respalda a la marca. Una vez finalizado el año es interesante resaltar que las propuestas presentadas se incrementaron en un 245% en valor. Así mismo, los contratos se incrementaron en un 205%.

9.2.3. La estrategia

Los servicios de consultoría permiten la interacción de la Institución con el entorno con el fin de aplicar, desarrollar y generar una transferencia de conocimiento que contribuya al desarrollo local y regional.

Estos servicios están orientados al análisis y solución de los problemas de carácter social, administrativo o técnico que demandan las empresas de los sectores público y privado, así como las organizaciones sociales.

El desarrollo de proyectos de consultoría permite que las empresas y organizaciones adopten herramientas gerenciales de última generación; que mejoren su productividad, tengan acceso a conocimiento de punta que agregue valor a sus actividades, y se asesoren con personal altamente calificado y especializado, para mejorar su gestión.

El propósito último del CCE es el proporcionar a los clientes soluciones auténticas y prácticas que la orienten en el mejoramiento de su desempeño, así como en la posibilidad de apropiar el conocimiento desplegado en el desarrollo del proceso de consultoría.

El gobierno nacional de Colombia, a través de la construcción de la estrategia que le permitirá a nuestro país convertirse en la tercera economía más competitiva de América Latina en el año 2032, definió un programa de transformación productiva que tiene contemplado, entre otros, el desarrollo de los llamados sectores de clase mundial.

Este pretende multiplicar por 10 el tamaño de esos sectores.

Durante el año 2011 buscó consolidar esta estrategia como la del CCE, de tal manera que estuviera alineada con la del gobierno. Se procuró fortalecerla a través de un estudio más

profundo del comportamiento de cada uno de esos sectores.

En la actualidad se tiene una base de datos bastante consolidada sobre las estrategias que se deben desarrollar en cada uno de los sectores y es hacia ellas que se está orientando la estrategia del CCE.

Sectores de clase mundial en tres categorías:

1) “Más y mejor de lo bueno”:

- Autopartes
- Industria gráfica
- Energía eléctrica, Bienes y servicios conexos
- Textiles, Confecciones, Diseño y moda

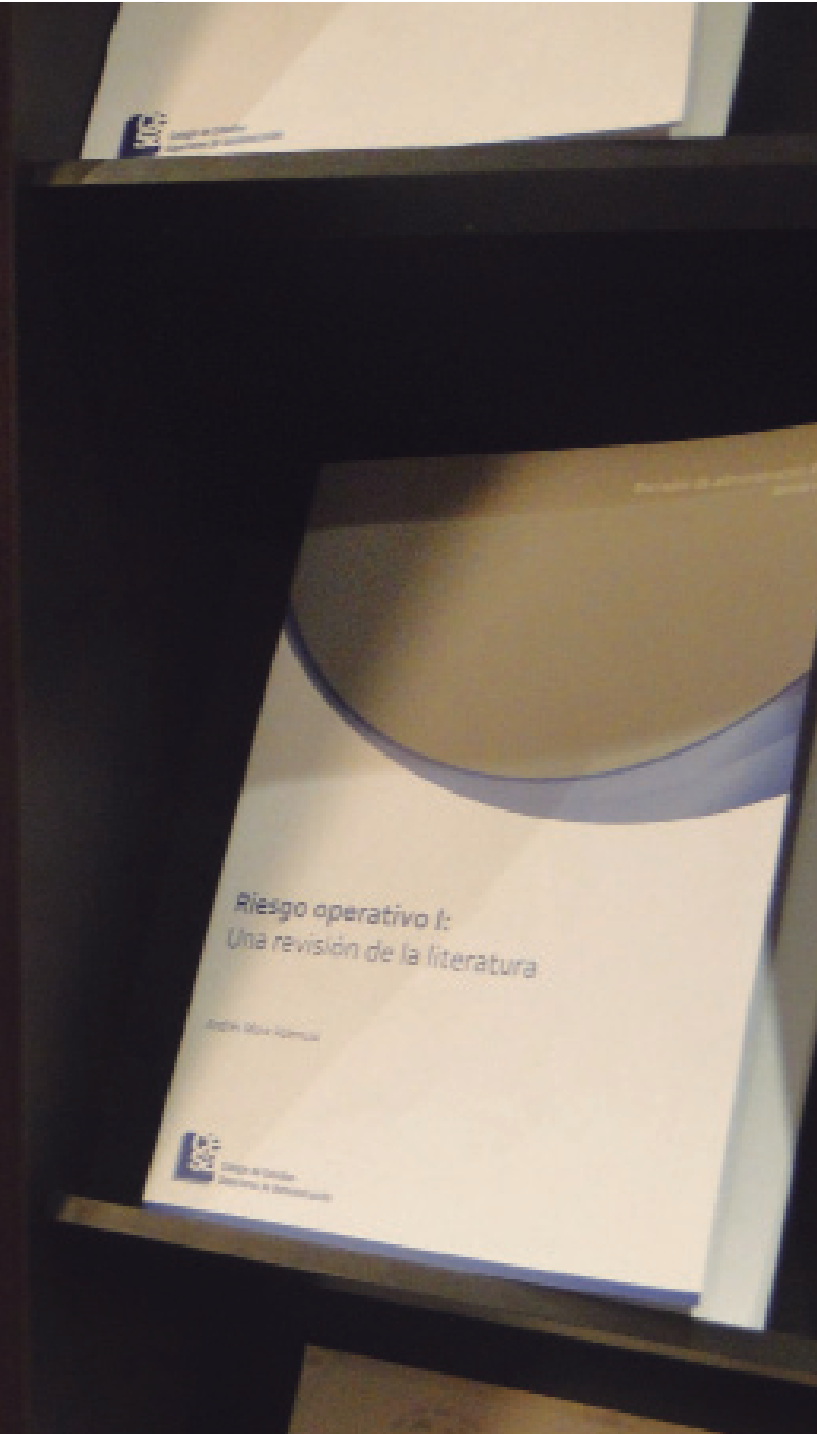
2) Nuevos y Emergentes:

- Servicios tercerizados a distancia (BPO&O)
- Software y Servicios de TI
- Cosméticos y Artículos de aseo
- Turismo de salud

3) “Sectores Agro”, conformado por:

- Chocolatería, confitería y sus materias primas
- Carne bovina
- Palma, aceites y grasas vegetales
- Camaronicultura

El CCE proporciona a sus clientes Soluciones auténticas y prácticas



El desarrollo de proyectos de consultoría permite que las empresas y organizaciones adopten herramientas gerenciales de última generación.

9.2.4. El marketing de la consultoría

A comienzos del año 2011 se elaboró el plegable de consultoría, considerando la estrategia diseñada y orientada a los sectores de clase mundial. Este medio se convirtió en una herramienta también virtual que ha sido utilizada en el proceso de mailing como se describe más adelante.

Así mismo, se participó en la Segunda Rueda de Negocios de la Alianza Universidad Empresa Estado, y se logró no solamente hacer visible la consultoría del CESA, sino también la oferta de Formación Ejecutiva.

Reza un viejo dicho que “anunciar es vender”. Y en este mundo tan competido como la consultoría ese dicho es más que relevante.

Por ello se diseñó una estrategia de marketing centrada en el contacto con los clientes a través del mail, con una comunicación personalizada en la que centramos nuestra oferta en su necesidad. En el último cuarto de año se realizó una campaña de mailing a más de 300 posibles clientes de los sectores de autopartes y de software y servicios de TI, con buenos resultados en términos de recibir contactos que se pueden materializar en proyectos reales.

9.2.5. La materialización de nuestra experiencia en consultoría

En este año 2011, se atendieron los siguientes clientes: AVIANCATACA, CET – COLSUBSIDIO, SOS AYUDA INTEGRAL, MONSANTO, CÁMARA COLOMBO CHINA DE INVERSIÓN Y COMERCIO, ANTEA GROUP GEOINGENIERÍA, COLPATRIA Y RODELAG (GRUPO RAYCO), en productos de mercadeo relacional, gestión organizacional, servicio al cliente, planeación estratégica, investigación de mercados y diseño de productos. Adicional a lo anterior, se debe resaltar un proyecto bastante especial que se realizó este año con una Fundación: La Soberana Orden de los Caballeros de Malta, que se ocupa de dar asistencia hospitalaria a los necesitados,. Dentro de los Caballeros se encuentran algunos de nuestros fundadores y otros destacados personajes de la vida nacional.

En este proyecto participaron el profesor Juan Pablo Pineda y los estudiantes Carolina Rodríguez Hoyos, Paulina López, Juan Sebastián Castañeda, Juan Antonio Jaramillo, Juan Miguel Gómez Nye, así como el actual director del CCE, Pedro Alejandro Aguilar S.

El resumen de los proyectos y sus objetivos se presenta en el siguiente cuadro:

| CLIENTE | PROYECTO | OBJETIVO GENERAL |
|--|---|--|
| Avianca TACA | Servicio al Cliente | Medición del servicio al cliente para Avianca TACA. |
| DET - CONSUMIDOR | <i>Acompañamiento en el Proceso de Gestión de Calidad</i> | <i>Acompañar a la Dirección del DET en la revisión de su proceso de gestión en el año 2011.</i> |
| SOS AYUDA INTEGRAL | Proyecto "Políticas, estrategia comercial y Plan de Mercadeo centrada en CRM" | Implementación de la gestión comercial que les permita desarrollar su negocio de administración del talento humano en misión y la consolidación de la prestación de servicios en procesos. |
| MONSANTO | Mercadeo relacional, Proximity: <i>Está cerca para llegar más lejos</i> " | Lograr la fidelización de sus mercados a través de la generación de soluciones personalizadas (venta consultiva) para cada uno de sus clientes, siendo el alcance de esta palabra "clientes" la conquista por: distribuidores, subdistribuidores, agricultores grandes y agricultores pequeños, con cobertura geográfica para Latinoamérica. |
| Cámara Colombo China de Inversión y Comercio | Taller "Hacia el direccionamiento estratégico" | Desarrollo de un taller de direccionamiento estratégico para la CCHIC |
| SOS AYUDA INTEGRAL | Definición del portafolio de productos. | Estructurar los productos existentes buscando modelar adecuadamente la oferta Comercial de SOS AYUDA. |
| ANTEA GROUP GEOINGENIERÍA | Market Survey - Water Sector Colombia. | Develop a market survey in the water sector in Colombia, together with Antea™ Group - Geolingeniería and comply with the terms of reference version 1.0 of October 18, 2011, drawn up by the Embassy of the Netherlands. |
| COLPASTRA | Estudio del mercado para "Control pérdidas empresarial" | Explorar y estimar el tamaño del mercado de un nuevo portafolio de productos (hasta 7, uno-1- por cada sector bajo estudio) que se diseñe para cada tipo de necesidad técnica diferente relacionado con beneficios para disminución de riesgo o control de pérdidas empresarial |
| RODELAG (GRUPO RAYCO) | Análisis y redireccionamiento estratégico. | Realizar un proceso de análisis y redireccionamiento estratégico de Almacenes RODELAG a través de discusiones con el grupo directivo y de revisión de la información pertinente, de manera que se puedan determinar los rumbos de acción de la organización para los próximos años |



10.

OTRAS CIFRAS
DE LA
UNIVERSIDAD



OTRAS CIFRAS DE LA UNIVERSIDAD

| | | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 | |
|---|---|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|----|
| Población estudiantil | Estudiantes Pregrado | 572 | 606 | 634 | 643 | 690 | 709 | 735 | 815 | |
| | Estudiantes Especialización | 302 | 303 | 302 | 314 | 297 | 279 | 278 | 284 | |
| | Estudiantes Maestría | | | | | | | | 35 | |
| Programas | Pregrado | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | Especialización | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| | Maestrías | | | | | | | | 1 | |
| Profesores Pregrado | Tiempo Completo | 12 | 11 | 14 | 15 | 12 | 18 | 19 | 20 | |
| | Medio Tiempo | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | Catedráticos | 82 | 85 | 89 | 104 | 138 | 145 | 146 | 162 | |
| | Administrativos Con Carga Docente | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 7 | 8 | |
| | Cátedra Por Honorarios | 10 | 16 | 2 | 17 | 12 | 12 | 8 | 31 | |
| Profesores Especialización | Tiempo Completo | 4 | 4 | 6 | 8 | 4 | 7 | 3 | 3 | |
| | Catedráticos | 14 | 19 | 17 | 15 | 20 | 18 | 21 | 21 | |
| | Administrativos Con Carga Docente | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | Cátedra Por Honorarios | 12 | 11 | 14 | 20 | 13 | 13 | 17 | 17 | |
| Investigación | Producción ponderada índice del Escalafón docente | | 7.45 | | 9.15 | | 10.85 | | 10.85 | |
| Recursos de Apoyo | E-books lectores electrónicos | | 0 | | 0 | | 250 | | 299 | |
| | Ebrary | | 23000 | | 27000 | | 30000 | | 32000 | |
| | Suscripción revistas | | 115 | | 120 | | 125 | | 128 | |
| | Bases de datos | | 14 | | 14 | | 18 | | 26 | |
| | Trabajos de grado (pregrado-posgrado) | | 1180 | | 1400 | | 1430 | | 1574 | |
| | Videos | | 672 | | 677 | | 802 | | 1026 | |
| | Córom-DVD | | 350 | | 565 | | 580 | | 614 | |
| | Audiocassettes | | 664 | | 664 | | 737 | | 737 | |
| | Documentos técnicos | | 940 | | 918 | | 918 | | 918 | |
| | Casos de estudio | | 286 | | 294 | | 320 | | 537 | |
| | Memoria institucional INCOLDA | | 1470 | | 1200 | | 1227 | | 1227 | |
| | Número de salas de computo (con un promedio de 25 maquinas por sala) | | | 6 | | 8 | | 8 | | 5 |
| | Número de salas de consulta | | | 6 | | 6 | | 12 | | 12 |
| | Número de estudiantes por equipo de computo | | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 |
| Número de estudiantes por equipo para presentaciones | | | 17 | | 18 | | 18 | | 15 | |

10.1. POBLACIÓN ESTUDIANTIL PARA TODOS LOS PROGRAMAS

El CESA cuenta con 1134 estudiantes para el II-2011 para todos sus programas.

Presentando un incremento del 15% en total de su población con respecto al mismo período del año inmediatamente anterior.

Población estudiantil

| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|--|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Pregrado | 572 | 606 | 634 | 643 | 690 | 709 | 735 | 815 |
| Especialización en Mercadeo Estratégico | 209 | 210 | 200 | 207 | 195 | 188 | 190 | 195 |
| Especialización en Finanzas Corporativas | 93 | 93 | 102 | 107 | 102 | 91 | 88 | 89 |
| Maestría en Finanzas Corporativas | | | | | | | | 35 |
| Total Población | 874 | 909 | 936 | 957 | 987 | 988 | 1013 | 1134 |

Porcentaje de la población de cada uno de los programas con respecto a la población total.

| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 |
|--|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Pregrado | 65% | 67% | 68% | 67% | 70% | 72% | 73% | 72% |
| Especialización en Mercadeo Estratégico | 24% | 23% | 21% | 22% | 20% | 19% | 19% | 17% |
| Especialización en Finanzas Corporativas | 11% | 10% | 11% | 11% | 10% | 9% | 9% | 8% |
| Maestría en Finanzas Corporativas | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 3% |

ANEXO PROFESORES DE PLANTA

Juan Santiago Correa R.

Director de Investigación
Candidato a Doctor en Sociología Jurídica e Instituciones Políticas, Universidad Externado de Colombia.
Maestría en Historia, Pontificia Universidad Javeriana, 2004.
Economista, Universidad Externado de Colombia, 1999.

Lina María Echeverri C.

Directora Posgrados en Mercadeo
Candidata a Doctora en Ingeniería de Proyectos, ULE-UTP.
Maestría en Administración, ITESM, 2003.
Economista Empresarial, Universidad Autónoma de Manizales, 1998.
Profesional en Desarrollo Familiar, Universidad de Caldas, 1996.

Werner Zitzman R.

Director Posgrados en Finanzas
Maestría en Docencia e Investigación Universitaria con énfasis en Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Sergio Arboleda, 2008.
Economista Industrial, Universidad de los Andes, 1968.

María Andrea Trujillo D.

Doctora en Administración, Universidad de los Andes, 2011.
Maestría en Administración con énfasis en finanzas, Universidad de los Andes, 2006.
Ingeniera Sanitaria, Universidad de Antioquia, 2001.

Álvaro Alexander Guzmán V.

Doctor en Administración, Universidad de los Andes, 2011.
Maestría en Administración con énfasis en finanzas, Universidad de los Andes, 2006.
Especialista en Gerencia de Mercadeo, Universidad del Rosario, 2003.
Especialista en Finanzas, Universidad Externado de Colombia, 2000.
Administrador de Empresas, Universidad Externado de Colombia, 1998.

Edgar Vieira P.

Doctor en Estudio de las Sociedades Latinoamericanas, Universidad de la Sorbona Nueva-París III, 2006.
Maestría en Relaciones Internacionales, Pontificia Universidad Javeriana, 2002.
Especialista en Estudios de Desarrollo, IRFED, París, 1967.
Economista Industrial, Universidad de Medellín, 1965.

Edgardo Cayón F.

Estudiante Ph. D. in Finance, University of Technology, Sydney.

Master in Business Administration, McGill University, 2001.

B.S. Management with majors in Finance and Economics, Syracuse University, 1995.

Javier Bernardo Cadena L.

Estudiante del Doctorado en Administración, San Pable Ceu.

Maestría en Teoría y Política Económica, Universidad Nacional, 2003.

Especialista en Finanzas Privadas, Universidad del Rosario, 1992.

Economista, Universidad del Rosario, 1990.

Óscar Bravo P.

Estudiante del Doctorado en Management, Swiss Management University.

Maestría en Gestión Internacional de la Empresa, EOI Escuela de Negocios, 2000.

Especialista en Mercadeo, Universidad de los Andes, 1978.

Administrador de Negocios, EAFIT, 1968.

José Luis Sandoval D.

Estudiante del Doctorado en Management, Swiss Management University.

Maestría en Administración, ITESM, 1994.

Especialista en Educación con Nuevas Tecnologías, UAB, 2010.

Especialista en Dirección de Empresas, UAB, 1991.

Administrador de Empresas, UAB, 1987.

Claudia Gómez R.

Magíster en Gestión de Organizaciones, Universidad EAN y Université du Quebec a Chicoutimi, 2007.

Especialista en Mercados, Universidad de Los Andes, 1987.

Ingeniera Industrial, Pontificia Universidad Javeriana, 1984.

Juan Felipe Parra.

Maestría en Economía, Universidad de los Andes, 2008.

Economista, Universidad del Valle, 2004.

Jorge Eduardo Mejía.

Maestría en Administración, ITESM, 2003.

Diseñador Industrial, Universidad Autónoma de Manizales, 1995.

ANEXO PROFESORES DE PLANTA

Javier Hernando Murillo O.

Maestría en Literatura, Pontificia Universidad Javeriana, 2000.
Especialista en Docencia Universitaria, Universidad El Bosque, 1999.
Profesional en Estudios Literarios, Pontificia Universidad Javeriana, 1992.

Marta Lucía Restrepo Torres

Magíster en Comunicación de la Universidad Javeriana, 2007.
Comunicadora Social y Periodista de la Universidad Javeriana, 1984.

Pedro Alejandro Aguilar S.

Maestría en Docencia e Investigación Universitaria, Universidad Sergio Arboleda.
Especialista en Evaluación y Desarrollo de Proyectos de Inversión, Universidad del Rosario, 1996.
Ingeniero Mecánico, Universidad Nacional de Colombia, 1993.

Eduardo Rosker

Profesional en Marketing de la Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales – Buenos Aires, Argentina.
WACRA - World Association for Case Method Research and Application Latin-American Director.

David van der Woude

Doble titulación en Negocios y Español, Calvin College, EE.UU.
Curso de Finanzas para no Financieros, Universidad de los Andes, Colombia.
Amplia experiencia en la banca.
Actualmente, Director del Centro de Idiomas del CESA.

Andrés Mora V.

Maestría en Ingeniería Industrial, Universidad de los Andes, 2000.
Ingeniero Industrial, Universidad del Valle, 1997.

Carlos Núñez

Administrador de Empresas, Escuela Colombiana de Ingeniería, 2009.



The background is a complex, abstract geometric pattern composed of various shades of blue and white. The shapes are irregular polygons and triangles, creating a faceted, crystalline appearance. A bright, circular glow, resembling a sun or a light source, is positioned in the upper-left quadrant, casting a soft, white light across the surrounding blue polygons. The overall effect is modern and dynamic.

Calle 35 No. 6-16 · PBX: 339 53 00
www.cesa.edu.co · Bogotá - Colombia