

# Informe de Gestión 2016



Colegio de Estudios  
Superiores de Administración

© 2017 CESA - Colegio de Estudios Superiores de Administración

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

Bogotá, D.C, julio de 2017

Coordinación Editorial: Editorial CESA  
Coordinación proyecto: Desarrollo Institucional CESA  
Corrección de estilo: Claudia Bayona  
Diseño y diagramación: Yimmy Alberto Ortiz Arias  
Conversión Uflip 2.0: Hipertexto

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

Impreso y hecho en Colombia  
Printed and made in Colombia

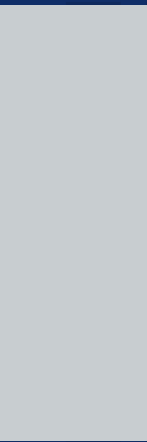


**Colegio de Estudios  
Superiores de Administración**



**Colegio de Estudios  
Superiores de Administración**

# **Informe de Gestión 2016**









# Henry Bradford Sicard

**RECTOR CESA**

El 2016 fue un año de retos y grandes logros a nivel institucional: se realizaron cambios importantes en nuestra infraestructura, se creó un nuevo MBA, trabajamos en equipo para redefinir la estrategia institucional, reafirmar nuestros valores y confirmar que vamos por buen camino en la meta de mantener la excelencia académica y administrativa que siempre ha caracterizado a nuestra institución.

A continuación, compartimos el resultado del trabajo colaborativo y comprometido de todos los que hacemos parte de la comunidad CESA, totalmente convencidos que seguiremos contando con personas y aliados estratégicos que nos permiten seguir alcanzando nuestras metas.





# Staff Directivo

## Dirección general

RECTOR Henry Joseph Bradford Sicard

VICERRECTOR ACADÉMICO Juan Carlos Aponte Romero

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO Xavier Daniel Malo Puig

SECRETARIO GENERAL Juan Santiago Correa Restrepo

GERENTE UNIDAD DE GESTIÓN EMPRESARIAL Ángela María Posse Velásquez

## Programas

DIRECTOR PREGRADO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Luisa Fernanda Villegas Araque

DIRECTOR POSGRADOS FINANZAS Werner Zitzman Rieder

DIRECTOR POSGRADOS MERCADEO Luis Alfonso Tejada Orozco

DIRECTOR MBA Edgardo Cayón Fallón

## Unidades de apoyo académico

DIRECTOR BIBLIOTECA **Celiar Quiroga Flor**

DIRECTOR BIENESTAR UNIVERSITARIO **María Teresa Sánchez Lleras**

DIRECTOR CENTRO DE LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO – CLE **Carolina Ávila Morales**

DIRECTOR ASOCIACIÓN EGRESADOS - AECESA **Marcela Moreno Pardo**

DIRECTOR FORMACIÓN EJECUTIVA **Claudia Borbón González**

DIRECTOR RELACIONES INTERNACIONALES **Edén Bolívar Crucillo**

DIRECTOR REGISTRO Y CONTROL **Tulia Ilse Agudelo López**

DIRECTOR VISITAS Y PRÁCTICAS **Humberto Coral Rodríguez**

COORDINADOR EDITORIAL CESA **Felipe Reyes Pérez**

## Dirección apoyo administrativo

DIRECTOR COMUNICACIONES Y MARKETING **Paula María Cañas Marín**

DIRECTOR CONTABLE Y FINANCIERO **Ana Iris Chávez Avendaño**

DIRECTOR DESARROLLO INSTITUCIONAL **Maira Patricia Gómez Pinilla**

DIRECTOR DE INFRAESTRUCTURA **Sandra Rocío Jiménez Guio**

DIRECTOR RECURSOS HUMANOS **Magda Astrid Jackson Rubiano**

DIRECTOR TECNOLOGÍA **Luz Elenny Scarpetta**

COORDINADOR DE LOGÍSTICA Y COMPRAS **Ligia Julieth Restrepo Bernal**

# Consejo Directivo

PRESIDENTE	Juan Francisco Mejía
MIEMBROS	Martha Sánchez Botero
	Santiago Perdomo Maldonado
	Marco Fidel Rocha
	Lyanna Latorre
	Juan Camilo Nariño
	José Roberto Acosta
	Pablo Solano Mesa
	Juan David Aristizábal

# Ejes Estratégicos CESA

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

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

Estos cinco ejes conforman la estrategia institucional y hacen parte integral del Plan Estratégico 2015-2020, y se desarrollan en nueve líneas estratégicas que permiten verificar y obtener la información necesaria para la toma de decisiones (Ver Gráfica 1).

GRÁFICA 1. Líneas estratégicas del CESA

- 1 Metodologías Innovadoras de Aprendizaje
- 2 Apoyo Contundente al Emprendimiento
- 3 Gestión Docente de Vanguardia
- 4 Maximización Impacto Social y Económico
- 5 Rediseño Modelo de Consultoría
- 6 Internacionalización
- 7 Crecimiento Inteligente del Posgrado
- 8 Número 1 en Medidas de Calidad
- 9 Fortalecimiento Infraestructura Física y Tecnológica

Estos cinco ejes resumen la visión del CESA y toman forma en el Plan Estratégico 2015 – 2020, en diez líneas de desarrollo que regulan las actividades diarias y señalan el norte para los ejercicios de toma de decisiones.

A continuación, presentamos el Informe de Gestión que describe los resultados y logros obtenidos por las distintas áreas y programas durante el año 2016, según los ejes estratégicos.

GRÁFICA 2. Ejes estratégicos del CESA





# Calidad Académica

<b>1.1. Pregrado Administración de Empresas</b>	<b>26</b>
1.1.1. Promoción y selección	26
1.1.2. Modificación Curricular en el Pregrado	28
1.1.3. Consejería Académica Pregrado	29
1.1.4. Competencias en Lengua Extranjera Pregrado	29
1.1.5. Plan de mejoramiento y seguimiento a la evaluación docentes Pregrado	30
1.1.6. Cultura de servicio	30
<b>1.2. Bienestar Universitario</b>	<b>31</b>
1.2.1. Extra créditos de Bienestar Estudiantil:	31
1.2.2. Actividades de Bienestar Estudiantil	32
1.2.2.1. Actividades deportivas	32
1.2.2.2. Torneos	34
1.2.2.3. Actividades culturales:	36
1.2.2.4. Actividades para estudiantes de posgrados:	39
1.2.2.5. Campañas y actividades:	39
1.2.3. Asesoría psicológica	42
1.2.4. Proyectos especiales	42
<b>1.3. Visitas &amp; Prácticas Empresariales</b>	<b>44</b>
1.3.1. Cátedra de Visitas Empresariales	45
1.3.2. Visitas internacionales & nacionales	47
1.3.3. Week Challenge Grupo Bolívar – CESA	48
1.3.4. Feria empresarial	52
1.3.5. Work café	52
1.3.6. Visitas de control y seguimiento	53
1.3.7. Desayuno con los jefes y empresas	53
1.3.8. Consecución de prácticas empresariales	54
<b>1.4. Centro de apoyo para la lectura, la oralidad y la escritura (DIGA)</b>	<b>56</b>
1.4.1. Principales actividades 2016	58
1.4.1.1. Examen de nivelación	58
1.4.2. Apoyo estudiantes, profesores y administrativos	58
1.4.2.1. Asesorías y tutorías a estudiantes: pregrado, posgrados, Eli+e	58
1.4.2.2. Asesorías y tutorías ofrecidas por los docentes del Centro DIGA	59
1.4.2.3. Asesorías a profesores y administrativos	60
1.4.3. Apoyo al proceso editorial	62
1.4.4. Español como segunda lengua	62
1.4.5. Proyectos especiales	62
1.4.5.1. Formación	62



1.4.5.2. Publicaciones	63
1.4.5.3. Concursos	63
1.4.6. Principales logros	63
1.4.7. Metas para el 2018	64
<b>1.5. Investigación</b>	<b>65</b>

## 2

# Mejor Talento

<b>2.1. Programa MBA</b>	<b>76</b>
<b>2.2. Posgrados en Finanzas</b>	<b>79</b>
2.2.1. Especialización en Finanzas Corporativas	79
2.2.1.1. Alumnos de la Especialización:	79
2.2.1.2. Currículo	84
2.2.1.3. Profesores internacionales	86
2.2.2. Maestría en Finanzas Corporativas	87
2.2.3. Otros temas a destacar	91
<b>2.3. Posgrados en Marketing</b>	<b>92</b>
2.3.1. Especialización en mercadeo estratégico	92
2.3.1.1. Profesores	94
2.3.1.2. Prueba de producto 2016 - Premio a la innovación de mercadeo 2016	95
2.3.1.3. Grados	95
2.3.2. Maestría en Dirección de Marketing	95
2.3.2.1. Profesores	97
2.3.2.2. Viaje a España	98
2.3.2.3. CESA Digital Day 2016	99
2.3.2.4. Grados	101

## 3

## Internacionalización

<b>3.1. Relaciones internacionales</b>	<b>104</b>
3.1.1. Estrategia de Internacionalización del CESA	104
3.1.2. Avances en el proceso de internacionalización	105

## 4

## Relacionamiento con el Sector Productivo

<b>4.1. Unidad de Gestión Empresarial</b>	<b>118</b>
4.1.1. Formación Ejecutiva	120
4.1.1.1. Racionalización de la planta docente:	121
4.1.1.2. Robustecimiento comercial:	123
4.1.1.3. Modelo pedagógico innovador	126
4.1.1.4. Crecimiento	126
4.1.1.5. Participación en Ranking América Economía	127
4.1.1.6. Formación Ejecutiva en cifras:	128
4.1.2. Centro de Liderazgo y Emprendimiento – CLE	129
4.1.2.1. Estructura	130
4.1.2.2. Apoyo a Pregrado	131
4.1.2.2.1. Espíritu Emprendedor:	131
4.1.2.2.2. Retos empresariales:	132
4.1.2.2.3. Cultura y estrategia de innovación:	132
4.1.2.2.4. Revisión Curricular (Pensum 2018)	133
4.1.2.3. Programa de acompañamiento a emprendedores	133
4.1.2.3.1. Programa de Acompañamiento a Emprendedores - PAE (Tradicionales)	133
4.1.2.3.2. Programa de Acompañamiento a Emprendedores Sociales – PAES	134
4.1.2.4. Programas especiales	136
4.1.2.4.1. Ashoka U – Changemaker Campus	136
4.1.3. CESA Consultores	137
4.1.3.1. Gobierno Corporativo	142
4.1.3.2. Kapital Cliente®	142
4.1.3.3. Direccionamiento estratégico	143
4.1.3.4. Finanzas	143

4.1.3.5. Innovación	144
4.1.3.6. Hospital San José	145
4.1.3.7. Materialización de nuestra experiencia en Consultoría	146
4.1.3.8. Alianzas estratégicas.	151
<b>4.2. AECESA</b>	<b>153</b>
4.2.1. Junta Directiva	153
4.2.2. Dirección y staff	153
4.2.3. Objeto social AECESA	153
4.2.4. Estructura organizacional	154
4.2.5. Propuesta de valor AECESA	155
4.2.6. Líneas estratégicas de AECESA	155
4.2.7. Gestión por comité	156
4.2.7.1. Comité de Comunidad & Comunicaciones	156
4.2.7.2. Comunicaciones	159
4.2.7.3. Comité de Emprendimiento:	159
4.2.7.4. Fondo CESA-AECESA	160
4.2.7.5. Comité de Ingresos y Finanzas:	161
4.2.8. Resumen de eventos realizados en 2016	162
4.2.9. Apoyo laboral	163
4.2.10. Otras actividades con la comunidad	164

# 5

## Modernización

<b>5.1. Dirección de Tecnología</b>	<b>168</b>
5.1.1. Sistemas de información y aplicaciones	168
5.1.1.1. Intranet Institucional	168
5.1.1.2. CESA+	170
• Reportes	170
• Seguimiento Programa PAIDE – Consejería Estudiantil	171
• Prácticas empresariales	171
• ALAS	172
5.1.2. Licenciamiento	172
5.1.3. Infraestructura física	172
5.1.3.1. Edificio Innovación	172
5.1.3.2. Outsourcing de Impresión	174
5.1.3.3. Renovación Tecnológica	175
5.1.4. Comunicaciones	176

<b>5.2. Infraestructura</b>	<b>177</b>
5.2.1. Obras ejecutadas en el 2016	178
5.2.2. Proyectos	188
5.2.3. Otros Proyectos en Curso	189
<b>5.3. Comunicaciones y Marketing</b>	<b>194</b>
5.3.1. Páginas web	195
5.3.1.1. Actualización del site gobierno corporativo	195
5.3.1.2. Implementación site concurso de ensayo	196
5.3.1.3. Implementación del nuevo site MBA sin doble titulación	196
5.3.1.4. Implementación del nuevo site de maestría en Finanzas Corporativas	197
5.3.1.5. CEO opportunity	197
5.3.2. Campañas de comunicación interna y externa	198
5.3.2.1. Blackboard	198
5.3.2.2. Campaña good carro compartido	199
5.3.2.3. Campaña good reciclaje	200
5.3.2.4. Campaña respeto	200
5.3.2.5. Campaña GOOD movilidad en bici	202
5.3.2.6. Formación Ejecutiva	203
5.3.2.7. Pregrado	206
5.3.2.8. Posgrados	206
5.3.2.9. Brochures y plegables	207
5.3.2.10. Posgrados campañas online	209
5.3.3. Marca CESA - ropa	211
5.3.4. Eventos y ferias	213
5.3.4.1. Gobierno corporativo en la empresa familiar	213
5.3.4.2. Ciudad laboratorio	213
5.3.4.3. Lanzamiento etapa de aceleración de emprendimientos CESA	214
5.3.4.4. Feria del espíritu emprendedor CESA 2016 I y II	215
5.3.4.5. Programa internacional, ejerciendo un liderazgo efectivo como director	216
5.3.4.6. Foro de presidentes	217
5.3.4.7. Foro de Angus Deaton	217
5.3.4.8. Evento workshop internacional	219
5.3.4.9. Evento Digital Day	220
5.3.4.10. Evento inauguración Centro de Innovación Pedro Vargas Gallo	221
5.3.4.11. Entrevistas a grandes líderes	221
5.3.5. Página WEB	223
5.3.5.1. Animaciones página web	224
<b>5.4. Dirección Financiera</b>	<b>226</b>
5.4.1. Becas, auxilios y financiación a estudiantes	228
5.4.2. Resultados Financieros.	230
5.4.2.1. Ingresos:	231
5.4.2.2. Costos y Gastos:	231

<b>5.5. Gestión Humana</b>	<b>234</b>
5.5.1. Selección y contratación:	234
5.5.2. Salud Ocupacional y actividades para el personal	235
5.5.3. Capacitación y Desarrollo:	236
5.5.4. Bienestar:	237
<b>5.6. Editorial CESA</b>	<b>239</b>
5.6.1. Líneas estratégicas proceso editorial	240
5.6.1.1. Gestión y calidad del proceso editorial.	240
5.6.1.2. Gestión de proyectos editoriales.	240
5.6.1.3. Gestión comercial y posicionamiento	244
<b>5.7. Coordinación Logística y Compras</b>	<b>253</b>
5.7.1. Compras	254
5.7.1.1. Política de compras	254
5.7.1.2. Desempeño de proveedores	254
5.7.1.3. Despensa de la confianza:	255
5.7.1.4. Ejecución de compras:	256
5.7.2. Espacios físicos y logística de eventos	257
5.7.2.1. Correspondencia	258
5.7.3. Activos fijos	259
<b>5.8. Biblioteca CRAII al servicio de la comunidad CESA</b>	<b>260</b>
5.8.1. Sistema de Gestión de Calidad Biblioteca	261
5.8.2. Infraestructura física y tecnológica	262
5.8.3. Política desarrollo de colecciones	263
5.8.4. Nuevos recursos y servicios	264
5.8.4.1. Consolidación servicio DISCOVERY CESA	264
5.8.4.2. Renovación de los siguientes recursos electrónicos	265
5.8.4.3. Servicios	266
5.8.5. Divulgación y comunicación Biblioteca:	268
5.8.6. Alfabetización informacional – formación de usuarios	269
5.8.7. Biblioteca como centro de cultura:	270
5.8.8. Proyección social biblioteca	270
<b>5.9. Dirección de Desarrollo Institucional</b>	<b>271</b>
5.9.1. Optimización y mejoramiento	271
5.9.2. Certificación ISO	272
5.9.3. Sistema de administración de riesgos	273
5.9.4. Evaluación docente	274
5.9.5. Planeación estratégica	275

## Índice de gráficas y tablas

Gráfica 1.	Líneas estratégicas del CESA	13
Gráfica 2.	Ejes estratégicos del CESA	14
Gráfica 3.	Estudiantes en visitas internacionales	47
Gráfica 4.	Plan de carrera	55
Gráfica 5.	Estudiantes MBA III Cohorte – Distribución por género	77
Gráfica 6.	Estudiantes MBA III Cohorte – Distribución rangos de edad	77
Gráfica 7.	Estudiantes MBA III Cohorte – Universidad de procedencia	78
Gráfica 8.	Origen por universidades alumnos de todas las promociones de maestría en Finanzas corporativas	89
Gráfica 9.	Origen por profesión alumnos de todas las promociones de maestría en Finanzas corporativas	89
Gráfica 10.	Estructura organizacional Centro de Innovación y Emprendimiento -CLE	130
Gráfica 11.	Pilares estratégicos CESA Consultores	138
Gráfica 12.	Principios CESA Consultores	139
Gráfica 13.	Proceso para intervención	140
Gráfica 14.	Proyectos adjudicados 2016	146
Gráfica 15.	Becas y auxilios educativos 2016 frente a 2015	229
Gráfica 16.	Porcentaje de alumnos que solicitan crédito	230
Gráfica 17.	Composición nómina	235
Gráfica 18.	Número de publicaciones Editorial CESA	241
Gráfica 19.	Distribución relativa de libros publicados por la Editorial CESA por área de conocimiento, 2016.	242
Gráfica 20.	Libros Editorial CESA publicados por categoría	243
Gráfica 21.	Participación relativa de categorías de libros en el fondo editorial	244
Gráfica 22.	Ventas publicaciones CESA 2016 vs meta de ventas año 2016	245
Gráfica 23.	Participación de la editorial en diferentes escenarios académicos y culturales	248
Gráfica 24.	Visitas página editorial – <a href="http://www.editorialCESA.com">www.editorialCESA.com</a>	252
Gráfica 25.	Transacciones realizadas en la página web editorial por producto	253
Gráfica 26.	Evaluación proveedores 2016	255
Gráfica 27.	Compras ejecutadas 2016	257
Gráfica 28.	Total docentes evaluados 2016-2	274

Tabla 1. Estudiantes por materia	44
Tabla 2. Estudiantes en visitas internacionales	48
Tabla 3. Composición por universidad de procedencia y profesión, promoción 40 Especialización en Finanzas Corporativas	82
Tabla 4. Composición por universidad de procedencia y profesión, promoción 41 de especialización en Finanzas Corporativas	83
Tabla 5. Profesores especialización y maestría en finanzas corporativas	84
Tabla 6. Profesores internacionales	86
Tabla 7. Composición por universidad de procedencia y profesión, cohorte 10. Maestría en Finanzas Corporativas	87
Tabla 8. Composición por universidad de procedencia y profesión, cohorte 11 Maestría en Finanzas Corporativas	88
Tabla 9. Profesores programa de maestría en Finanzas Corporativas año 2016	90
Tabla 10. Profesores programados en el año 2017 para el programa de maestría en Finanzas Corporativas	90
Tabla 11. Estudiantes por profesión, aceptados en la Especialización en Mercadeo Estratégico	93
Tabla 12. Estudiantes por universidad origen, aceptados en la Especialización en Mercadeo Estratégico	93
Tabla 13. Profesores del programa de especialización en Mercadeo Estratégico	94
Tabla 14. Graduandos de la especialización en Mercadeo Estratégico	95
Tabla 15. Datos del proceso de admisión de la maestría Dirección de Marketing	96
Tabla 16. Origen de los aceptados por universidad de procedencia	96
Tabla 17. Origen de los aceptados por profesión de procedencia	97
Tabla 18. Profesores de la maestría Dirección de Marketing	97
Tabla 19. Graduandos de la maestría en Dirección de Marketing	101
Tabla 20. Principales proyectos y los sectores en los que fueron implementados	147
Tabla 21. Proyectos ejecutados en 2016 de propuestas presentadas en el 2015	150
Tabla 22. Alianzas estratégicas	152
Tabla 23. Eventos AECESA	162
Tabla 24. Estado de resultados integral	232
Tabla 25. Índices de rentabilidad	233
Tabla 26. Presupuesto vs. Ejecución presupuestal	233
Tabla 27. Clasificación publicaciones Editorial CESA 2016	242
Tabla 28. Política desarrollo de colecciones	266
Tabla 29. Estadísticas de formación de usuarios	269

1

# Calidad Académica





1.1. Pregrado Administración de Empresas .....	19
1.1.1. Promoción y selección .....	19
1.1.2. Modificación Curricular en el Pregrado .....	20
1.1.3. Consejería Académica Pregrado .....	21
1.1.4. Competencias en Lengua Extranjera Pregrado.....	21
1.1.5. Plan de mejoramiento y seguimiento a la evaluación docentes Pregrado.....	22
1.1.6. Cultura de servicio .....	22
1.2. Bienestar Universitario .....	22
1.2.1. Extra créditos de Bienestar Estudiantil: .....	22
1.2.2. Actividades de Bienestar Estudiantil.....	23
1.2.2.1. Actividades deportivas .....	23
1.2.2.2. Torneos .....	25
1.2.2.3. Actividades culturales: .....	26
1.2.2.4. Actividades para estudiantes de posgrados: .....	28
1.2.2.5. Campañas y actividades:.....	28
1.2.3. Asesoría psicológica .....	30
1.2.4. Proyectos especiales .....	30
1.3. Visitas & Prácticas Empresariales .....	31
1.3.1. Cátedra de Visitas Empresariales.....	32
1.3.2. Visitas internacionales & nacionales .....	33
1.3.3. Week Challenge Grupo Bolívar – CESA .....	35
1.3.4. CEOPPORTUNITY .....	36
1.3.5. Feria empresarial.....	37
1.3.6. Work Café .....	37
1.3.7. Visitas de control y seguimiento.....	38
1.3.8. Desayuno con los jefes y empresas .....	38
1.3.9. Consecución de prácticas empresariales .....	39
1.4. Centro de apoyo para la lectura, la oralidad y la escritura (DIGA).....	40
1.4.1. Principales actividades 2016 .....	41
1.4.1.1. Examen de nivelación.....	41
1.4.2. Apoyo estudiantes, profesores y administrativos.....	41
1.4.2.1. Asesorías y tutorías a estudiantes: Pregrado, posgrados, Eli+e .....	41
1.4.2.2. Asesorías y tutorías ofrecidas por los docentes del Centro DIGA.....	42
1.4.2.3. Asesorías a profesores y administrativos.....	42
1.4.3. Apoyo al proceso editorial.....	43
1.4.4. Español como segunda lengua.....	44
1.4.5. Proyectos especiales .....	44
1.4.5.1. Formación .....	44
1.4.5.2. Publicaciones.....	44
1.4.5.3. Concursos .....	44
1.4.6. Principales logros.....	45
1.4.7. Metas para el 2018 .....	45
1.5. Investigación .....	46



# 1.1. Pregrado Administración de Empresas

## 1.1.1. Promoción y selección

A través de los años el CESA ha mantenido y fomentado el vínculo cercano con los mejores colegios del país. Se conserva esta iniciativa, a través de la participación en ferias estudiantiles, el acompañamiento a las visitas y recorridos por la Institución y la generación de experiencias académicas con los estudiantes de bachillerato que muestren inclinación hacia el programa de Administración de Empresas y al CESA, así como programas de inmersión y participación en cursos abiertos.

Durante el año 2016 el área de Bienestar Estudiantil y la Dirección del Pregrado realizaron diferentes actividades de promoción del programa de pregrado y del diplomado Eli+e, con las cuales se atendieron aproximadamente 76 colegios y cerca de 1.100 estudiantes de diferentes regiones de Colombia. Las actividades comprendieron visitas a colegios, con el propósito de lograr un acercamiento a los estudiantes mediante conferencias y charlas informativas sobre el CESA. Adicionalmente, se participó en foros y conversatorios sobre administración de empresas, así como en ferias estudiantiles a nivel de Bogotá, donde se realizaron conferencias sobre temas como Normas APA y plagio con la colaboración del centro de apoyo DIGA.

Las actividades de promoción estuvieron acompañadas por egresados y algunos estudiantes de pregrado bajo el programa Embajadores del CESA, quienes expusieron sus casos de emprendimiento y contaron sus experiencias en la creación de empresas y el papel de la institución en el logro de sus objetivos.

En las actividades de promoción se hizo énfasis en la exigencia académica, el pensum del programa, la internacionalización y los cambios al proceso de admisiones.

Estas actividades se extendieron a nivel nacional en el año 2016, dando la posibilidad de incluir nuevos colegios y aumentar la atención a estudiantes. Es digno de destacar el interés y la participación de estudiantes de Bucaramanga y Villavicencio y, a nivel internacional, Costa Rica, Panamá, Brasil e Italia.

Durante el año se realizaron modificaciones al proceso de selección de aspirantes al programa de pregrado, tales como: la estructuración de un nuevo formato de evaluación al entrevistado, en el que se definieron nuevos factores a evaluar en este proceso. Estas características, junto con lo relativo a hacer parte de la comunidad CESA, responden a los elementos básicos que orientan los procesos formativos de la institución, los cuales expresan el compromiso misional de formar los mejores líderes empresariales y se convierten en la base de los procesos de admisión.

Adicionalmente, se invitó a miembros de los diferentes sectores de la comunidad a participar como evaluadores de las entrevistas, en la que se establecieron grupos de tres entrevistadores y tres aspirantes. Los resultados de este proceso fueron positivos. Este año se realizaron alrededor de 900 entrevistas de admisión a nivel nacional, incluyendo las ciudades de Cartagena, Barranquilla, Cali y Pereira.

Dentro del proceso de admisiones se incluyeron aspirantes del programa “Ser Pilo Paga”, liderado por el Ministerio de Educación Nacional, con la participación de seis estudiantes, de los cuales fueron seleccionados cuatro y admitidos dos de ellos.

## 1.1.2. Modificación Curricular en el Pregrado

En el CESA la gestión del currículo es un proceso continuo, desarrollado a través de la incorporación de los principales conceptos y tendencias pedagógicas internacionales en el área de conocimiento de la Administración, que se estructura por competencias y centra las estrategias formativas en el aprendizaje y en los estudiantes, teniendo en cuenta la pertinencia del currículo frente a las necesidades del sector empresarial, los desarrollos tecnológicos y comunicativos de la disciplina, así como, los perfiles profesoriales necesarios para el aseguramiento de las competencias en los futuros profesionales.

El currículo se encuentra en permanente construcción. Desde el año 2010 se ha realizado un proceso de unificación de *syllabus* y actualización curricular por áreas de conocimiento, lo cual se desarrolla al interior del Comité Curricular ampliado. Los resultados obtenidos de la actualización curricular han sido socializados con altos directivos del sector externo, para conocer su visión frente a la formación de los futuros empresarios del país. En el 2016 este ejercicio se trasladó al plan de estudios, donde se han incluido los ajustes necesarios para lograr un currículo especializado, diferenciador y con trascendencia internacional, que responda a las dinámicas del sector empresarial en Colombia y el mundo.

Paralelamente a esto, el programa se encuentra trabajando en la actualización del proyecto educativo del programa -PEP, basado en los propósitos de formación, los objetivos académicos, los resultados de aprendizaje ILO's esperados, así como el perfil de egreso de nuestros estudiantes.

### 1.1.3. Consejería Académica Pregrado

A partir del segundo semestre de 2016 se configura un apoyo de consejería académica encabezada por Laura Bermúdez, quien se encarga de brindar orientación, acompañamiento y seguimiento a las necesidades académicas, personales y profesionales de los estudiantes de pregrado, cuenta partir de la visión integral del estudiante del CESA, el respeto y la comprensión de las dificultades que el estudiante pueda presentar durante su proceso de formación. A través de asesorías personalizadas e intervenciones de grupo, se busca promover la permanencia, proyecto de vida y graduación de los estudiantes.

### 1.1.4. Competencias en Lengua Extranjera Pregrado

Para las asignaturas en inglés se ha implementado un plan de seguimiento al proceso de enseñanza – aprendizaje de las temáticas desarrolladas, que permita a los estudiantes apropiarse de las competencias y conocimientos que adquieren en lengua extranjera y utilizarlos efectivamente en situaciones reales de comunicación y negociación intercultural.

De esta manera el CESA está formando profesionales integrales, con altos estándares internacionales y las competencias requeridas para afrontar las exigencias del mundo globalizado.

### 1.1.5. Plan de mejoramiento y seguimiento a la evaluación docentes Pregrado

Dados los resultados obtenidos en la evaluación de desempeño docente, aplicada a los estudiantes de pregrado durante el semestre inmediatamente anterior, se ha establecido un modelo de seguimiento y mejoramiento al desempeño docente, que incluye la programación de reuniones con los profesores que presentaron calificaciones por debajo del mínimo esperado. Esto se hace , con el propósito de hacer un proceso de reflexión y retroalimentación que nos permita identificar las condiciones y necesidades de formación docente, en aspectos relacionados con los saberes y métodos en pedagogía y didáctica que favorezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje en el CESA.

### 1.1.6. Cultura de servicio

La Dirección de Pregrado ha establecido la cultura de servicio como uno de los retos del área. Se inició con la reestructuración de las funciones del equipo de trabajo y la promoción de las conductas apropiadas para responder a las expectativas de los estudiantes, profesores, proveedores y demás miembros de la comunidad CESA, con los cuales se relaciona la Dirección.

## 1.2. Bienestar Universitario

### 1.2.1. Extra créditos de Bienestar Estudiantil:

El área de Bienestar del CESA, dentro del marco de la formación integral de sus estudiantes, ofreció a la comunidad educativa un espacio para la realización de actividades deportivas y culturales, con los propósitos de complementar su formación académica, enriquecer sus conocimientos en cultura general, así como desarrollar habilidades sociales y de liderazgo, y crecimiento personal.



Durante este año, el área de Bienestar amplió la oferta de extra créditos a 25, con nuevas propuestas como danza árabe y hiit. Adicionalmente, buscó impulsar y fortalecer el aspecto cultural con la inclusión de un coro y artes plásticas. Igualmente, apoyó e impulsó el desarrollo de una sesión de clausura en varias clases, con el objetivo de mostrar a la comunidad el trabajo desarrollado a lo largo del curso.

## 1.2.2. Actividades de Bienestar Estudiantil

### 1.2.2.1. *Actividades deportivas*

Con la apertura del centro de acondicionamiento y salud “MUEVE” en el mes de marzo se cuadruplicó la asistencia de usuarios y se cubrió la necesidad de la comunidad de tener un espacio adecuado para el desarrollo de actividad física en diferentes niveles. El centro cuenta con una sala de clases grupales muy agradable, versátil y de fácil adaptación, dotada con las máquinas y accesorios necesarios para el desarrollo de los extracréditos. Adicionalmente, los estudiantes tienen a su disposición una sala de cardio y fuerza que cuenta con la supervisión de un instructor y un ayudante.

Con el apoyo del área de tecnología se adquirió una herramienta digital llamada Hércules, a través de la cual se desarrolla el proceso de inscripción al centro MUEVE, que incluye el agendamiento y desarrollo de cita de valoración con el deportólogo, y además provee una completa estadística de asistencia de usuarios.



De la mano del centro “MUEVE” y con el proyecto de práctica libre y clases grupales en marcha, se firmó un convenio en el área de medicina del deporte con la Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud - FUCS, que soporta científicamente el desarrollo de nuestros programas. Con un esquema rotativo, los doctores valoran estudiantes, acompañan deportistas en competencia y atienden consulta de la especialidad tres días a la semana.

El área de Bienestar, en concurso con el área de pregrado y con el objetivo de apoyar a los estudiantes del CESA considerados deportistas de alto rendimiento, oficializó los lineamientos para el manejo de excusas y permisos, la cual busca combinar de forma óptima la carga académica con el desarrollo deportivo.

Para el desarrollo de las actividades del centro “MUEVE”, de los extra créditos deportivos y de los entrenamientos de selecciones, se definió que el perfil debe contemplar estudios profesionales, que garanticen la capacidad de guiar procesos formativos integrales y desarrollar entrenamiento de rendimiento. Igualmente, y siguiendo la línea institucional del CESA de apoyo a programas de gobierno, contamos con el soporte de dos estudiantes de tecnología en entrenamiento deportivo del SENA, en contrato de aprendizaje.

El área de Bienestar organizó dos salidas de campo en el año 2016, con el objetivo de brindar un escenario ideal para el desarrollo de habilidades de liderazgo y trabajo en equipo, en el cual se genera conciencia ambiental y ecológica, al mismo tiempo que se integra a la comunidad en una actividad de recreación y aventura al aire libre.

En el mes de marzo, se visitó el embalse de Tominé, donde los estudiantes disfrutaron de actividades acuáticas como navegación en veleros y kayak. También recorrieron veredas cercanas, lo que les permitió disfrutar del paisaje y desarrollar agradables retos grupales, actividades que fortalecen la confianza en sí mismos y el trabajo en equipo.

En septiembre se visitaron las poblaciones de Nimaima y Tobia, donde los estudiantes experimentaron situaciones como: exigencia física, trabajo en equipo, respeto por el medioambiente, interacción con la comunidad a través de la visita a un trapiche local, orientación, cartografía, y la actividad acuática central de rafting.

Con el objetivo principal de ofrecer actividades que motiven la práctica deportiva y el mejoramiento de la salud, el área de bienestar patrocinó a estudiantes de pre y posgrado las carreras de “Avianca”, “Allianz”, “Presta tu pierna”, “Héroes”, “Unicef”, “Media Maratón de Bogotá” y “Media Maratón de la Mujer”. También participamos por primera vez participamos en una carrera de carácter interuniversitaria con la Universidad del Rosario.

### 1.2.2.2. Torneos

El objetivo de los torneos es la integración de la comunidad mediante la participación en este tipo de eventos, y de esta manera buscar una mejor utilización del tiempo libre y el desarrollo de actividades saludables

**Torneo Cerros:** Cerros es una organización que agrupa más de 40 universidades de Bogotá, y uno de sus objetivos es el desarrollo de torneos deportivos. En el año 2016 se mantuvo

la participación en deportes de conjunto como fútbol y voleibol masculino, e individuales, como squash masculino, natación y tenis de campo. Por primera vez se participó en tenis de mesa masculino y se dieron los primeros pasos para la formación de la selección femenina de voleibol, cuyo debut oficial está planeado para el 2017.

En el segundo semestre de 2016, el área de Bienestar distinguió a los deportistas que representan al CESA en estas competencias, entregándoles un saco de presentación que realza la imagen de la institución e identifica a nuestros deportistas en cualquier escenario.

**Torneo interno de fútbol:** se desarrollaron dos torneos semestrales con la participación de 12 equipos en el primero y 10 equipos en el segundo.

**Torneo de golf:** con el objetivo de brindar un espacio de esparcimiento y recreación para los estudiantes y la comunidad, el área de Bienestar organizó dos torneos de golf durante el año. En el primer semestre de 2016 visitamos el club el Rincón de Cajicá y en el segundo el San Andrés Golf Club, ubicado en la población de Funza, con la participación de un grupo de egresados.

**Torneo de tenis de mesa:** en el primer semestre se llevó a cabo el torneo de tenis de mesa en la modalidad de sencillos, con la participación de 18 miembros de la comunidad, y en el segundo semestre se desarrolló en la modalidad de dobles, con la participación de 24 estudiantes.

**Tenis de Campo:** el tenis de campo es uno de los deportes con mayor crecimiento en la participación, y el torneo interno

ha sido uno de los factores principales de motivación. Para aprovechar nuestro convenio con la liga de tenis de campo Bogotá y la cercanía a las canchas del Parque Nacional, realizamos dos torneos en el año, en los que participaron 31 tenistas en el primer semestre y 26 en el segundo.

**Torneo de FIFA:** la Casa Bienestar se ha caracterizado por ofrecer diferentes actividades de esparcimiento y recreación, y las consolas electrónicas son las de mayor utilización por parte de los estudiantes. Para responder a esta inquietud, se organizó un torneo semestral de FIFA en Play Station, que contó con la participación de 32 estudiantes en cada una de las ediciones.

**Torneo de Potencia:** la iniciación de una actividad formal en el centro “MUEVE”, nos ha brindado la posibilidad de ampliar la cobertura de servicio del área de Bienestar. Con el objetivo de premiar la disciplina y constancia de los usuarios se llevó a cabo por primera vez un torneo de potencia que reunió 31 estudiantes agrupados por categorías, según su peso corporal.

**Fútbol 5:** con un formato de competencia relámpago, 64 estudiantes, inscritos en ocho equipos, disputaron un torneo semestral de esta disciplina.

### 1.2.2.3. *Actividades culturales:*

**Salida cata de café:** con el objetivo de enriquecer y complementar el trabajo del aula de clase, en el primer semestre se realizaron unas visitas a las zonas cafeteras de Antioquia, donde se contemplaron la planta de tostón de Pergamino Café, la tienda de Pergamino en el poblado, la finca cafetera Jardín, la central de beneficio La Arboleda – NESPRESSO y “El laboratorio del café”. De igual manera, los estudiantes visitaron

en Bogotá, la tostadora de cafés especiales Tecnocafé, donde tuvieron la oportunidad de interactuar y aprender más acerca del café.

Se finalizaron los cursos de cata de Café, con el cuarto y quinto campeonato de bebidas con Café y Diseño CESA 2016, cuyo propósito es la creación de una bebida que contenga café como base.

**Conciertos y ópera:** Con el propósito de apoyar el desarrollo cultural y musical de la comunidad, el área de Bienestar invitó a 22 estudiantes al teatro Colón de Bogotá, en compañía del maestro Rivas y algunos directivos del CESA, a la ópera Fidelio de Ludwig van Beethoven.



**Exposiciones en la biblioteca:** para dar continuidad al proceso de integración y consolidación de nuestra comunidad en torno a la realización de eventos culturales, y con el propósito de promover la biblioteca como un espacio de desarrollo cultural, los estudiantes de la electiva de fotografía expusieron sus trabajos realizados durante el primer semestre. Una segunda exposición, en esta ocasión de arte, se realizó en el mes de octubre, con la participación de la artista cartagenera Nayibe Bechara y el apoyo de la galería “360 grados”, a la cual asistieron cerca de 80 invitados y miembros de la comunidad CESA.

**Misa de acción de gracias:** en el mes de noviembre el padre Virgilio Arias Salazar, en medio de un ambiente de reflexión espiritual, ofició una misa de acción de gracias para toda la comunidad CESA.

**Bienvenida a padres:** al inicio de cada uno de los semestres académicos, se realizó la bienvenida a los padres de los estudiantes de primer semestre, con la asistencia de cerca de 250 personas en el primer semestre y 300 en el segundo. Acompañados por estudiantes de pregrado, pertenecientes al programa de embajadores, los invitados realizaron un recorrido por las diferentes casas para terminar con un coctel en la Casa CESA, en compañía del rector y directivos de la universidad.

**Visita fundación NUTRINFANTIL:** en el mes de diciembre el CESA realizó una donación y visitó la fundación Nutrinfantil, la cual trabaja en pro de la alimentación a la población de niños con desnutrición. Acompañados del vicerrector administrativo y del área de Bienestar, el CESA ofreció un refrigerio y patrocinó un show mágico musical a cargo de Juan David Ordoñez, del cual disfrutaron más de 80 niños y los empleados de la fundación.

**“San Valentín”** y el **“Día de Amor y Amistad”**: Para el área de Bienestar es muy importante la celebración de fechas especiales, dado que generan vínculos en la comunidad, por lo que en estos días se obsequiaron brownies y galletas.

**Día de cine en el CESA:** en el auditorio Álvaro Valencia y con la participación de estudiantes interesados en la actividad, Bienestar organizó por primera vez en octubre el “Día de cine de terror”.

#### 1.2.2.4. *Actividades para estudiantes de posgrados:*

Con el propósito de acercar a los estudiantes de posgrados al concepto de formación integral ofrecido por el CESA, el área de Bienestar promovió y facilitó su participación en carreras atléticas, clases de golf, torneos internos, práctica de natación, así como en clases de enología y culinaria.

También se tuvo en cuenta el interés de los estudiantes de posgrados en el mercado laboral, y se ofreció el servicio de asesoría a los interesados en revisar su hoja de vida o recibir orientación sobre el proceso de cambio o la consecución de trabajo. Adicionalmente, se revisó y se hizo seguimiento al programa de asesoría de Spencer Stuart.

#### 1.2.2.5. *Campañas y actividades:*

Campaña de movilidad: El CESA mantuvo su vínculo con el programa Plan Empresarial de Movilidad Sostenible – PEMS, de la ANDI y la Fundación Chevrolet, que promueve alternativas de movilidad inteligente; también se trabajó con Bogomotion,

una iniciativa independiente de jóvenes inquietos por desarrollar estrategias que ayuden a la solución de este problema en Bogotá.

De la mano de estas alianzas, en el 2016 se llevaron a cabo dos importantes actividades: por tercera vez se participó en la campaña del carro compartido, promovida por la Secretaría de Movilidad, con excelentes resultados, y en el segundo semestre se asumió “El reto de movilidad” con la Universidad del Rosario, el cual fue acompañado con el lanzamiento de la campaña “CESA GOOD”, que busca sensibilizar a nuestros estudiantes acerca de los problemas de la ciudad en este aspecto, invitándolos a utilizar medios de transporte alternativos, en especial la bicicleta.

Campaña mejor en bici: el área de Bienestar está comprometida con las ideas generadoras de cambio, por esta razón se renovó el contrato con “Mejor en bici”, el cual incluyó el servicio de bicicletas plegables más modernas y se les invitó a participar activamente en la inducción a estudiantes de primer semestre y Eli+e, como una estrategia para dar a conocer el servicio y captar potenciales usuarios.

Rutas transporte estudiantes: en 2016 se amplió la oferta de rutas por la Cra. 7 a la 1:40 pm, para el servicio de los estudiantes, con muy buena acogida por parte de la comunidad, incrementándose así su utilización.

Campaña sobre diversidad de géneros: en conjunto con el área DIGA, se realizó el segundo debate estudiantil cuyo propósito se enmarcó en la creación de un espacio de reflexión sobre aspectos coyunturales para los estudiantes. En esta ocasión se abordó el tema de la “Equidad de Género”, buscando despertar



en los estudiantes sensibilidad y conciencia sobre los temas de género a nivel empresarial y social. En conjunto con el área DIGA y la Asesoría Psicológica se realizó parte del diseño y gestión del debate.

Escuela de líderes: nuevamente en el 2016 se desarrolló este curso de vacaciones, incluyendo dentro de sus actividades y clases, temas como Bloomberg, comunicación asertiva y manejo básico de flujo de caja e impuestos. En esta ocasión se visitaron empresas como PepsiCo, Congrup, Fábrica de Calzado Livorno, parque Jaime Duque y finca en Subachoque. Con el apoyo y acompañamiento de estudiantes del CESA, los participantes desarrollaron un modelo de negocio que culminó con una feria de emprendimiento donde presentaron a sus padres su proyecto de empresa.

Curso de maquillaje: orientado a la población femenina del CESA, se organizó una sesión de maquillaje con el patrocinio de Percos S.A.; las participantes tuvieron la asesoría de expertos en temas de cuidado de la piel y consejos de belleza.

Camillas termo-masajeadoras: con el objetivo de prevenir y combatir el estrés de los estudiantes en épocas de parciales y exámenes finales, el área de Bienestar puso a su disposición camillas termo-masajeadoras de alta tecnología.

Asistencia al foro de Novo Fútbol: para responder al interés en el área de mercadeo deportivo, y apoyar el emprendimiento de nuestros estudiantes involucrados en la organización del evento, el área de Bienestar patrocinó la participación de un grupo a este foro, donde expertos de los más importantes clubes de fútbol de Colombia y de Argentina, expusieron propuestas relacionadas con el manejo actual en el mercadeo deportivo.

### 1.2.3. Asesoría psicológica

Durante el año 2016 el departamento de Asesoría Psicológica tuvo a su cargo del apoyo a los estudiantes en aspectos relacionados con su vida personal, familiar, académica y emocional. El número de estudiantes que buscó el servicio por propia iniciativa se incrementó en un 48%. Igualmente, el departamento brindó asesoría a los estudiantes en prueba, a los estudiantes internacionales, así como a los estudiantes que viajaron de intercambio, a los estudiantes que ingresaron por medio del programa “Ser Pilo Paga” y a todas las remisiones de fuentes externas como docentes y familiares.

Asimismo, en conjunto con el resto del equipo de Bienestar estudiantil Asesoría Psicológica implementó e hizo seguimiento al programa PAIDE, a través de charlas de capacitación a consejeros y seguimiento de estudiantes remitidos por los mismos.

### 1.2.4. Proyectos especiales

Se inició la implementación del PAIDE (Programa de apoyo integral dirigido al estudiante) con los estudiantes de primer semestre 2016-II, en la que se contó con la participación, el compromiso y el seguimiento constante de los consejeros. Para este programa, se implementó una plataforma que ha permitido optimizar el manejo de la información requerida entre consejero y estudiante. Los resultados obtenidos en este proceso fueron muy positivos y constructivos para el enriquecimiento y fortalecimiento del programa, así como para la obtención de información estadística de deserción.

“Ser Pilo Paga”: para la implementación de dicho programa en el CESA, se estableció un proceso de selección orientado a los aspirantes “pilos”, así como un plan de beneficios económicos y de apoyo integral, a través del programa de Consejería y Asesoría Psicológica. Adicionalmente, se brindó soporte al programa de sociedad pilo, mediante la participación y el patrocinio de sus actividades y la puesta a disposición de las instalaciones del CESA para realizar reuniones.

Apoyo a estudiantes con estudios en el exterior: se realizó un trabajo coordinado con el área de Relaciones Internacionales, cuyo objetivo es brindar apoyo psicológico, en caso de requerirse, a los estudiantes que viajan de intercambio, mediante la utilización de herramientas como Skype.



## 1.3. Visitas & Prácticas Empresariales

Dado el crecimiento del pregrado realizado dentro del plan estratégico 2010-2014, el área de Visitas y Prácticas empezó a recibir un mayor número de estudiantes. Por este motivo se abrió una quinta sesión en VII semestre en la materia de Visitas II y en febrero de 2016 se creó el cargo de Coordinador de Visitas y Prácticas con el objetivo principal de apoyar a la Dirección en su labor y, de esta manera, mantener y mejorar el vínculo con los estudiantes y las empresas. Cabe recordar que el propósito de la Dirección es ser reconocida dentro de los estudiantes, brindarles acompañamiento y orientación, así como fortalecer el vínculo con el sector productivo y ampliar el cubrimiento, mediante la consecución de más empresas.

Durante el año 2016 se contó con la presencia de 387 alumnos en la materia de Visitas y 385 en Prácticas I y II, para un total de 772 estudiantes.

TABLA 1. Estudiantes por materia

Materia	2016 - I	2016 - II	Total
Visitas I	80	87	167
Visitas II	105	115	220
Prácticas I	95	101	196
Prácticas II	94	95	189

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

En el área de Visitas & Prácticas se continuaron ejecutando los planes que venían desarrollándose. Adicionalmente, se plantearon nuevas alternativas alineadas con el Plan Estratégico 2015 – 2020.

En este sentido, en la materia de Visitas se realizaron actividades innovadoras, se revisó el rol del docente desde el punto de vista estratégico, en aras de fortalecer el aprendizaje y generar valor a las empresas que se visitan. Además, se hizo énfasis en conocer los modelos de responsabilidad social que existen dentro de las empresas visitadas, con el fin de generar conciencia social en los grupos de estudiantes. Se realizaron en total 15 visitas en el 2016.

Por el lado de las Prácticas, se modernizó la herramienta que busca mejorar la eficiencia del proceso de aplicación a las prácticas empresariales, modelo diseñado de beneficio no solo para los estudiantes, sino para las empresas y el CESA.

Con el apoyo del área de Tecnología, se logró en el 2016 parametrizar y configurar un software en el que los estudiantes puedan acceder a ofertas de prácticas a través de la página web del CESA. Con este desarrollo se facilita el proceso de aplicación a estudiantes y a empresas permitiéndoles contar con estadísticas en tiempo real, así como el control y la trazabilidad del proceso.

### 1.3.1. Cátedra de Visitas Empresariales

Durante 2016 se continuó con el proceso de unificación de parámetros para esta cátedra. A manera de ejemplo, las evaluaciones periódicas son ahora realizadas a través de paneles de discusión abierta en relación con las visitas previas.

Cada docente propició esta dinámica en sus aulas de clase, para fortalecer las competencias de pensamiento crítico, trabajo en equipo, comunicación oral y escrita para formar impacto en las audiencias.

En cuanto a la calidad académica, se incluyeron nuevas e innovadoras metodologías para enriquecer el aprendizaje en cada visita, tanto a nivel individual como grupal. Los estudiantes realizaron reportes mediante videos, formatos escritos con elementos visuales y esquemas no convencionales que les permiten plasmar sus propuestas y aprendizajes de una manera creativa. De las visitas que se realizaron, el 23% fueron internacionales, 8% nacionales y 69% en Bogotá.

Con el objetivo de monitorear el desempeño de la cátedra de visitas se realiza entre los estudiantes una encuesta de satisfacción. Para el 2016 los resultados fueron de un 92% de satisfacción con el programa en las visitas internacionales y 82% de las nacionales, incluido Bogotá. Este resultado corresponde a 2.340 respuestas por parte de los estudiantes a lo largo del año, luego de cada visita o viaje.

De acuerdo con lo anterior, se puede concluir que la gestión de acercamiento al sector productivo, abre al estudiante oportunidades para dimensionar su aprendizaje en situaciones de trabajo real, visualizar oportunidades para realizar su futura práctica y ampliar su visión del mundo.

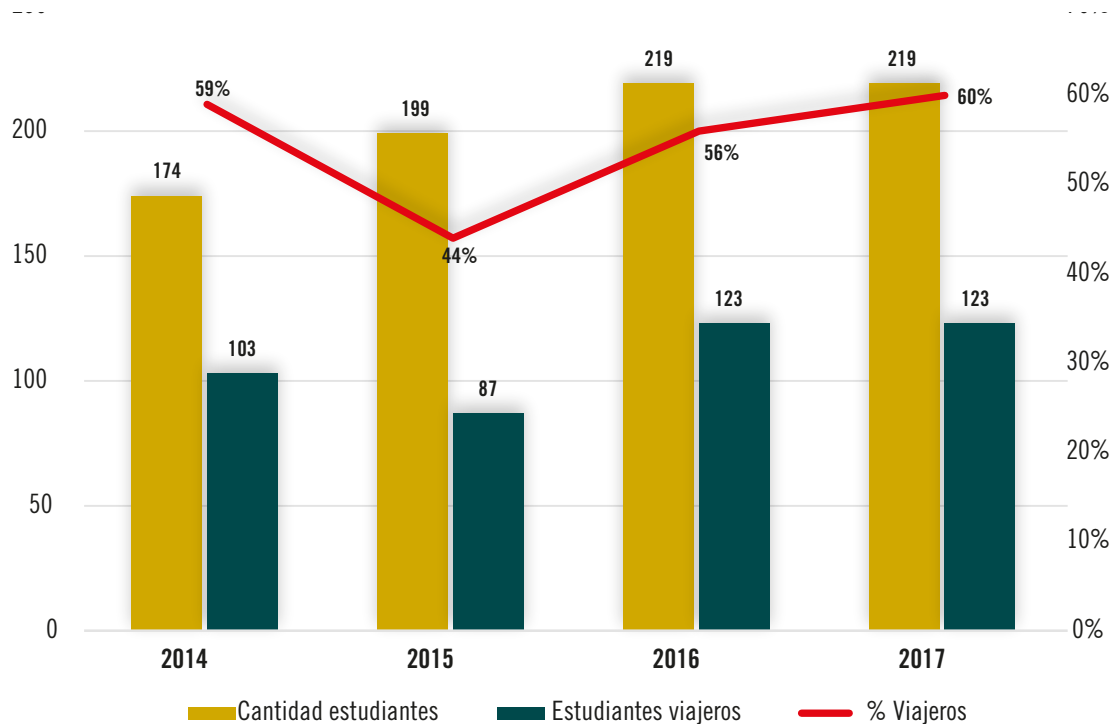
Para continuar con el fortalecimiento en el relacionamiento con el sector real, se amplió la base de datos, para lo cual se tiene ahora vínculo con The Little Gym, Rappi, Software One, Miguel Caballero, CCIT, Autogermana, BBC, Ecopetrol, Redcord, Transmilenio, Connect, Embotelladora Capri, Un Techo

para mi país, Aislapor, Condimentos El Rey, Farm Direct, Legis, Corona, Cromantic, Google, Cencosud, Oxo Hoteles, Marsh, Landfast, Ciudad Comic, Hotel Bioxury, Ladrillera Santafé, Fresenius Medical Care, Ladecol, Cocoon, Los Pollitos, Aeropuerto Eldorado, entre otras.

### 1.3.2. Visitas internacionales & nacionales

La tendencia a participar en la semana de viajes internacionales sigue en aumento (Ver Gráfica 3 y Tabla 2), proporcionalmente con el grado de satisfacción expresado por los estudiantes que participan en ellos.

GRÁFICA 3. Estudiantes en visitas internacionales



NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

TABLA 2. Estudiantes en visitas internacionales

Visitas	2014	2015	2016
Cantidad estudiantes en visitas II	174	199	219
Cantidad estudiantes en visitas internacionales	103	87	123
% estudiantes en visitas internacionales	59%	44%	56%
Promedio de satisfacción programa visitas internacionales	88%	90%	92%

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

En el primer semestre se realizaron visitas a España (17 estudiantes), Chile (27 estudiantes) y Cali (25 estudiantes). En el segundo semestre se viajó a Emiratos Árabes Unidos (9 estudiantes), México (20 estudiantes) y Medellín (25 estudiantes). Esto representó que el 56% de la población estudiantil de VII semestre (219 estudiantes) participaron de los viajes internacionales. En total se realizaron sesenta y tres (63) visitas internacionales con un indicador de satisfacción de 92%. Asimismo, el 100% de los estudiantes recomendó seguir realizando este programa.

### 1.3.3. Week Challenge Grupo Bolívar – CESA

En el segundo semestre de 2016 se implementó una idea Innovadora en la materia de Visitas II. Conjuntamente con el Centro de Liderazgo y Emprendimiento – CLE y en alianza con el área de Innovación del Grupo Bolívar, participaron 26 estudiantes en la validación de los dos retos.



Dichos proyectos contaron con la presencia del presidente del Grupo, el presidente de Davivienda, el presidente de la Constructora Bolívar y el vicepresidente de Innovación, así como de todo el staff administrativo involucrado en dichos proyectos.

El desarrollo se realizó durante la semana de visitas internacionales en las oficinas de Davivienda, entre las 8:00 a.m. y las 5:00 p.m.

Los estudiantes trabajaron intensamente en la validación y ajuste de las ideas y plantearon sus propuestas de acuerdo con las conclusiones obtenidas. El trabajo contó con la presencia de consultores y empleados del Grupo Bolívar, lo que permitió a los estudiantes una experiencia real de trabajo y con un equipo multidisciplinario. Los resultados fueron expuestos por los diferentes grupos en plenaria ante las Directivas del Grupo Bolívar y el CESA.



Se concluye que esta experiencia fue exitosa y muy valiosa. En términos generales:

- Brindó nuevas oportunidades de práctica empresarial a nuestros estudiantes.
- Estrechó la relación entre el Grupo Bolívar y el CESA.
- Generó aprendizajes académicos innovadores que se implementarán en el 2017 conjuntamente con el Centro de Liderazgo y Emprendimiento –CLE.

Por todo lo anterior:

- Se decide continuar con este Programa y programarlo en la semana de visitas internacional.
- Realizar una prueba piloto en el CESA para la implementación del reto “Universidad sin efectivo” en el primer semestre de 2017.

### **CEOPPORTUNITY**



Otra de las ideas innovadoras que se implementó en la materia de Visitas, fue el Programa CEOPPORTUNITY.

El CESA, en alianza con Thuoper, empresa de consultoría en desarrollo personal y organizacional, junto con un selecto equipo de Directivos Empresariales, lideran el Proyecto CEO por un día, que consiste en ofrecer al mundo académico la oportunidad de conocer la vida real en la empresa de los principales líderes del país.

Thuoper es una firma conformada por un equipo de profesionales certificados en diferentes modelos de diagnóstico y desarrollo organizacional, cuyo objetivo principal es agregar valor a las personas y organizaciones, mediante la transferencia de diversas metodologías y tecnologías de última generación, las que contribuyen al logro, tanto de los objetivos individuales, como de los objetivos estratégicos de personas y empresas de todos los sectores.

El objetivo principal es acercar el mundo de la empresa a los estudiantes para que puedan conocer de primera mano, durante una jornada de trabajo, el contexto real en el que se desenvuelven los principales CEO's del panorama nacional. El programa busca potenciar la capacidad de liderazgo de los estudiantes, identificar sus talentos y competencias, su espíritu emprendedor e intraemprendedor y visualizar sus intereses en la práctica laboral

Luego de que los estudiantes realizaran su inscripción de forma voluntaria y de un proceso exhaustivo de selección, fueron elegidos 10 estudiantes, entre ciento quince (115) que se encontraban cursando la materia. En dicha selección se tuvo en cuenta el promedio académico acumulado y las fortalezas, talentos y habilidades personales.

### 1.3.4. Feria empresarial

Este espacio permite a los estudiantes que están próximos a realizar su práctica, tener contacto con distintas empresas, las cuales son invitadas a participar en la institución una vez al semestre. En esta ocasión asistieron 50 empresas en el primer semestre y cincuenta y siete 57 en el segundo, para un total de 107 empresas.

La feria ha venido cobrando mayor importancia con el paso del tiempo y es así que cada vez más empresas se muestran interesadas en participar. De igual forma, los estudiantes valoran este espacio porque les permite aclarar inquietudes e inscribirse en los procesos de selección que les son atractivos para su aprendizaje.

### 1.3.5. *Work café*

Este es un evento cerrado en el que se reúnen practicantes y estudiantes que van a realizar su práctica el siguiente semestre, con el objetivo de generar una red de contactos entre ellos, conocer y compartir de manera directa la experiencia y el aprendizaje de los practicantes. El Work café se realiza antes de la Feria empresarial para que los estudiantes compartan abiertamente y se preparen para plantear sus intereses en la feria.

Durante el desarrollo del Work café se desarrolla una actividad grupal dirigida por profesionales expertos contratados, con el objetivo de generar reflexiones en torno al trabajo en equipo, el pensamiento crítico, el liderazgo y la identificación de fortalezas y talentos, así como las áreas del ser humano que pueden ser fortalecidas para los procesos de selección que los estudiantes empezarán a experimentar al finalizar el semestre.

### 1.3.6. Visitas de control y seguimiento

Durante el año 2016 se inscribieron 385 estudiantes en prácticas Empresariales I y II, de los cuales tuvieron seguimiento 227.

El resultado de las visitas arrojó una calificación por parte de los jefes de 8.97/10 y de los practicantes hacia su práctica, de 8.98/10.

### 1.3.7. Desayuno con los jefes y empresas

Dado el éxito y la acogida manifestada por parte de los jefes de los practicantes, en el año 2016 se continuó realizando el “Desayuno de Jefes”. En el segundo semestre se invitó también a las empresas que han apoyado el programa de Visitas empresariales I y II, para abrir un espacio nuevo con el sector real y atender sus inquietudes, las cuales son de gran importancia para el pensum académico.

En el primer semestre se contó con la presencia de la señora María José Ramírez, presidente de Larraín Vial Colombia SCB. Su charla versó sobre la resiliencia y fue muy bien recibida, ya que no solo aportó grandes reflexiones para la vida profesional, sino personal.

En el segundo semestre abordó nuevamente el tema de Los Millenials por solicitud de los empresarios y jefes de practicantes, lo que generó una gran afluencia. Esta charla fue dirigida por la firma Consultores Organizacionales

La encuesta de satisfacción arrojó resultados de excelencia en el tema de resiliencia, 95%, y de 93% en el tema de los Millenials.



### 1.3.8. Consecución de prácticas empresariales

Prácticas empresariales es una materia que se toma en VIII y IX semestre. Es prerrequisito para graduarse y tiene un gran peso en cada semestre, por lo que se convierte en un desafío para el practicante, ya que se debe cumplir a cabalidad con las labores asignadas y se evalúa el comportamiento del practicante para la futura vida laboral. Lo principal es que el practicante esté totalmente dispuesto al aprendizaje y asuma su responsabilidad como tal, con el adecuado acompañamiento, tanto de la empresa como del CESA.

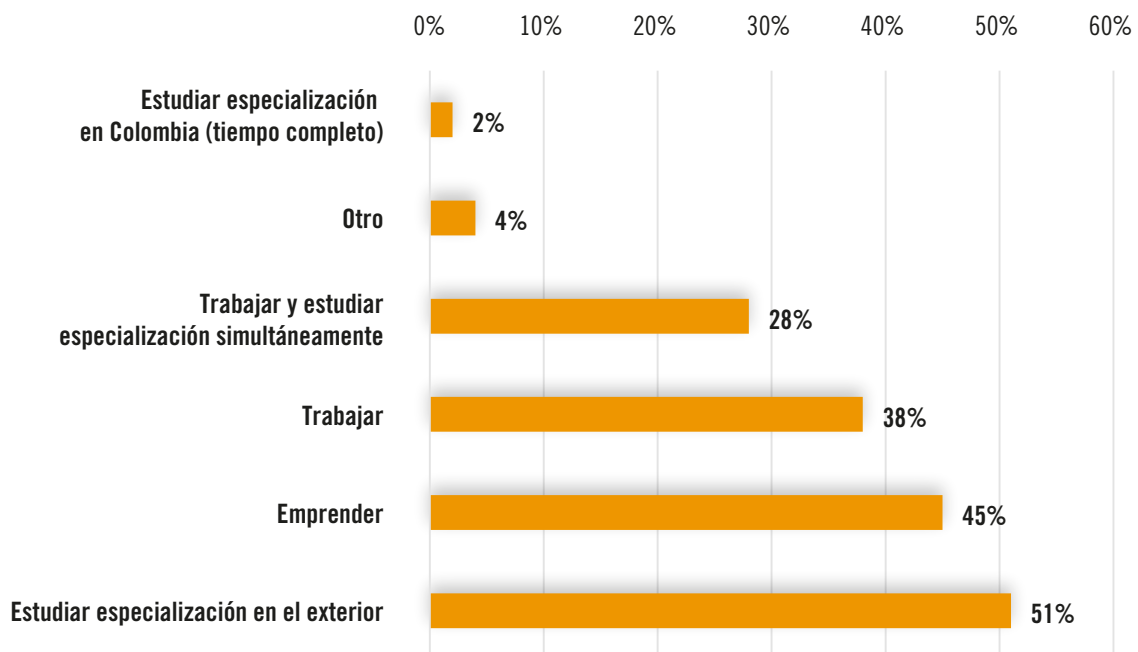
Con relación al crecimiento en el número de practicantes vs la cantidad de ofertas, se plantea un desafío interesante

para fortalecer las actividades actuales y replantear estratégicamente el vínculo con las empresas para continuar con dicha tendencia.

Mediante la Encuesta Final de Práctica realizada por esta dirección, se evidencia que al 66% de los practicantes les ofrecieron permanecer en la empresa después de terminar su período de práctica, que el 43% de los practicantes aceptó la oferta recibida y de estos el 61% fue ascendido de posición, mientras que el 43% permaneció en la misma área y el 13% cambió.

En la misma encuesta los practicantes descubrieron sus intereses, tal como se observa (Ver Gráfica 4):

GRÁFICA 4. Plan de carrera



NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección visitas y prácticas

## 1.4. Centro de apoyo para la lectura, la oralidad y la escritura (DIGA)

Durante el año 2016 se mantuvo la condición de profesoras de planta de Lina Calle y Ángela Cruz, con una carga de tiempo completo (40 horas semanales). Dentro de sus responsabilidades están: la coordinación de materias para continuar con la unificación temática de las clases (Comunicación Escrita y Comunicación Oral,) y la homogeneidad en las diferentes etapas del semestre. En el segundo semestre del año la profesora Lina Calle asumió labores como profesora investigadora y se contrató como profesora de planta (con una carga de 40 horas semanales) a la profesora Catalina Isaza, para asumir las responsabilidades tenía a su cargo hasta entonces.

Durante el primer semestre del año, la profesora Lina Calle tuvo a su cargo las tutorías de los estudiantes de pregrado y la coordinación del trabajo de las lectoras pares o monitoras del centro DIGA: Manuela Echeverry, Doriana Mariño y Mariana Serrano.

En el segundo semestre, la profesora Catalina Isaza asumió dichas labores con las monitoras Doriana Mariño, Lina María García y Verónica Cendales. En este mismo período, la profesora Calle comenzó a apoyar los procesos de investigación y generación de contenidos científicos para el Centro DIGA.



Por su parte, la profesora Ángela Cruz tuvo a su cargo en Eli+e, una sesión de Lectura Comprensiva y Analítica de Textos, en el primer semestre del año y al final del semestre trabajó en un proyecto de la Vicerrectoría Académica. A partir de julio de 2016 se reincorporó al Centro DIGA para cumplir las labores de atención y docencia y ya no tuvo a cargo la sesión de Eli+e.

Para las asesorías a estudiantes se contó en el primer semestre con las dos profesoras de hora cátedra que colaboran en la oficina, Catalina Isaza (Comunicación Escrita) y Lina García (Comunicación Oral), cada una con cuatro horas y media (4.5) a la semana.

Asimismo, en el primer semestre de 2016 se mantuvo la figura de un practicante con una carga horaria de 30 horas semanales, que permitió continuar con la atención en jornada continua y hasta las seis de la tarde. Durante este semestre se contó con Rafael Romero, estudiante de último semestre de Filología de la Universidad Nacional de Colombia.

En el segundo semestre, debido a la contratación de una tercera profesora de planta, Catalina Isaza, se prescindió del practicante y se contrató a la profesora Vanessa Guerrero para asumir horas de cátedra de Comunicación Escrita y Oral, además de dos sesiones de Lectura Comprensiva y analítica de Textos, en Eli+e. En relación con las asesorías a estudiantes en este segundo semestre se contó con las profesoras de cátedra Lina García (Comunicación Oral) y Angie Lizeth Pico (español como segunda lengua), con cuatro horas y media (4.5) a la semana cada una.

## 1.4.1. Principales actividades 2016

### 1.4.1.1. *Examen de nivelación*

Desde 2014-II se redefinió la instrucción del examen de nivelación en Lengua 1 para establecer con mayor claridad los criterios de medición. Posteriormente se aplicó y calificó la prueba.

## 1.4.2. Apoyo estudiantes, profesores y administrativos

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

Las asesorías para estudiantes que brinda el Centro DIGA son ayudas que se ofrecen en la oficina del mismo, por correo electrónico o por citas virtuales a través de Skype. Resuelven asuntos puntuales de la comunicación dentro de la comunidad del CESA. Las tutorías del Centro DIGA, por su parte, están diseñadas para trabajar en las necesidades lingüísticas concretas de los estudiantes de pregrado, y son de carácter grupal. Uno de los profesores o de los monitores del Centro trabaja con el grupo de estudiantes, que previamente debe solicitar una ayuda específica a través del correo [diga@CESA.edu.co](mailto:diga@CESA.edu.co), o directamente en la oficina del Centro.

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

Durante el 2016 se ofreció asesoría a aproximadamente 390 estudiantes, en un total de 480 visitas al Centro. Se presentó aumento de las asesorías con respecto al año anterior. Las asesorías brindadas por los docentes tienen una duración promedio de media hora; mientras que las tutorías, una hora o hora y media. De acuerdo con el programa académico, los porcentajes de prestación de asesorías están encabezados por los estudiantes de pregrado de primer a tercer semestre, seguidos por los estudiantes de la maestría en Marketing. En tercer lugar se encuentran los estudiantes de séptimo semestre, y en cuarto lugar los de cuarto a sexto semestre y, finalmente, los de Eli+e y Finanzas MBA.

A lo largo del año se impartieron aproximadamente 122 tutorías a aproximadamente 140 estudiantes. Se logró aumentar el número de estudiantes atendidos durante el año anterior y cumplir con la totalidad de la franja horaria, gracias a la colaboración de las dos profesoras de cátedra asociadas al centro y las monitoras.

Además de trabajar con los estudiantes de pregrado, DIGA se ocupó de apoyar a los estudiantes del programa Eli+e. Por otro lado, en conjunto con la Dirección de Pregrado, se rediseñó la asignatura tradicionalmente ofrecida dentro del programa para transformarla en el Seminario de Lectura Comprensiva y Analítica de Textos.

### 1.4.2.3. *Asesorías a profesores y administrativos*

DIGA busca la integración multidisciplinar, de manera que la competencia comunicativa sea un componente transversal en la formación de los estudiantes de la institución. Muestra de ello son los cursos asociados, en los que se brinda apoyo a los profesores para planificar las actividades de aprendizaje, hacer seguimiento al proceso de sus estudiantes y diseñar la evaluaciones de los mismos. El Centro DIGA ayuda a preparar, corregir y evaluar pruebas de estas materias para hacer más efectivo y elocuente el trabajo de escritura de los estudiantes.

Esta asesoría se hace de tres maneras: en la primera el profesor planea en conjunto con DIGA la tarea en la que los estudiantes demuestran sus habilidades de lenguaje; en la segunda, el profesor envía un paquete de tareas para que sea calificado por DIGA; y en la última, DIGA apoya en las presentaciones orales de las materias. El profesor invitado, integrante de DIGA, se encarga de observar la presentación y califica las competencias comunicativas.

De igual forma, se apoya el trabajo de escritura de profesores y miembros del grupo administrativo del CESA. El Centro DIGA se ha consolidado cada vez más, como un espacio en donde los profesores de planta revisan sus artículos antes y durante los procesos de publicación en revistas. Igualmente, se colabora con la revisión de documentos institucionales de la universidad y se dictan talleres acerca del manejo de la lengua para los empleados del CESA.

Dentro de los servicios ofrecidos a las diferentes instancias de la comunidad del CESA, por solicitud de la Dirección de Pregrado, se realizó un curso intersemestral (a mitad de año)

de refuerzo a los estudiantes que no aprobaron el ECAES. Finalmente, también por solicitud de Pregrado y de la reciente creada área de Innovación Pedagógica, se elaboró a final del segundo semestre una serie de OVAs (objetos virtuales de aprendizaje) de lectura crítica y comprensión de lectura.

En cifras, durante el 2016 se ofreció un total de 203 asesorías, distribuidas en un número aproximado de 85 profesores y administrativos, es decir, se aumentó sustancialmente el número, tanto de atendidos, como de asesorías respecto del 2016. El promedio temporal de una asesoría para docente es mayor que para los estudiantes; durante este período cada asesoría significó un tiempo promedio de una hora y media.



### 1.4.3. Apoyo al proceso editorial

A lo largo del año, el coordinador del centro DIGA, Javier H. Murillo, y la profesora Lina Calle apoyaron como miembros del Comité, la editorial CESA y sus diferentes procesos.

### 1.4.4. Español como segunda lengua

Además de ofrecer la asignatura para estudiantes extranjeros que vienen al CESA de intercambio, se continuó ofreciendo cursos para el programa Heart For Change; así como a personas vinculadas al SENA o directamente de colegios oficiales.

Durante el primer semestre del año 2016 se impartieron tres cursos de español para extranjeros en niveles básico, intermedio y avanzado, en los que se utilizaron las mediciones del Marco Común Europeo de la lengua: A (A1, A2), B (B1, B2) y C (C1, C2).

Como resulta esperable en estudiantes de este tipo, los cursos dictados correspondieron a aquellos solicitados por estudiantes que oscilaban entre los niveles A1 y B2, como lo evidencian las pruebas aplicadas para la nivelación de los estudiantes. Durante el primer semestre de 2016 la profesora encargada de los cursos fue Catalina Isaza, y en el segundo semestre se contrató a la profesora Angie Lizeth Pico.

## 1.4.5. Proyectos especiales

### 1.4.5.1. *Formación*

El profesor Javier H. Murillo continuó con su doctorado en “Estudios Sociales” en la Universidad Externado de Colombia. La profesora Lina Calle concluyó su maestría en “Formación de Profesores para la Enseñanza del Español como Segunda Lengua”, de la UNINI de Puerto Rico.

### 1.4.5.2. *Publicaciones*

Se llevó a cabo la publicación de la segunda edición del libro “La ortografía de Tarzán. Claves para escribir en la Universidad” escrito por Javier Murillo, coordinador de área, en conjunto con Laura Ramírez, antigua profesora del Centro DIGA y Lina Calle Arango, también profesora e investigadora del Centro DIGA.

### 1.4.5.3. *Concursos*

Dos concursos se desarrollaron durante el 2016. El primero fue el Concurso de Ensayo CESA. En noviembre se organizó el cuarto concurso de debate, a partir de la iniciativa de la oficina de Bienestar Universitario.

## 1.4.6. Principales logros

- Mayor demanda de los servicios de DIGA por parte de los estudiantes.
- Utilización del examen de nivelación para diagnosticar las fallas que presentan los estudiantes nuevos y así planificar de forma más adecuada los contenidos de las materias de Comunicación.

- Concienciación del riesgo de cometer plagio y de la gravedad de hacerlo.
- Mayor posicionamiento de DIGA en grupos de trabajo en alfabetización académica, dentro y fuera de Colombia.
- Aumento de la oferta de cursos de español para extranjeros.

## 1.4.7. Metas para el 2018

- Trabajar con un mayor número de herramientas virtuales que faciliten el trabajo de los usuarios y permitan que DIGA llegue a un mayor número de usuarios, dentro y fuera del CESA.
- Establecer vínculos con más materias para posibilitar proyectos transversales.
- Avanzar en las investigaciones científicas con respecto a alfabetización académica y comprensión de lectura. Que se realicen con el propósito pedagógico de ofrecer un servicio más efectivo a los estudiantes de Administración de Empresas.
- A partir de los resultados de los exámenes de nivelación, observar los efectos de las materias de Comunicación en los estudiantes de Eli+e, así como las diferencias según colegios, lugar de origen y género, para hacer un seguimiento permanente a las competencias comunicativas de los estudiantes durante su camino en el CESA.
- Consolidación de paquetes de asesorías en pedagogía y metodología para instituciones externas.



# 1.5. Investigación

El año 2016 enmarca un camino hacia la consolidación y fortalecimiento del Grupo de Investigación, prueba de ello es el proceso de formalización alrededor de la contratación de investigadores que le apuesten a conformar uno de los mejores grupos de investigación del país en el área de la administración.

En este orden de ideas, se definió un proceso de contratación enmarcado en la transparencia y la meritocracia, con énfasis en la búsqueda de profesionales con título doctoral, o en las últimas etapas del proceso de formación. Que cuenten con una agenda de investigación clara y pertinente en las áreas afines a la administración u organizaciones, y con interés y orientación hacia la publicación de artículos científicos en revistas indexadas internacionalmente y libros derivados de procesos de investigación.

Dicho proceso de contratación comprende una serie de etapas que debe surtir el candidato, en las cuales participan diferentes actores de la comunidad CESA. El proceso parte de la convocatoria o invitación privada, y comienza oficialmente cuando el candidato manifiesta la voluntad de iniciarlo. Previa presentación de recomendaciones y un resumen de la agenda de investigación futura, el candidato realiza una exposición oral, no solo ante el grupo de investigación, sino ante directivos, administrativos y directores de área, sobre un trabajo de investigación en particular, en donde se destaque el rigor académico y las implicaciones prácticas para las empresas u otro tipo de organizaciones colombianas.

Posteriormente se surten entrevistas por parte de integrantes del Comité de Selección, especialmente por parte del Vicerrector Académico y el Rector, quien da el aval final. Este proceso ha permitido la elección de investigadores que reúnen las características que busca el CESA en la actualidad, profesionales comprometidos con el país, con vocación investigativa, que hayan elegido la vida académica como su proyecto de vida y que encuentren en el CESA una institución para establecer una relación de largo plazo y mutuamente benéfica. Es así como, durante el año 2016, y respondiendo a uno de los megas del Plan Estratégico del CESA 2014-2020, se contrataron cinco profesores investigadores para apoyar las áreas de mercadeo, organizaciones y finanzas y economía, que cuentan con los siguientes perfiles:

- **Nathalie Peña García:** Profesora investigadora y coordinadora del programa Semilleros de Investigación del CESA. Máster en Marketing e Investigación de Mercados y Doctora en Marketing (Cum Laude) de la Universitat de València, Administradora de Empresas de la Universidad del Valle. Cuenta con experiencia profesional en empresas de tecnologías y servicios. Sus actividades de docencia están enfocadas hacia el área de marketing, y la agenda de investigación que desarrolla se centra en el estudio del comportamiento del consumidor en el comercio electrónico. Ha sido becada por la Universidad del Valle, el Ministerio de Educación de España, y por Colciencias en la convocatoria Doctorados en el Exterior. Ha realizado pasantía y estancias de investigación en el Grupo de Investigación en Marketing de la Universidad del Valle, siendo además profesora invitada en la Maestría en Administración de la misma universidad. Sus áreas de investigación están alrededor del comportamiento del consumidor, valor, comercio electrónico y nuevas tecnologías.

- **Mauricio Losada Otálora:** Profesor investigador y reconocido como investigador Asociado por Colciencias. Magister y Doctor en Administración de la Universidad de los Andes. Cuenta con experiencia docente en el área de mercadeo en cursos de pregrado y posgrado en las universidades Externado, de los Andes y del Valle. Sus actividades de docencia y consultoría están enfocadas hacia el área de investigación de mercados y la agenda de investigación que desarrolla se centra en las temáticas de marketing de servicios y estrategia. Sus proyectos de investigación han contado con el apoyo de Colciencias, el Ministerio de Cultura de España. Es coordinador de la línea de investigación en Marketing del CESA y ha publicado varios artículos en revistas indexadas nacionales e internacionales. Dentro de sus áreas de investigación se destacan el marketing de servicios, social media y multilatinas.



- **José Ribamar Siqueira Junior:** Administrador de Empresas de la University of La Verne en California y MBA de la California State University. Actualmente está concluyendo sus estudios doctorales en Marketing – Doctor in Business Administration (DBA) - en el programa de Nova Southeastern University en Fort Lauderdale, FL.

Su investigación se enfoca en marketing strategy, marketing in emerging markets, online marketing, customer experience, retail marketing, service marketing, cross cultural marketing y marketing research. Ha trabajado los últimos 15 años en publicidad y mercadeo en Estados Unidos en compañías como NCC Media, Comcast Spotlight, Comcast Cable y Cross Country Home Services. Ha sido profesor de cátedra en Davenport University en Michigan y en la Universidad de La Sabana. Actualmente, es Profesor Investigador de Carrera Académica en el CESA, donde dicta cátedras en el Área Académica de Mercadeo. Dentro de sus áreas de investigación de interés se encuentran mercadeo estratégico, mercadeo en mercados emergentes, mercadeo en línea, experiencia del cliente, mercadeo de grandes superficies, mercadeo de servicio, mercadeo cross cultural e investigación de mercados.

- **Guillermo Ruíz:** Profesor investigador, economista y magíster en economía de la Universidad Externado, actualmente es candidato a Doctor en la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. Realizó su práctica de investigación doctoral como estudiante investigador visitante en el Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Stanford. Su investigación actual está concentrada en la relación que existe entre innovación y redes sociales. En particular, como ciertas estructuras sociales facilitan o

impiden la innovación. Otros intereses de investigación incluyen la teoría económica del emprendimiento, teoría organizacional y economía política. Dentro de las áreas de investigación de interés se encuentran la innovación, redes sociales y la teoría organizacional.

- **Guillermo Sinisterra Paz:** Profesor investigador, economista y magister en economía de la Pontificia Universidad Javeriana con MA en Economía y candidato a PhD en Economía de la Universidad Estatal de Nueva York en Buffalo, con formación en gerencia y negociación estratégica de Wharton Business School. Sus áreas de interés incluyen economía urbana y del transporte y macroeconomía. Su investigación actual se centra en el efecto de sistemas de transporte masivo, como Transmilenio, en la estructura espacial urbana, demostrando como dichos sistemas afectan la densidad poblacional, los precios de la vivienda y la localización de actividades productivas en las ciudades. Se ha desempeñado como profesor en la universidad Javeriana, en la universidad estatal de Nueva York y en el CESA. También ha tenido experiencia en el sector privado gerenciando dos compañías en el sector de los biocombustibles y haciendo análisis y gestión de proyectos de inversión en diferentes sectores. Ha realizado trabajo de consultoría en temas económicos y sociales y ha sido comentarista de coyuntura económica en el Diario La República. Dentro de las áreas de investigación de interés se encuentran economía urbana y del transporte, mercados de finca raíz, economía laboral y macroeconomía.

Los perfiles mencionados previamente demuestran la preponderancia que le hemos dado en el CESA a la investigación, y una estrategia clara en la consolidación de un equipo de

investigadores con capacidad de contribuir a la generación del conocimiento y a la consolidación del CESA como una institución con capacidad en la que se abordan las problemáticas del sector empresarial con rigurosidad científica.

Durante el año en mención hemos seguido fortaleciendo nuestros vínculos con actores fundamentales en el entorno empresarial y económico. Por ejemplo, establecimos un convenio con la Bolsa de Valores de Colombia (BVC) para fortalecer las prácticas de revelación y transparencia de los emisores que pertenecen al Programa IR. La BVC creó este programa en el 2012, de adopción voluntaria por parte de los emisores, y el cual otorga una certificación o sello de calidad a las empresas que se comprometen con buenas prácticas de gobierno corporativo en revelación y transparencia, y que pretenden enfrentar cuatro problemas identificados en el mercado de capitales a comienzos de esta década: falta de interacción con los inversionistas extranjeros, falta de comunicación de resultados de manera periódica al mercado, falta de información completa y detallada, e información solo disponible en español o con traducción limitada a inglés.

En el 2016 el CESA se convierte en el aliado académico estratégico de la BVC para el Programa IR, en el marco de esta alianza, el Centro de Estudios en Gobierno Corporativo del CESA definió un estándar de contenido específico para las 32 empresas que participan del programa y realizó una valoración a cada una de las empresas sobre el cumplimiento del mismo. Los informes se entregaron a cada uno de los emisores y se hará una evaluación anual de su cumplimiento en agosto de 2017. Lo anterior representa un acompañamiento a las empresas más grandes del país y más representativas del mercado de capitales para el fortalecimiento de sus prácticas de gobierno. Los

32 emisores son: Almacenes Éxito, Avianca Holdings, Banco Davivienda, Banco de Bogotá, Bancolombia, BBVA Colombia, BVC, Canacol Energy, Celsia, Cementos Argos, Cemex Latam Holdings, Codensa, Construcciones el Cóndor, Constructora Concreto, Corferias, Corficolombiana, Ecopetrol, Emgesa, EEB, ETB, EPM, Findeter, Grupo Argos, Grupo Aval, Grupo Sura, Grupo Nutresa, Grupo Odinsa, ISA, Isagen, Organización Terpel, Promigas y Titularizadora Colombiana. Esta alianza llevo a la promulgación de los Lineamientos de Gobierno Corporativo en Revelación y Transparencia, publicados por el Banco Mundial, la BVC, y el CESA, disponibles para consulta gratuita en español e inglés en la página de recursos de IFC-Banco Mundial.

De igual manera, el CESA representa a Colombia en la Red de América Latina para la Investigación Académica del Gobierno Corporativo de la OCDE, IFC y el Banco Mundial. Esta Red genera investigación en los diferentes países de América Latina, donde es utilizada por los organismos multilaterales, los organismos gubernamentales de los diferentes países y empresas líderes en la región, para proponer cambios en la regulación y en los códigos de buen gobierno a nivel país, con el objetivo de mejorar las prácticas de gobierno corporativo regionales.

Gracias a esto el CESA estuvo en el encuentro bianual de la Mesa Redonda de Gobierno Corporativo 2016, como una institución de educación líder en América Latina en buenas prácticas empresariales. En esta reunión se presentaron los resultados de una investigación a nivel regional en la que participó el Centro de Estudios de Gobierno Corporativo del CESA, sobre las prácticas de revelación de los Grupos Empresariales de la región, especialmente en las estructuras de propiedad, los accionistas controlantes y las transacciones con partes vinculadas o relacionadas.

Otro aspecto fundamental durante el año 2016, está representado en la presencia internacional de nuestros profesores investigadores. Lo anterior no solo se evidencia en la participación en conferencias internacionales, a través de diferentes ponencias por parte de los integrantes del grupo, sino, además, en la movilidad internacional a través de estancias en universidades de reconocido prestigio. Por ejemplo, la profesora Marta Lucía Restrepo fue invitada por un semestre como profesora visitante a la Università Cattolica del Sacro Cuore en Milán, Italia. Además, el profesor Guillermo Ruiz realizó su práctica de investigación doctoral como visiting student researcher en el Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Stanford. Esta práctica hace parte de los requisitos de grado en el proceso de obtener su título como Doctor en Administración de la Universidad de los Andes. Por otra parte, el profesor Guillermo Sinisterra realizó una estancia de investigación en la Universidad estatal de Nueva York, en Buffalo, en donde se encuentra realizando su doctorado, tiempo que dedica al desarrollo de su tesis doctoral. Estas visitas internacionales, que se unen a las realizadas por los profesores Enrique Ter Horst, María Andrea Trujillo y Alexander Guzmán, visibilizan el trabajo del grupo de investigación del CESA y fortalecen las redes con coautores internacionales.

La producción del año 2017 sigue mostrando una concentración hacia artículos en revistas indexadas ISI o Scopus y libros de investigación. El grupo alcanzó la publicación de cuatro artículos en revistas cubiertas por estos índices y dos libros de investigación, además de la publicación de otros productos como un libro de texto y un estudio de caso. Si se compara la producción entre el año 2016 y el año 2015 se evidencia una disminución en el número de productos publicados por el grupo. Lo anterior es natural y obedece al ritmo de las agendas de investigación de los integrantes del grupo.



Regularmente la producción es cíclica, en donde se intercalan años de mayor y menor nivel de publicaciones, por el tiempo que toman los productos en ser aprobados y publicados en las revistas que hemos definido como objetivo. Prueba de lo anterior es que la producción que fue aprobada para el año 2017 al finalizar el año equipará la producción alcanzada en el 2016. Lo anterior permite prever un buen comportamiento de las publicaciones del grupo para el año 2017.

Los retos del 2017 se centrarán en la consolidación de la estrategia de fortalecimiento del grupo con la vinculación de nuevos profesores investigadores, además de mantener la calidad e incrementar su producción y visibilidad en el ámbito nacional e internacional.



2

# Mejor Talento





2.1. MBA .....	53
2.2. Posgrados en Finanzas .....	56
2.2.1. Especialización en Finanzas Corporativas .....	56
2.2.1.1. Alumnos de la Especialización:.....	56
2.2.1.2. Currículo .....	59
2.2.1.3. Profesores internacionales.....	62
2.2.2. Maestría en Finanzas Corporativas.....	62
2.2.3. Otros temas a destacar .....	66
2.3. Posgrados en Marketing.....	67
2.3.1. Especialización en mercadeo estratégico .....	67
2.3.1.1. Profesores .....	68
2.3.1.2. Prueba de producto 2016 - Premio a la innovación de mercadeo 2016 .....	69
2.3.1.3. Grados .....	70
2.3.2. Maestría en Dirección De Marketing .....	70
2.3.2.1. Profesores .....	72
2.3.2.2. Viaje a España.....	73
2.3.2.3. CESA digital day 2016 .....	74
2.3.2.4. Grados.....	75

## 2.1. Programa MBA

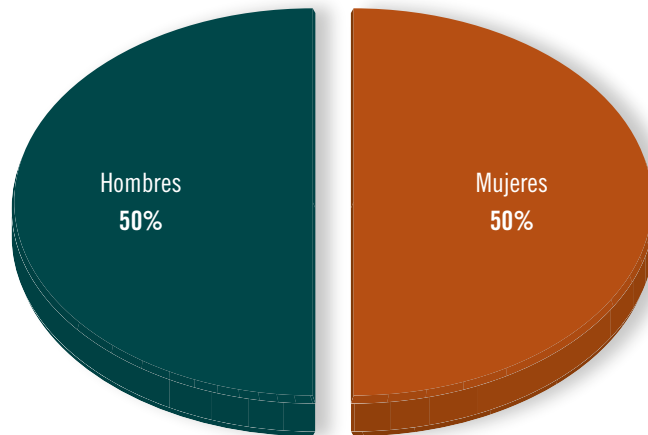
Aprobado por el MEN mediante la Resolución 12965 de septiembre de 2013, con registro calificado por siete años.

Desde el 2014 el CESA puso en marcha uno de los programas definidos como parte importante del Plan Estratégico 2009-2014 en el campo de los posgrados: la Maestría en Administración, MBA. Para inicios del año 2015 este programa contaba con dos cohortes en curso. La III Cohorte inició clases en enero de 2016 con un evento especial en el que participaron directivos del CESA y del Sprott School of Business de Canadá, y un grupo selecto de 12 estudiantes que fueron matriculados en el programa después de verificar que cumplían con todos los requisitos de ingreso.

El proceso de selección no fue sencillo, pues, a diferencia de los requisitos de ingreso de otros programas de posgrado exige, entre otros, la presentación de un examen de ingreso internacional denominado PAEP y una gran suficiencia comunicativa en inglés, la cual debe ser demostrada mediante un riguroso curso de dominio de una segunda lengua extranjera.

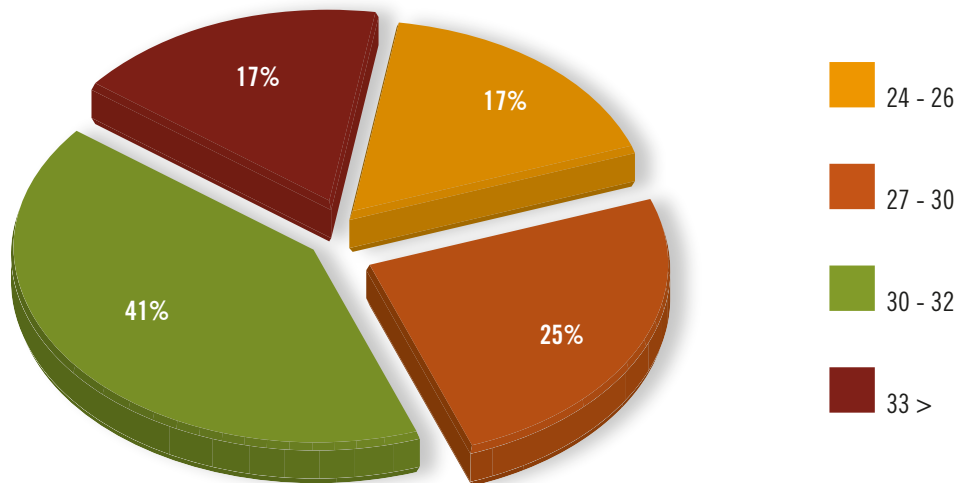
El resultado fue la conformación de un grupo interdisciplinario de estudiantes procedentes de diversas universidades, que ha trabajado durante el año bajo la asesoría y el acompañamiento de profesiones y esperan culminar su programa en diciembre del 2018.

GRÁFICA 5. Estudiantes MBA III Cohorte – Distribución por género



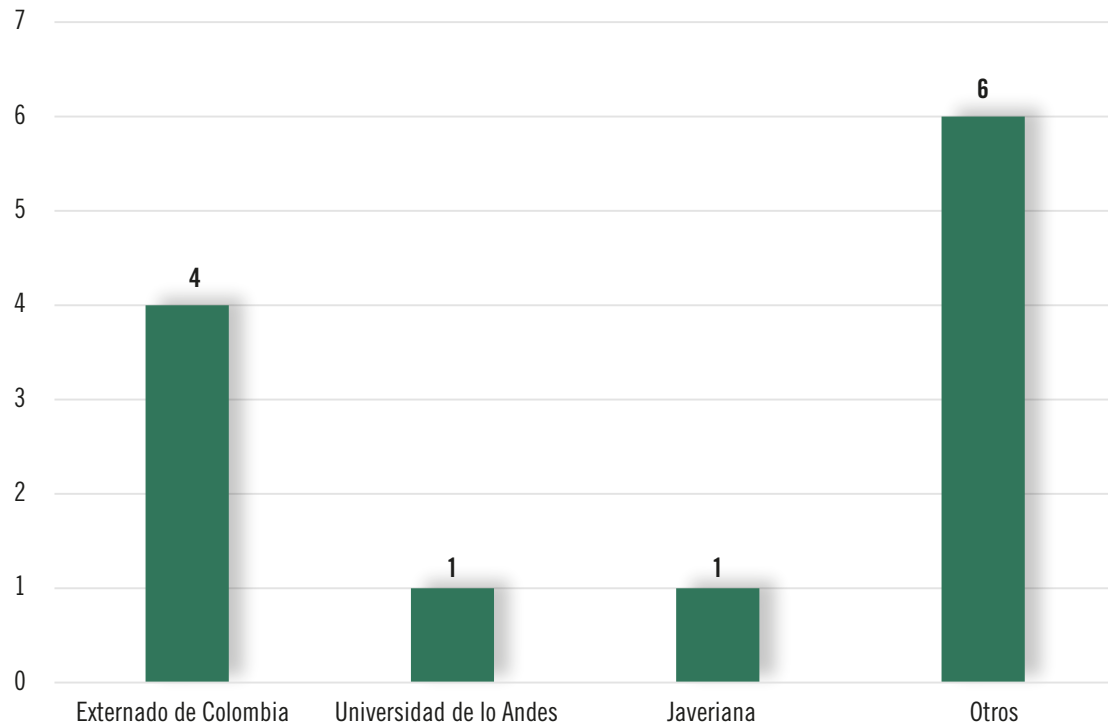
NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección MBA

GRÁFICA 6. Estudiantes MBA III Cohorte – Distribución rangos de edad



NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección MBA

GRÁFICA 7. Estudiantes MBA III Cohorte – Universidad de procedencia



NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

Durante el año 2016 trabajaron con el MBA ocho profesores colombianos y nueve provenientes del Sprott School of Business, lo que ratifica el carácter internacional del programa. La II Cohorte realizó su viaje de inmersión a Canadá donde, aparte de cursar la asignatura “Hacer negocios en los Estados Unidos”, visitó empresas locales domiciliadas en Ottawa. Adicionalmente, los estudiantes de la II Cohorte participaron en una conferencia especial sobre manejo de compañías holding, a cargo del Sr. Julián Montejo Perry., Presidente del Grupo Solidda, quien compartió sus experiencias profesionales sobre este tema específico.

Al 31 de diciembre del 2016 se matricularon nueve estudiantes, con los cuales completamos un grupo de 29 estudiantes formalizados en el año con dos cohortes en curso.

En diciembre se presentaron 41 aspirantes a la IV Cohorte de los que efectivamente se seleccionaron 31. En septiembre del 2016 se graduó la I Cohorte (20 graduados de 22 estudiantes). Por otra parte, obedeciendo al deseo de la institución plasmado en el Plan Estratégico 2015-2020, después de obtener todas las aprobaciones de las instancias correspondientes, en Julio del 2016 nos fue otorgado el registro calificado para MBA, versión nacional.

## 2.2. Posgrados en Finanzas

### 2.2.1. Especialización en Finanzas Corporativas

#### 2.2.1.1. *Alumnos de la Especialización:*

Aprobado por el MEN, mediante Resolución 1865 de 26 de febrero de 2013 con registro calificado por siete años.

A finales del año 2015 se procedió a la convocatoria del programa de especialización en Finanzas Corporativas, para la Cohorte 40. Se inscribieron 70 candidatos de los cuales se aceptaron 35. El grupo quedó conformado finalmente por 32 alumnos.

Durante el primer semestre de 2016 se recibieron 73 inscripciones para los aspirantes a ingresar en el CESA en el segundo semestre, correspondientes a la Cohorte 41. Después del proceso de admisión que consistió en un examen de admisión y entrevistas a todos los aspirantes, fueron aceptados 35, de los cuales se matricularon 31.

En el año 2016 el total de estudiantes fue de 122, pertenecientes a las Cohortes 38, 39, 40 y 41.

En el año 2016 se graduaron dos promociones: la Cohorte 37 en marzo de 2016 y la Cohorte 38 en el segundo semestre con 31 y 29 alumnos respectivamente.

En términos generales la demanda por la especialización se mantuvo en el año 2016, y el tamaño de las cohortes fue de 31 alumnos en promedio.

Las inscripciones para el programa de finales de 2016 alcanzaron a 43 aspirantes, de los cuales fueron seleccionados y admitidos 37. Una vez terminó el proceso de matrículas el grupo quedó conformado por 30 estudiantes, y que corresponde a la Cohorte 42.

A pesar de que el CESA cuenta con el programa de la Maestría en Finanzas Corporativas ha continuado el interés en el mercado laboral por la Especialización, razón por la cual la política es mantener este posgrado. Cabe mencionar que las condiciones de admisión continúan igual de estrictas y se lleva a cabo un proceso de selección que consiste en un examen de admisión muy técnico y entrevistas a todos los candidatos, de esta manera se procura que el nivel académico de los admitidos facilite la integración intelectual, que compartan los valores



que profesa el CESA y que las labores pedagógicas puedan desarrollarse eficazmente y con la exigencia debida.

De acuerdo con las preguntas formuladas en las entrevistas se resalta que el interés por la especialización proviene de las referencias dadas por los mismos alumnos y exalumnos, ya que una de las preguntas directas que se les formula una vez terminan, es “si recomiendan a otras personas el programa”, cuya respuesta es siempre afirmativa.

La promoción 40 inició el programa de Especialización en Finanzas Corporativas en el primer semestre de 2016 y la composición correspondió a (Ver Tabla 3):

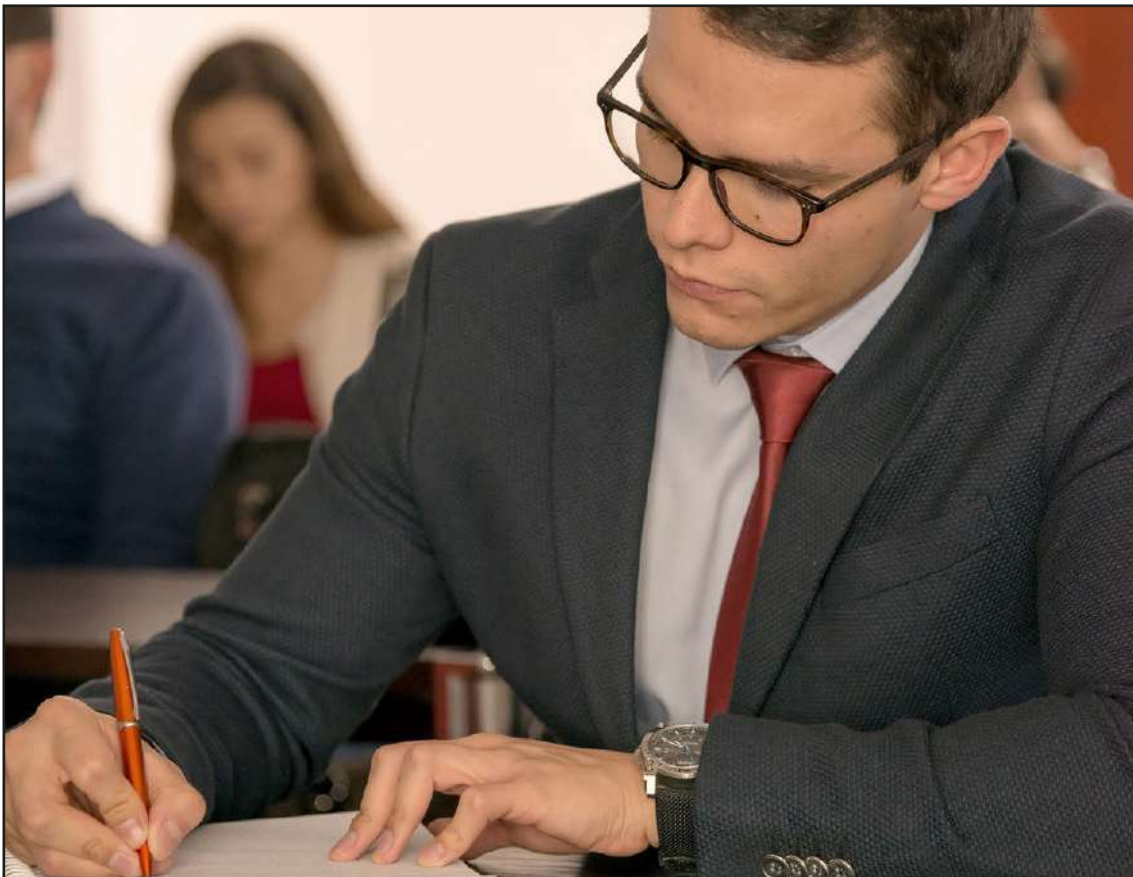


TABLA 3. Composición por universidad de procedencia y profesión, promoción 40 Especialización en Finanzas Corporativas

Universidad de procedencia		Procedencia por profesiones	
Universidad Tecnológica de Bolívar	1	Politólogo	1
Andes	3	Administración De Empresas	5
EAN	1	Contaduría Publica	9
Cesa	2	Economía	2
Piloto de Colombia	1	Finanzas y Comercio Internacional	8
La Sabana	1	Ingeniería Financiera	1
Central	2	Ingeniería de Producción	1
Uniempresarial	1	Ingeniería Industrial	4
Externado De Colombia	4	Ingeniería de Sistemas	1
Corporación Universitaria Iberoamericana	1		
Javeriana	2		
La Salle	3		
Militar	2		
U. Pedagógica y Tecnológica de Colombia.	1		
Rosario	3		
Fundación Universitaria Los Libertadores	1		
Corporación Universitaria de Ciencia Y Desarrollo	1		
Sergio Arboleda	2		
<b>Total</b>	<b>32</b>		

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

Los estudiantes que iniciaron la especialización en el segundo semestre de 2016, Cohorte 41, provienen de las siguientes universidades y profesiones (Ver Tabla 4) :

TABLA 4. Composición por universidad de procedencia y profesión, promoción 41 de especialización en Finanzas Corporativas

Universidad de Procedencia		Procedencia por Profesiones	
Andes	2	Administración de Empresas	3
Central	1	Contaduría Pública	12
Cesa	2	Derecho	1
Cooperativa de Colombia	1	Economía	6
CUN	1	Finanzas y Relaciones Internacionales	6
Escuela de Ingeniería Julio Garavito	1	Ingeniería Financiera	2
Externado de Colombia	6	Ingeniería Industrial	3
Javeriana	6		
La Sabana	1		
Libre	1		
Mariana- Pasto	1		
Militar Nueva Granada	1		
Nacional de Colombia	2		
Piloto de Colombia	2		
Rosario	1		
Santo Tomás	1		
Unipanamericana	1		
<b>Total</b>	<b>31</b>		<b>33</b>

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

### 2.2.1.2. Currículo

Teniendo en cuenta la buena aceptación del programa, en particular las materias propuestas dentro de la malla curricular, después de realizar un *benchmarking* con las universidades de referencia para el CESA se decidió no modificar el currículo. Los aspirantes muestran alta preferencia por el programa del CESA debido a que abarca un mayor número de materias de temas financieros.

#### Profesores.

La nómina de profesores es de muy alto nivel. Más del 94% tiene maestría de reconocidas Universidades del Exterior, posee una larga experiencia en el sector financiero y real y, además, cuenta con amplia experiencia en el mundo académico (Ver Tabla 5).

TABLA 5. Profesores especialización y maestría en finanzas corporativas

Nombre	Asignatura en Especialización Finanzas Corporativas	Asignatura en Maestría en Finanzas Corporativas	Cargo
Acosta José Roberto	Economía.	Análisis de entorno económico	Asesor y consultor empresarial
Almonacid Camilo	Ética en los negocios		Asesor estratégico de Tecpoint S.A.
Bruckner Borrero Clara	Énfasis -Gestión del riesgo II	Gestión del Riesgo II	Asesora y consultora empresarial
Cadena Lozano Javier Bernardo	Estadística	Econometría	Profesor de planta -CESA
Cano Carlos Gustavo	Economía.	Análisis de entorno económico	Codirector-Banco de la República
Correa Juan Santiago		Seminario introducción a la investigación I, Seminario de investigación, Trabajo de grado I	Profesor de planta -CESA

Nombre	Asignatura en Especialización Finanzas Corporativas	Asignatura en Maestría en Finanzas Corporativas	Cargo
Cayon Edgardo		Nivelatorio en Contabilidad, Planeación financiera y Análisis de crédito, Seminario Introducción a la investigación II	Profesor de planta -CESA
De la Vega Vallejo Roberto		Banca de Inversión I y II	Director Maestría en Administración (MBA)- U. Javeriana
Hernández Avendaño Esperanza	Finanzas internacionales,	Gestión de Riesgo	Asesora y consultora empresarial
Huertas Salgado Carlos Arturo	Matemáticas Financieras Avanzadas	Nivelatorio en Excel	Vicepresidente de planeación DataCrédito
Jaramillo Juan Carlos	Legislación tributaria		Asesor y consultor empresarial
León Camacho Bernardo	Mercado de Capitales, Ingeniería Financiera /Bloomberg	Mercado de dinero y Capitales	Asesor y consultor empresarial
Moncada Niño Álvaro Fernando	Simulaciones en Excel		Asesor y consultor empresarial
Riaño Arturo	Banca de Inversión, Énfasis en banca de Inversión		Vpte. financiero Grupo Sanford
Rivas Becerra Germán Ricardo	Corporate Strategy		Asesor y consultor empresarial
Romero Avilés José Ricardo	Énfasis en Normas internacionales de información financiera NIF	Legislación Tributaria	Subdirector de Operaciones - Secretaría de Hacienda Distrital
Salas Silva Ricardo	Énfasis en Administración y evaluación de proyectos	Administración y evaluación de proyectos	Asesor y consultor empresarial
Salcedo Ospina Ana María	Titularización de activos		Directora de Inversiones y Desarrollo de Mercado Titularizadora Colombiana S.A.
Sandoval Jose Luis	Corporate Strategy		Director Académico del Executive MBA- Universidad Sergio Arboleda.
Serrano Carlos Felipe	Gestión de Riesgos I		Gerente de Riesgos de la Bolsa de Valores de Colombia

Nombre	Asignatura en Especialización Finanzas Corporativas	Asignatura en Maestría en Finanzas Corporativas	Cargo
Silva Escobar Luisa Fernanda	Contabilidad Gerencial		Jefe Sección Sector Financiero del Banco de la República
Suescun Mutis Fernando Eduardo	Énfasis, Finanzas Internacionales	Finanzas internacionales	Director Financiero Colsubsidio
Zitzmann Riedler Werner	Gerencia de capital de trabajo, Análisis y decisiones Financieras, Prospección Financiera y Fondo	Gerencia de Capital de Trabajo	
Finanzas Corporativas I	Director Posgrados en Finanzas Corporativas- CESA		

NOTA: CESA, elaboración propia, Dirección Posgrados en Finanzas

### 2.2.1.3. *Profesores internacionales*

Se ha mantenido la planta de profesores investigadores Internacionales y de consultores que están inmersos en el mundo de las finanzas corporativas (Ver Tabla 6).

TABLA 6. Profesores internacionales

Nombre	Materia
Francisco Venegas PhD. (Pol. Nacional, México)	Matemáticas Avanzadas
Eduardo Herrera MBA (Ecuador)	Simulación Monte Carlo y Modelación Financiera
Roberto Santillán PhD. (EGADE- México)	Finanzas Corporativas
Lorenzo Dávila PhD (España)	Ingeniería Financiera
Fernando DIZ PhD. (E.E.U.U.)	Value Investing

NOTA: CESA, elaboración propia Dirección Posgrados en Finanzas

Desde hace tres años está colaborando como profesor asistente nuestro exalumno de la EFC y MFC, John Jiménez Triviño, quien es un alto ejecutivo en Casa de Bolsa del Grupo Aval y ha participado en los distintos cursos dictados por el director del Posgrado en Finanzas Corporativas, con apoyo de temas del mercado de capitales que afectan las finanzas en diversos aspectos.

## 2.2.2. Maestría en Finanzas Corporativas

Aprobado por el MEN mediante Resolución 2768 de 6 de abril de 2011 con registro calificado por siete años.

Durante el año 2016 las promociones 7, 8, 9, 10 y 11 cursaron estudios de maestría en Finanzas Corporativas. En abril de 2016 tuvo lugar la ceremonia de graduación de 30 estudiantes, que homologaron créditos provenientes de la especialización, así como alumnos regulares. En el segundo semestre de 2016 se graduaron 24 estudiantes.

TABLA 7. Composición por universidad de procedencia y profesión, cohorte 10. Maestría en Finanzas Corporativas

Procedencia de universidad		Procedencia por profesión	
Javeriana	8	Administración de Empresas	13
Externando	3	Economía	4
Andes	5	Ingenierías	4
Cesa	3	Contaduría	8
Rosario	4	Finanzas y Relaciones Internacionales	4
Otras	12	Otras	2
<b>Total</b>	<b>35</b>		

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

TABLA 8. Composición por universidad de procedencia y profesión, cohorte 11 Maestría en Finanzas Corporativas

Procedencia De Universidad		Procedencia Por Profesión	
Andes	5	Administración de Empresas	10
Central	1	Administración de Negocios Internacionales	1
Cesa	4	Contaduría Pública	5
Eafit	1	Economía	4
EAN	1	Finanzas y Relaciones Internacionales	4
Externado	1	Ingeniería Industrial	5
Javeriana	3	Ingeniería Mecánica	1
La Salle	1	Ingeniería Financiera	1
Nacional de Colombia	1	Negociadora Internacional	1
Piloto de Colombia	2		
Pontificia Bolivariana	1		
Rosario	5		
Sabana	1		
Sergio Arboleda	1		
Tecnológica De Pereira	1		
Universidad del Quindío	1		
<b>Total</b>	<b>30</b>		<b>32</b>

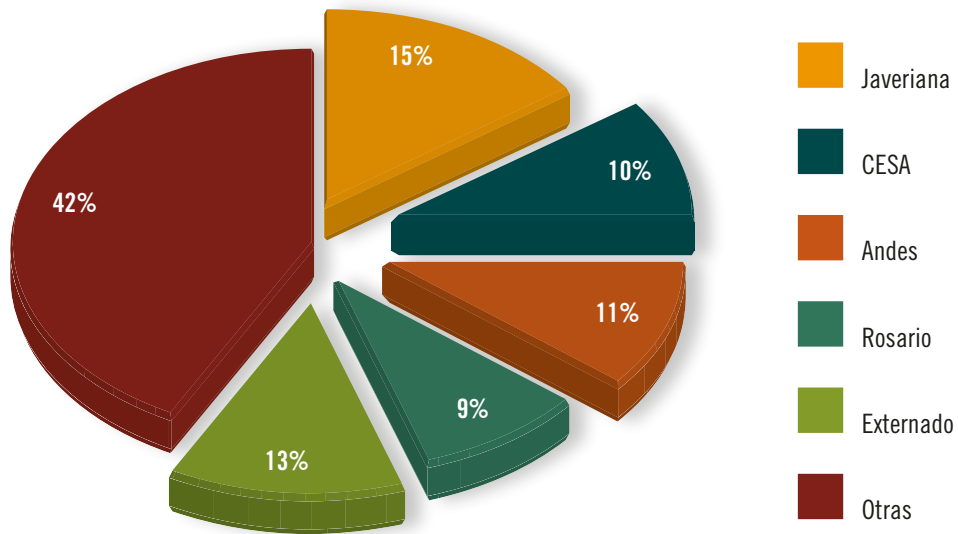
NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

En la Maestría en Finanzas Corporativas la composición por género corresponde a 39% mujeres y 61% hombres, con una edad promedio de 29.7 años.

Al cierre del segundo semestre de 2016, la población total de estudiantes fue de 381, de los cuales 310 son estudiantes nuevos y 71 provienen de la especialización en Finanzas Corporativas, quienes homologaron los créditos del programa.

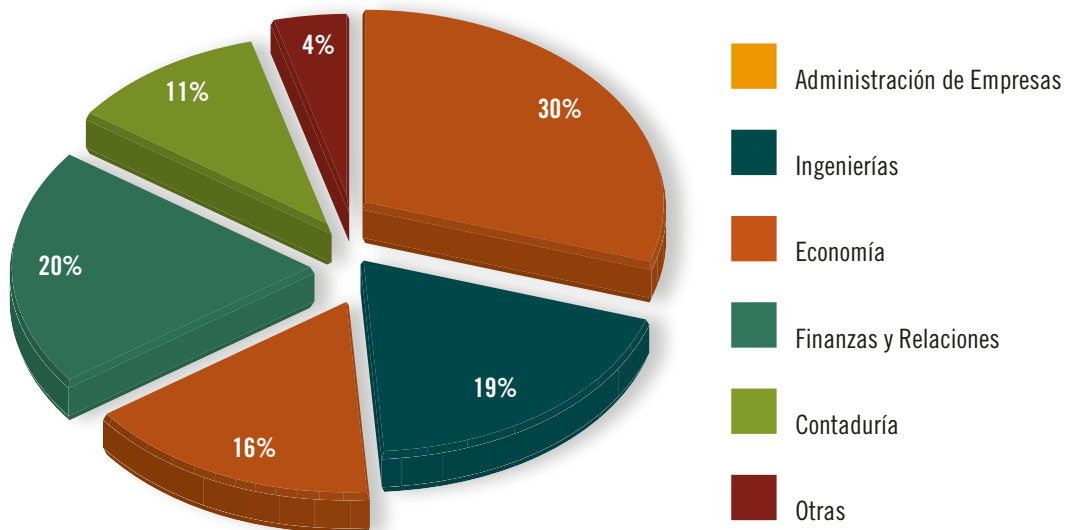


GRÁFICA 8. Origen por universidades alumnos de todas las promociones de maestría en Finanzas corporativas



NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

GRÁFICA 9. Origen por profesión alumnos de todas las promociones de maestría en Finanzas corporativas



NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

**TABLA 9.** Profesores programa de maestría en Finanzas Corporativas año 2016

Bernardo León	Maestría
Carlos Felipe Serrano	Maestría
Carlos Gustavo Cano	Maestría
Carlos Huertas	Maestría
Clara Bruckner	Maestría
Edgardo Cayón	PhD
Fernando Diz (USA Syracuse)	PhD.
Fernando Suescun	Maestría
Francisco Venegas (Politécnico Nacional México)	PhD.
Javier Cadena	PhD.
José Ricardo Romero	Maestría
Juan Santiago Correa	PhD.
Lorenzo Dávila (España)	PhD.
Roberto de la Vega	PhD.
Roberto Santillán (ITMS EGADE México)	PhD.
Werner Zitzmann	Candidato a Dr.

NOTA: CESA, elaboración propia Dirección Posgrados en Finanzas

**TABLA 10.** Profesores programados en el año 2017 para el programa de maestría en Finanzas Corporativas

Bernardo León	Maestría
Carlos Felipe Serrano	Maestría
Carlos Gustavo Cano	Maestría
Carlos Huertas	Maestría
Clara Bruckner	Maestría
Edgardo Cayón	PhD
Esperanza Hernández	Maestría
Federico Molina (PUA Argentina)	PhD

Fernando Suescun	Maestría
Francisco Venegas (IPN México)	PhD
Javier Cadena	PhD
José Ricardo Romero	Maestría
Juan Santiago Correa	PhD
Lorenzo Dávila (España)	PhD
Marcelo Delfino (U. de Córdoba, Argentina)	PhD
Roberto de la Vega	Ph.D.
Roberto Santillán (ITMS EGADE México)	Ph.D.
Werner Zitzmann	Cand. Dr.

NOTA: CESA, elaboración propia Dirección Posgrados en Finanzas

Cabe anotar que de la nómina total de 18 profesores nueve tienen título de PhD., uno en formación doctoral y todos los demás Maestría.

### 2.2.3. Otros temas a destacar

El Dr. Werner Zitzmann fue nombrado en el 2016 presidente del Board de la American Academy of Financial Management , cargo que tiene un año de vigencia, por lo que fue reemplazado en el mes de octubre por el director de la Conferencia Internacional de Finanzas Corporativas 2016, con sede en Viña del Mar, Chile. El Dr. Zitzmann envió la ponencia “Decisiones Financieras respecto a Proveedores” a la Conferencia Internacional de Finanzas, llevada a cabo en Viña del Mar, Chile. .

## 2.3. Posgrados en Marketing

### 2.3.1. Especialización en mercadeo estratégico

Aprobado por el MEN mediante Resolución 1864 de 26 de febrero de 2013, con registro calificado por siete años.

El CESA evoluciona en la oferta de contenidos pertinentes y relevantes que garanticen a los estudiantes acceso a las nuevas tendencias y prácticas de mercadeo estratégico. De esta manera se busca generar mayores ventas, procesos de producción y abastecimientos más rentables, así como productos y servicios mucho más alineados con las expectativas y necesidades del consumidor, anticipándose a las oportunidades que presentan los mercados en un mundo globalizado.

Maestros que comparten su visión y experiencia en el sector real acercan a los estudiantes a escenarios de toma de decisiones, bajo parámetros más exigentes en el ejercicio del mercadeo, tal y como lo demanda la nueva sociedad de consumo, la cual está influenciada por vectores tecnológicos, sociales y ambientales que imprimen una nueva dinámica económica.

Para la Cohorte 39 se realizaron un total de 99 entrevistas. Ingresaron 63 alumnos, quienes iniciaron sus estudios en el segundo semestre de 2015 y lo culminaron a finales del segundo semestre de 2016.

Para la Cohorte 40 fueron entrevistados 74 candidatos y aceptados 63. El grupo quedó conformado por 50 alumnos.

Para la Cohorte 41 se presentaron 98 candidatos, de los cuales fueron aceptados 64. El grupo quedó conformado por 55 alumnos (Ver Tablas 11 y 12).

TABLA 11. Estudiantes por profesión, aceptados en la Especialización en Mercadeo Estratégico

Período Académico	I-2016	II-2016
Administración de Empresas	19	15
Economía	1	5
Ingeniería Industrial	8	4
Mercadeo y Publicidad	4	6
Comunicación Social	4	6
Otras	14	19
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>55</b>

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

TABLA 12. Estudiantes por universidad origen, aceptados en la Especialización en Mercadeo Estratégico

Período Académico	I-2016	II-2016
Javeriana	8	7
Andes	6	8
CESA	1	2
Sabana	8	7
Nacional	1	2
Politécnico	3	1
Otras	23	28
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>55</b>

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

### 2.3.1.1. Profesores

Cabe destacar que la nómina de profesores del programa es de muy alto nivel profesional. la gran mayoría tiene estudios de posgrado en reconocidas universidades nacionales y del exterior, y posee una vasta trayectoria en el sector financiero y real, además de amplísima experiencia en el mundo académico (Ver Tabla 13).

TABLA 13. Profesores del programa de especialización en Mercadeo Estratégico

Docente	Asignatura
Aldaz Biere, Paola - Internacional	Creatividad en marketing
Babativa Márquez, José Giovany	Estadística aplicada al Mercadeo
Baena Peña, Rubén Darío	Gerencia de ventas
Bernal Jaramillo, Jorge Luis	Gerencia de distribución
Brunetta, Hugo Alberto - Internacional	Mercadeo relacional
Cadena Lozano, Javier Bernardo	Electiva: fijación técnica y estratégica de precios
Camacho Ospina, Julio Mario	Marketing digital
Dakduk Valle Silvana María	Fundamentos de mercadeo estratégico
Dueñas Burgos Jose Fernando	Gerencia de producto
García Quiroz Gabriel Jaime	Plan de mercadeo
Gómez Martínez, Miguel	Entorno económico
Huertas Salgado, Carlos Arturo	Decisiones financieras en marketing
Nunes Rodrigues, Fernando Luis	Neurociencia aplicada al marketing
Tejada Orozco, Luis Alfonso	Comunicación estratégica / Fundamentos de mercadeo estratégico
Tessi Parisi, Manuel Ignacio - Internacional	Electiva: Management de la comunicación interna
Toledo Takahashi, Nivaldo - Internacional	Portafolio de marcas y branding
Zárate, Luis Alejandro	Investigación de mercados

NOTA: CESA, elaboración propia Dirección Posgrados en mercadeo estratégico

### 2.3.1.2. *Prueba de producto 2016 - Premio a la innovación de mercadeo 2016*

Como es costumbre, como parte de la asignatura de Gerencia de Producto de la especialización, cada semestre se lleva a cabo la Feria de la Innovación, que para esta edición contó con el respaldo del CLE (centro de liderazgo y emprendimiento), quien apoyó y acompañó al grupo ganador de cada sección hasta la etapa de incubación de su proyecto de “emprendimiento”.

### 2.3.1.3. *Grados*

En el primer semestre la ceremonia de grado se llevó a cabo el 10 de marzo. y En el segundo semestre el 8 de septiembre. El número de graduandos en cada período fue (Ver Tabla 14):

TABLA 14. Graduandos de la especialización en Mercadeo Estratégico

Período Académico	2016-1	2016-2
Graduandos	67	47

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

## 2.3.2. *Maestría en Dirección de Marketing*

El convenio de Doble Titulación con el ESIC Business & Marketing School, de España, fue aprobado por el MEN, mediante Resolución 7149 de 30 de agosto de 2011, con registro calificado por siete años.

La maestría en Dirección de Marketing es un programa que está alineado a la misión del CESA, es decir, formar los mejores líderes empresariales. A partir de una experiencia internacional, se ofrece con mayor profundización en los conceptos y teorías del mercadeo de vanguardia, una oportunidad única para desarrollar las competencias exigidas en cargos de nivel directivo.

Es así como se ha logrado consolidar una reputación que se evidencia cada semestre en una base sólida de aspirantes con el perfil indicado (ver Tablas 15, 16, 17 y 18), quienes valoran los esfuerzos de la institución por mantener un programa a la vanguardia del conocimiento, que forma mejores profesionales y mejores personas para asumir los grandes retos de la Dirección de Marketing.

TABLA 15. Datos del proceso de admisión de la maestría Dirección de Marketing

Período Académico	2016-1	2016-2
Aspirantes	33	46
Estudiantes aceptados	27	30
Matriculados	26	26

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

TABLA 16. Origen de los aceptados por universidad de procedencia

Período Académico	I-2016	II-2016
Javeriana	4	4
Externando	3	3
Andes	3	3
Cesa	2	2
Rosario	1	1



Período Académico	I-2016	II-2016
Sabana	4	4
Otras	11	9
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>26</b>

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

TABLA 17. Origen de los aceptados por profesión de procedencia

Período Académico	I-2016	II-2016
Administración de Empresas	8	8
Economía	2	2
Ingenierías	4	4
Comunicación Social y Periodismo	4	4
Finanzas y Relaciones Internacionales	2	2
Otras	8	6
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>26</b>

NOTA: CESA, Boletín estadístico 2016

### 2.3.2.1. Profesores

TABLA 18. Profesores de la maestría Dirección de Marketing

Docente	Asignatura
Acosta Ramos, José Roberto	Entorno económico
Bernal Jaramillo, Jorge Luis	Estrategias de planeación y gerencia de la cadena de suministros
Cadena Lozano, Javier Bernardo	Política de precios
Correa Pinedo, Carlos Enrique	Decisiones financieras en marketing
Cubillo Pinilla José María - Esic	Marketing para mercados globalizados – ESIC

Docente	Asignatura
Dakduk Valle, Silvana María	Seminario de investigación
De La Guardia Gascañana, Carlos - Esic	Comunicación corporativa – ESIC
Dueñas Burgos, José Fernando	Estrategias STP
Duque Duque, Juan Antonio	Marco regulatorio de la competencia en el mercado
García Quiroz, Gabriel Jaime	Dirección de marketing
Hernández Ruiz, Jesús - Esic	Marketing digital – ESIC
Herrera Mora, Camilo	Gestión del conocimiento del consumidor
Huertas López, Mario Sigfrido	Prospectiva aplicada al marketing
Huertas Salgado, Carlos Arturo	Modelación financiera en marketing
López-Quesada Fernández, Agustín	Planeación estratégica de marketing - ESIC
Nunes Rodrigues, Fernando Luis	Neurociencia aplicada al marketing
Restrepo Torres Marta Lucía	Kapital cliente
Rincón Vásquez, Juan Carlos	Estadística aplicada al marketing
Sánchez Villa, Luis Alfredo - Esic	Gerencia estratégica de producto – ESIC
Serrano Vega, Xavier Augusto	Innovación y creatividad en marketing
Tejada Orozco, Luis Alfonso	Trabajo de grado
Tessi Parisi, Manuel Ignacio - Internacional	Liderazgo y habilidades directivas
Toledo Takahashi, Nibaldo - Internacional	Dirección de branding

NOTA: CESA, elaboración propia Dirección Posgrados en Marketing

### 2.3.2.2. *Viaje a España*

Del 14 al 19 de noviembre de 2016, los estudiantes del grupo MDM 7 visitaron las instalaciones de ESIC en Madrid, España.



### 2.3.2.3. *CESA Digital Day 2016*

Este es un evento organizado por la Dirección de Posgrados en Marketing y la Coordinación de Investigación en Marketing, que permite reunir a representantes del sector empresarial y a académicos interesados en temas del ecosistema digital.

El Digital Day CESA “E-Commerce - 20 años después” se realizó el 4 de octubre en el auditorio principal del CESA Álvaro Valencia, con la asistencia de más de 200 personas. Adicionalmente se transmitió en directo vía *streaming*, con lo que se logró llegar a múltiples audiencias en la red.

Con una visión más académica logramos la participación del profesor invitado Narciso Cerpa, Editor JTAEC, quien expuso un trabajo ya publicado muy pertinente a la realidad actual en Suramérica: “Collective action for mobile payment platforms: A case study on collaboration issues between banks and telecom operators”.

La profesora Silvana Dakduk y el profesor Enrique Ter Horst, miembros de la línea de Investigación en Marketing del Grupo de Estudios de Administración-CESA, expusieron acerca de los resultados de su investigación sobre las causas, barreras y razones de las compras de los colombianos en Internet.

Se contó también con la participación de Julio Mario Camacho, profesor de la especialización en Mercadeo Estratégico, miembro de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, quien expuso las últimas cifras de las actividades más relevantes de *E-commerce* en Colombia, el *CyberLunes*” y las tendencias de las nuevas plataformas digitales en los procesos de comercialización, distribución y solución de necesidades del nuevo consumidor digital.

Por último, se contó con la participación de nuestro aliado estratégico IBM, en cabeza del Ingeniero Jorge Vergara -*Chief Technology Officer IBM Colombia*-, y su conferencia “Cognitive Marketing”, en la que expuso los últimos avances de soluciones al servicio de la gestión estratégica de mercadeo a partir de metodologías de análisis *big data*.

### 2.3.2.4. Grados

En el primer semestre la ceremonia de grado se llevó a cabo el 19 de abril, mientras que en el segundo semestre el 27 de septiembre. El número de graduandos en cada período fue de (Ver Tabla 19):

TABLA 19. Graduandos de la maestría en Dirección de Marketing

Período Académico	2016-1	2016-2
Graduandos	30	27

Nota: CESA, Boletín estadístico 2016



# 3 Internacionalización





3.1. Relaciones internacionales.....	76
3.1.1. Estrategia de Internacionalización del CESA.....	76
3.1.2. Avances en el proceso de internacionalización.....	77

## 3.1. Relaciones internacionales

### 3.1.1. Estrategia de Internacionalización del CESA

La globalización y el consecuente crecimiento de la interdependencia entre países y sus economías, han creado grandes desafíos para las instituciones de educación superior. El mercado laboral requiere cada vez más de profesionales capaces de desempeñar y responder a los nuevos desafíos de un mundo globalizado. En este sentido, se hacen imperativos los esfuerzos por la internacionalización de las universidades, de tal manera que se logre la formación de profesionales capaces de generar valor agregado, con competencias de liderazgo, pensamiento estratégico, comunicación, habilidades interculturales, experiencias internacionales y dominio de otros idiomas, así como de asumir retos y tomar decisiones en un entorno altamente competitivo.

Para el CESA es prioridad la inclusión de perspectivas internacionales en sus tres principales funciones: enseñanza, investigación y extensión, y asó asegurar la formación integral de sus estudiantes. Para este fin se han identificado los siguientes campos de acción:

- Establecer alianzas estratégicas y cooperación con pares internacionales.
- Generar investigación de alta calidad en colaboración con universidades pares e instituciones.



- Promover la movilidad internacional de los profesores y estudiantes, para fomentar la adquisición de experiencias internacionales y de competencias interculturales.
- Promover que los graduados tengan las competencias necesarias para el mercado laboral, a través de impartir programas con enfoque en adquisición de “resultados de aprendizaje”.
- Internacionalización del currículo.

### 3.1.2. Avances en el proceso de internacionalización

Durante el año 2016 la Oficina de Relaciones Internacionales -ORI trabajó fuertemente en la consolidación del proceso de internacionalización y ha logrado avances en las siguientes áreas:

- **Acuerdos internacionales:** como eje principal de la estrategia de internacionalización, la Oficina de Relaciones Internacionales ha implementado acciones para fortalecer lazos con universidades socias. Asimismo, se han establecido contactos en países donde no existen convenios con universidades con el propósito de establecer alianzas y comenzar a promover el intercambio de estudiantes. En los últimos años la Oficina se ha enfocado en consolidar la implementación de los convenios vigentes y negociar nuevos. Esto ha incrementado el número de destinos a nivel internacional para la movilidad académica de los estudiantes del CESA y ha conducido a robustecer en número la movilidad de estudiantes del CESA al exterior en programas de intercambio por un semestre y de doble titulación y un crecimiento importante en el número de estudiantes internacionales.

- **Nuevos convenios:** durante el año del 2016 se realizaron acercamientos importantes con varias universidades, tanto nacionales e internacionales (University of Bradford, Macquarie University y Boston University Metropolitan College, Universidad EIA de Medellín), con el objetivo de fortalecer lazos y explorar posibilidades de colaboración que han posibilitado la firma de convenios con tres de ellas en un futuro cercano ( Macquarie University, Boston University Metropolitan College, Universidad EIA de Medellín).

- **Nuevas becas para estudiantes del CESA:** una de las barreras para los estudios en el exterior es el financiamiento. Gracias a la gestión de la Oficina de Relaciones Internacionales se logró hasta 95% de beca en la matrícula del CESA, para los estudiantes que salen de intercambio al exterior, convenios de becas parciales para egresados del CESA en escuelas de negocios prestigiosas y becas parciales de matrícula y/o sostenimiento con varias universidades como: las becas Emerging Leaders of the Americas Program -ELAP, del Gobierno Canadiense; las becas Iberoamérica, Santander Universidades, JASSO Scholarship de Japón; becas totales o parciales en las diferentes universidades en convenio. y. A lo largo de estos años la ORI ha conseguido:

- Beca Emerging Leaders of the Americas Program -ELAP del Gobierno canadiense, que ha beneficiado a 16 estudiantes del CESA con CAD\$7,500 dólares canadienses cada uno, para un total de CAD\$120,000.
- Beca Iberoamérica, Santander Universidades–CESA, que ha beneficiado a 20 estudiantes: € 30,000 para 10 estudiantes durante 2013 y 2014;

€ 15,000 para cinco estudiantes en 2015, € 15,000 para cinco estudiantes en 2016; para un total de € 60,000.

- Beca JASSO del Gobierno japonés que ha beneficiado a cuatro estudiantes en el 2015 y a tres estudiantes en el 2016.
- Becas totales o parciales en las siguientes universidades mediante convenio: Merit Scholarships en IESEG y Eiffel Scholarship, con sede en Francia)
- Becas parciales para egresados del CESA mediante convenio con escuelas de negocios prestigiosas como la EADA Business School, de Barcelona.



- **Asesoría académica:** la Oficina de Relaciones Internacionales brindó asesoría académica sobre oportunidades de estudios en el exterior (semestre por fuera o doble titulación), a través de charlas informativas aproximadamente 20 sesiones durante 2016. Esta actividad es clave para incrementar el interés y el número de estudiantes con planes para estudiar o hacer prácticas en el exterior en los últimos años.

- **Estadísticas sobre estudiantes del CESA en intercambio y estudiantes internacionales en el CESA:** como resultado del esfuerzo por fortalecer las relaciones con universidades con las cuales el CESA tiene convenio, y promover nuestra institución como destino de estudiantes internacionales, en los últimos años se observa un crecimiento importante tanto en el número de estudiantes del CESA en intercambio y en prácticas en el exterior, como en el número de estudiantes internacionales provenientes de diferentes países y universidades. Evidencia de ello son las cifras de graduandos del CESA en el segundo semestre de 2016, que el 75% de los estudiantes contaron con experiencia internacional directa, a través de doble grado, intercambio y/o prácticas en el exterior. Sin embargo, el año pasado, se evidencia una disminución del número de estudiantes del CESA en el exterior con respecto a otros años, lo cual se explica por la caída del peso colombiano con respecto al dólar y al euro, lo que ha encarecido el costo de los estudios en el exterior.

- **Estudiantes internacionales en el CESA:** se brindó asesoría y servicio de información a los estudiantes internacionales que solicitaron admisión al CESA. Para incrementar el número de estudiantes internacionales y la diversidad cultural, la ORI continúa con el esfuerzo de promover el

CESA como destino para estudiantes internacionales. Como resultado del trabajo realizado con las universidades del exterior, se presenta un creciente interés por parte de estas universidades de enviar estudiantes al CESA. Se espera que en el 2017 se llegue a la meta de 40 estudiantes internacionales por semestre.. Cabe anotar que para promover una mayor visibilidad internacional y posicionar al CESA como destino de intercambios cortos (short study abroad), en el 2016 la ORI lanzó un proyecto piloto como anfitrión para 60 estudiantes de dos escuelas de negocios de Dinamarca: Aarhus Business (Aarhus,) y CPH Business (Copenhague,) en un intercambio académico, cultural y corporativo. Se espera que en pocos años, el CESA pueda posicionarse como destino para intercambios de corto período para estudiantes internacionales y crear una escuela de verano.

- **Profesores y expertos internacionales visitantes dictando varias conferencias o seminarios en el CESA:** con el propósito de consolidar un currículo con una visión más internacional, en conjunto con la dirección de pregrado, posgrado en Marketing y Formación Ejecutiva, se viene trabajando en identificar e invitar profesores internacionales para dictar conferencias o cursos intensivos en el CESA. Tanto el pregrado como los programas de maestría contaron con varios profesores internacionales.

En el 2016 algunos profesores de universidades aliadas ofrecieron conferencias o seminarios en diferentes temas: 1) Caso de estudio: Banco Santander estrategia de internacionalización Latino América (Francisco Isidro Núñez); 2) Value – based leadership for social entrepreneurs (Prof. David Rooney); 3) Scandinavian Management (Sven-Eric Bertelsen); 4) Law and Advertising (Marianne Nonnemann); 5) Marketing (Carsten Balling Lund); entre otras.

- **Reuniones en conferencias internacionales y visita al CESA de representantes de varias universidades e instituciones de educación superior:** durante el último año el CESA tuvo la visita de algunos representantes de universidades extranjeras para estrechar relaciones y conocer más de cerca el proceso de internacionalización del CESA y ofrecer charlas informativas acerca de su institución y sus programas. Representantes de universidades de distintos países como, UCSC de Italia, IESEG School of Management y NEO-MA Business School en Francia, Nova Scotia Community College en Canadá, Universidad Francisco Vitoria, EADA, EAE, European University, Copenhagen Business Academy y Business Academy Aarhus de Dinamarca, entre otros.

- **Contacto con instituciones encargadas de educación superior y con instituciones bilaterales - embajadas en Colombia:** la Oficina de Relaciones Internacionales se ha reunido durante todo el año o ha participado en reuniones con el British Council, la Embajada de Estados Unidos y ha divulgado algunas convocatorias de becas o estancias de investigación del DAAD y de la Embajada de Corea.

Uno de los más importantes logros en esta materia, es la participación del CESA en un proyecto apoyado por la Embajada de Estados Unidos en Colombia. La Embajada comenzó a trabajar en un proyecto especial con las más prestigiosas universidades en Bogotá. El objetivo es fortalecer las alianzas de las más importantes Instituciones de educación superior en Bogotá con universidades de Estados Unidos. Entre las universidades colombianas están: Universidad los Andes, Universidad del Rosario, Universidad Javeriana, Universidad Nacional, Universidad la Sabana, Universidad la Salle y el CESA. Este proyecto está enfocado en poten-

cializar el rol de las universidades en la construcción de la paz en Colombia. El objetivo es buscar aliados para este fin en las universidades e instituciones, tanto gubernamentales como no gubernamentales en Estados Unidos, y fortalecer las alianzas académicas y de investigación.

El ejercicio que ha hecho este grupo es identificar las fortalezas de cada universidad participante, en la enseñanza y/o en la investigación y proponer esos temas en la misión académica a Estados Unidos para el año 2017.

Por la importancia de este tema en el desarrollo económico de Colombia, el Departamento de Estado está financiando esta misión programada para entre el 12 y el 25 de febrero de 2017, con la participación del Rector, el Vicerrector y la Directora de Relaciones Internacionales del CESA.



El CESA propuso liderazgo en tres de los temas claves del desarrollo sostenible de Colombia:

- Emprendimiento
- Innovación y Sostenibilidad
- Gobierno Corporativo

• **Colaboración virtual con universidades en el exterior:** durante el segundo semestre del año, los docentes de The Hague University of Applied Sciences -THUAS en Holanda, María Martina, Gloria Sánchez y Celso Meiller, trabajaron en un proyecto con el laboratorio de finanzas e investigación de mercados, a través de cursos virtuales dictados por los docentes David van der Woude y Margarita Ortiz. Asimismo, bajo un proyecto de la ORI, David Van der Woude adelantó una colaboración virtual con dos universidades de Dinamarca un proyecto de intercambio corto en el CESA destinado a estudiantes internacionales.

• **Postulación para el financiamiento de movilidad de *erasmus plus*:** junto con CPH Business School, el CESA aplicó a un *grant* en el programa de Erasmus Plus de la Comisión Europea, que posibilita financiar la movilidad de estudiantes y profesores de ambas instituciones. En 2016 nos otorgaron esos recursos los cuales nos permitieron enviar dos docentes del CESA a Dinamarca para dictar cursos en esta institución y tuvimos en el CESA a dos profesores daneses dictando conferencias en Scandinavian Management (Sven-Eric Bertelsen) y Law and Advertising (Marianne Nonnemann). Antes de terminar el año, el CESA aplicó a este financiamiento junto con un socio en Turquía para otro



programa de movilidad bajo ese esquema. Se espera que para el 2017 el CESA pueda acceder nuevamente a esos recursos.

- **Ponencias e investigación de profesores del CESA en el exterior:** algunos profesores del CESA fueron invitados por universidades en el exterior para dictar clases/seminarios, colaborar en investigaciones, o presentar ponencias en esas instituciones.

- **Internacionalización de profesores:** la Oficina de Relaciones Internacionales también ha negociado convenios de becas parciales para programas de posgrado y programas de idiomas en el exterior para los profesores del CESA.

- **Divulgación de convocatoria internacional para la comunidad del CESA:** durante el año 2016 la Oficina de Relaciones Internacionales ha divulgado competencias o convocatorias internacionales para que nuestros estudiantes se animen a participar, como por ejemplo: becas Botín, becas UNIVERSIA de la Embajada de Corea, del DAAD y otras convocatorias.

- **Presencia en conferencias internacionales sobre educación internacional:** a través de la membresía a NA-FSA y EAIE, la Oficina de Relaciones Internacionales ha participado en algunas conferencias internacionales y como resultado ha conseguido contactos para nuevos acuerdos internacionales con universidades en diferentes partes del mundo. De la misma forma, en estos eventos la Oficina de Relaciones Internacionales ha tenido la oportunidad de reunirse con representantes de las universidades socias para fortalecer lazos.

- **Pre-departure orientation:** se realizaron charlas a los estudiantes que viajan de intercambio sobre los aspectos clave a tener en cuenta antes de viajar. Con estas charlas se espera que la experiencia de intercambio en el exterior sea más productiva. Asimismo, cada uno de los estudiantes tuvo una cita de consejería con la psicóloga del CESA.
- **Promoción de bilingüismo en el CESA:** la dirección de pregrado ha trabajado fuertemente en el fortalecimiento del bilingüismo en el CESA mediante el aumento del número de cursos dictados en inglés y la contratación de más profesores extranjeros. Esta estrategia complementa las implementadas por BUSCA, que ofrece más opciones de cursos obligatorios y electivos a los estudiantes para reforzar las competencias de comunicación escrita y oral en inglés.





4

# Relacionamiento con el Sector Productivo

FORO INTERNACIONAL  
**CRECIMIENTO  
Y EQUIDAD**  
EL DESARROLLO  
Y EL VERDADERO SIGNIFICADO DE LIBERTAD

Homenaje a  
**Don H  
Echavarr**  
Aniversa





4.1. Unidad de Gestión Empresarial.....	85
4.1.1. Formación Ejecutiva.....	86
4.1.1.1. Racionalización de la planta docente:.....	87
4.1.1.2. Robustecimiento Comercial:.....	89
4.1.1.3. Modelo pedagógico innovador.....	91
4.1.1.4. Crecimiento.....	92
4.1.1.5. Participación en Ranking América Economía.....	92
4.1.1.6. Formación Ejecutiva en cifras:.....	93
4.1.2. Centro de Liderazgo y Emprendimiento – CLE –.....	94
4.1.2.1. Estructura.....	94
4.1.2.2. Apoyo a Pregrado.....	95
4.1.2.2.1. Espíritu Emprendedor:.....	95
4.1.2.2.2. Retos empresariales:.....	96
4.1.2.2.3. Cultura y estrategia de innovación:.....	96
4.1.2.2.4. Revisión Curricular (Pensum 2018).....	96
4.1.2.3. Programa de acompañamiento a emprendedores.....	97
4.1.2.3.1. Programa de Acompañamiento a Emprendedores - PAE (Tradicionales).....	97
4.1.2.3.2. Programa de Acompañamiento a Emprendedores Sociales – PAES.....	97
4.1.2.4. Programas especiales.....	98
4.1.2.4.1. Ashoka U – Changemaker Campus.....	98
4.1.3. CESA Consultores.....	99
4.1.3.1. Gobierno Corporativo.....	102
4.1.3.2. Kapital Cliente®.....	103
4.1.3.3. Direccionamiento estratégico.....	103
4.1.3.4. Finanzas.....	103
4.1.3.5. Innovación.....	104
4.1.3.6. Hospital de San José.....	105
4.1.3.7. Materialización de nuestra experiencia en Consultoría.....	105
4.1.3.8. Alianzas estratégicas.....	113
4.2. AECESA 115.....	
4.2.1. Junta Directiva.....	115
4.2.2. Dirección y staff.....	115
4.2.3. Objeto social AECESA.....	115
4.2.4. Estructura organizacional.....	116
4.2.5. Propuesta de valor AECESA.....	116
4.2.6. Líneas estratégicas de AECESA.....	116
4.2.7. Gestión por comité.....	117
4.2.7.1. Comité de Comunidad & Comunicaciones.....	117
4.2.7.2. Comunicaciones.....	119
4.2.7.3. Comité de Emprendimiento:.....	120
4.2.7.4. Fondo CESA-AECESA.....	121
4.2.7.5. Comité de Ingresos y Finanzas:.....	121
4.2.8. Resumen de eventos realizados en 2016.....	122
4.2.9. Apoyo laboral.....	123
4.2.10. Otras actividades con la comunidad.....	123

## 4.1. Unidad de Gestión Empresarial

Durante el 2016, la Unidad de Gestión Empresarial continuó fortaleciendo sus áreas de trabajo, lo que le ha permitido entregar metodologías de vanguardia, acercar la academia y estrechar los vínculos con el sector empresarial colombiano.

En el 2016 se consolidó el Centro de Innovación y Emprendimiento, antes conocido como el Centro de Liderazgo y Emprendimiento. Esto ha permitido nuestra participación académica en proyectos como el *Bloomberg Mayors Challenge*, en el que Bogotá fue finalista y obtuvo un millón de dólares para la implementación de la propuesta presentada, así como el *Week challenge*, donde estudiantes del CESA estuvieron trabajando de la mano con líderes de un grupo empresarial colombiano, en la propuesta de soluciones a retos que hoy en día enfrenta el grupo.

Por medio del nuestro grupo de Formación Ejecutiva, logramos llegar con seminarios de vanguardia a más de 200 presidentes de empresas, quienes, de la mano de los conferencistas invitados, abordaron temáticas novedosas y vanguardistas que impactarán sus negocios en los próximos años.

En el 2016 organizamos el “Foro Internacional Crecimiento y Equidad: el desarrollo y el verdadero significado de libertad”, en el que se presentó el Premio Nobel de Economía, Angus Deaton. Este evento logró reunir más de 400 líderes empresariales y políticos, quienes de la mano del profesor Deaton, analizaron

la problemática social que enfrenta Colombia y la responsabilidad que se debe asumir, tanto desde el liderazgo público, como en el liderazgo empresarial.

En octubre de 2016 tuvimos oportunidad de realizar la segunda versión de TEDxCESA, que contó en esta oportunidad con la participación de conferencistas que ejercen liderazgo en lo social y han logrado crecer de manera exponencial sus organizaciones.

Se organizó el lanzamiento del primer “Programa Internacional sobre Gobierno Corporativo en Empresas Familiares”, que se llevará a cabo en los meses de febrero, marzo y abril de 2017, en alianza con el IE en España y PRIME Executive Education.

Desde el Centro de Consultoría Empresarial dimos inicio a la alianza con el Hospital San José, donde estudiantes de pregrado, especializaciones y maestrías, acompañados por un docente y del consultor líder, generarán oportunidades de mejora para el hospital en las áreas financieras y de mercadeo.

Igualmente, contamos con la oportunidad de acompañar al diario El Espectador en la dirección técnica de sus premios de liderazgo, así como en la preparación del foro “Profesión Líder”.

Todas estas iniciativas han servido para robustecer nuestra oferta hacia el sector empresarial y generar mayores oportunidades de relacionamiento entre la academia y el sector productivo.

## 4.1.1. Formación Ejecutiva

Formación Ejecutiva CESA ofrece programas académicos que cubren todas las áreas de la gestión empresarial y se fundamentan en los más novedosos conceptos y tendencias actuales de manera práctica y especializada. Se logra así desarrollar en los participantes las competencias necesarias que les permite desenvolverse en un medio altamente competitivo, y dar respuesta a las necesidades de formación y actualización de conocimientos de los profesionales de las principales organizaciones de nuestro país.

A continuación, se presenta un resumen de la gestión del área en el 2016, que incluye las actividades y acciones realizadas en sus dos frentes: Programación Abierta y Programación In House.

Actualmente el área se encuentra ante grandes retos, pero también reporta importantes fortalezas, ya que ha definido sus acciones hacia la internacionalización alineada al Plan Estratégico Institucional 2020, con la comprensión de la importancia del trabajo en red para potencializar su portafolio a través de alianzas. Para ello ha implementado nuevas acciones de mejora con el fin de robustecer el posicionamiento logrado en el mercado.

En los últimos años el área la implementación de nuevos procesos administrativos ha permitido optimizar recursos, facilitar el trabajo y agilizar los tiempos en los diversos procesos y procedimientos.

Durante el 2016, el trabajo se basó en los siguientes ejes estratégicos:



#### 4.1.1.1. *Racionalización de la planta docente:*

A través de la continua búsqueda y selección de nuevos docentes se logró aumentar la oferta de programas. Permanentemente se realizan entrevistas a profesores expertos altamente calificados, que nos permite contar con candidatos de alto perfil, gran experiencia, disposición y capacidad para enseñar y formación en áreas especializadas. Esto contribuye a una oferta académica diferenciada que no solo imparte conocimientos, sino que busca el desarrollo de recursos intelectuales que fomenten la capacidad crítica y analítica, la generación y actualización de nuevos conocimientos, así como de otras competencias. Todo esto hace que nuestros estudiantes no solo sean mejores profesionales, sino también personas comprometidas con la sociedad en la que viven.

Durante el 2016 se realizaron 102 entrevistas con personas que estaban interesadas en acompañar procesos de capacitación, tanto *in house* como capacitación abierta. El resultado en el año fue 19 docentes nuevos y cuatro docentes internacionales de diferentes nacionalidades (Portugal, Argentina y Venezuela), lo que aportó al proceso de internacionalización del área.

Adicionalmente, permanentemente se aplicaron evaluaciones a nuestros docentes que permitieron valorar su desempeño, evidenciar su rol dentro del grupo, así como su contribución en la consecución de los objetivos propuestos en cada programa. El análisis y el seguimiento de los resultados de cada evaluación permitieron implementar acciones de mejora continua y medidas inmediatas.

Durante el 2016 se fortalecieron las estrategias para dar continuidad al proceso metodológico permanente de control y evaluación de la calidad de la oferta de nuestros programas, lo que nos llevó a obtener excelentes resultados en cuanto al desempeño de los contenidos académicos y de nuestros docentes, lo que mejoró considerablemente los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Para medir el nivel de satisfacción de los diferentes programas de Formación Ejecutiva, se aplicó una encuesta de satisfacción a los participantes, con la que tuvieron la oportunidad de calificar cuantitativa y cualitativamente aspectos como: el contenido, el profesor y la logística y servicio.

En programación *in house*, el promedio general cuantitativo fue de 4.9 sobre 5, equivalente al 99%. Para la programación abierta el indicativo general fue de 4.7 sobre 5 que equivale al 93%. Los resultados indican que se logró impactar en la formación de los participantes.

El interés en los temas y la generación de nuevos conocimientos demuestra que los contenidos académicos son pertinentes y cumplen con los objetivos de capacitación de los participantes.

Estos resultados van de la mano con el trabajo del grupo de docentes que apoya la ejecución de los programas, mediante la aplicación de una metodología teórica y práctica que nos diferencia en el mercado.

#### 4.1.1.2. *Robustecimiento comercial:*

Durante el 2016 la Formación Ejecutiva CESA se mantuvo como referente local en programas de educación continua. Buscamos que, gracias al posicionamiento construido por la marca CESA en el entorno empresarial, el mercado reconozca la marca de Formación Ejecutiva como referente y socio estratégico de las organizaciones en programas de formación y en el desarrollo de capacidades, competencias y habilidades del talento humano. De esta manera lograremos incrementar el número de participantes y de programas ejecutados y el mayor impacto en las organizaciones.

Adicionalmente, se desarrolló un trabajo importante para fortalecer la relación con nuestros clientes y así garantizar futuros



negocios, mediante el diseño de acciones efectivas y soluciones a la medida para cubrir las necesidades de cada persona, de cada equipo y de cada organización.

Con el apoyo del área de Comunicaciones y Marketing se realizó un seguimiento cercano a la estrategia de mercadeo digital para garantizar el éxito de los programas abiertos, mediante la realización de mejoras a los diferentes formatos que contienen la información al público, de tal manera que fuera más clara, tanto para el participante, como para el área de inscripciones y *call center*. Adicionalmente, con el fin de generar nuevas oportunidades de negocio con empresas que desconocían la experiencia del CESA en esta convocatoria, se diseñó una pieza promocional exclusiva con la información de la Convocatoria de Formación Especializada del SENA.

Por quinto año consecutivo se participó en la convocatoria de Formación Especializada del SENA, lo que contribuye al desarrollo productivo y competitivo del país, puesto que a través de la ejecución de estos programas se cierran las brechas en cuanto a las necesidades de formación de las organizaciones y se logra que los trabajadores en todos los niveles jerárquicos de la empresa mejoren y amplíen sus capacidades, habilidades y conocimientos.

En el año 2016 desarrollamos programas bajo el modelo de la convocatoria en los siguientes ejes temáticos: posconflicto, medioambiente, manejo de tecnologías de la información y la comunicación TIC, cobertura, pertinencia y calidad de la formación, inclusión social, gestión del conocimiento y administración efectiva. La participación del CESA en esta convocatoria fue realmente importante por el número de proyectos presentados a nivel nacional. Se dio continuidad a cuatro empresas que

venían trabajando con el CESA, lo que nos permitió capacitar a 1.026 colaboradores, organizados en 29 grupos.

En la oferta abierta se realizaron varias acciones que permitieron optimizar recursos y mejorar los resultados; todas ellas trabajadas conjuntamente para posicionar la marca de F.E., así como la divulgación, promoción y venta de la oferta académica. A continuación, la relación:

- Inversión robusta para el diseño de campañas y piezas, administración del *minisite* y divulgación de los programas en las redes sociales del CESA.
- Desarrollo de la estrategia de plan de medios con el fin de mejorar los resultados frente a la inversión.
- Generación de contenidos para el *minisite* a través de entrevistas, artículos y videos suministrados por nuestros conferencistas.
- Publicidad digital en portales premium para divulgar y promocionar uno de los nuevos programas.
- Participación en congresos y ferias empresariales para generar una mayor visibilidad.

Teniendo en cuenta los pilares estratégicos para 2016, la gestión comercial se enfocó en ofrecer programas alineados al plan de desarrollo institucional.

### 4.1.1.3. *Modelo pedagógico innovador*

Con el fin de desarrollar el potencial y por ende la productividad de las organizaciones, de la región, del sector al que pertenecen y por obvias razones a contribuir con el desarrollo del país, diseñamos procesos de entrenamientos a la medida de las necesidades. Así logramos desarrollar competencias para gestionar el talento organizacional, que incluyen: mejoramiento del desempeño actual, ampliación de capacidades, competencias, habilidades y conocimientos específicos.

En la línea de innovación, en el 2016 se integraron metodologías *blended learning* en trece de nuestros programas *in house*, las cuales combinan la formación presencial y la interacción física.

Finalmente, desde la oferta de programas abiertos realizamos el primer programa 100% virtual, lo que nos permitió contar con participantes a nivel nacional.

### 4.1.1.4. *Crecimiento*

- En la oferta de programas abiertos se logró la reducción en un 23% los cursos cancelados con relación al año inmediatamente anterior.
- En gestión comercial se realizaron 116 visitas a clientes actuales para procesos de recompra, para un total de 95 propuestas aprobadas y una efectividad del 71%
- En clientes potenciales se realizaron 223 visitas a clientes nuevos, para un total de 27 propuestas aprobadas y una efectividad del 12,1%

#### 4.1.1.5. *Participación en Ranking América Economía*

Por cuarto año consecutivo el área de Formación Ejecutiva participó en el Ranking de Educación Ejecutiva de la revista América Economía. En octubre del 2016, el CESA fue invitado nuevamente a participar en la medición, en el que logró el puesto 21 a nivel Latinoamérica y el puesto 4 a nivel Colombia.

La principal noticia de la versión 2016, fue el aumento significativo de centros de educación ejecutiva que calificaron en el ranking y la integración de nueve nuevas instituciones de siete países .

Este sondeo analiza principalmente la ejecución de programas In Company y Universidades Corporativas, y tiene en cuenta a empresas nacionales y multinacionales.

El grupo investigador de la revista América Economía se encargó de documentar criterios de orden conceptual y metodológico, mediante un cuestionario online que reporta cada entidad invitada. También se realizó una entrevista telefónica que, como en otros años, buscó conocer la percepción de calidad de los programas In Company, por parte de empresas y clientes .

El listado, que se publica anualmente, midió los programas impartidos a grandes empresas, el impacto estratégico, la internacionalización, el talento para realizar capacitaciones en el extranjero, así como los clientes y el cuerpo docente.

La encuesta aplicada solicitada información sobre los siguientes ítems:

- Descripción general de los programas, teniendo en cuenta programas Abiertos, programas In Company y Universidades Corporativas.
- Planta de profesores, teniendo en cuenta profesores de planta del CESA involucrados en Formación Ejecutiva, conferencistas nacionales e Internacionales.

#### 4.1.1.6. *Formación Ejecutiva en cifras:*

- Cumplimiento del presupuesto al 114,3%.
- Con respecto al 2015, se incrementó en un 2% el ingreso de programación interna . Durante el 2016 capacitamos 81 empresas, de las cuales 35 fueron clientes nuevos.
- Desde la oferta abierta *In House* logramos penetrar nuevos mercados con la ejecución de veintidós programas en las ciudades de: Barranquilla, Medellín, Cali, Villavicencio, Neiva, Montería, Nobsa (Boyacá), San Andrés y Bucaramanga.
- Se ejecutaron tres programas internacionales para multilatinas, uno en Panamá y los dos restantes en nuestras instalaciones con participantes de Chile, Ecuador, Perú, Brasil, Argentina y Venezuela.
- Se gestionó la alianza con el Colegio Universitario de Estudios Financieros de Madrid -CUNEF, para desarrollar un proceso de formación orientado a cubrir las necesidades de Credibanco, a través del Programa Certificación Internacional en Instrumentos de Pago Bancario.



- Se realizaron seis eventos a nivel directivo (presidentes) de las principales organizaciones empresariales del país y la región. Se generan estos espacios para brindar a estos líderes la oportunidad de actualizar continuamente su conocimiento en lo relacionado con los principales desafíos y oportunidades que emergen como resultado de los cambios tecnológicos, económicos, políticos y sociales que redefinen el mundo.

## 4.1.2. Centro de Liderazgo y Emprendimiento – CLE

El presente informe busca evidenciar los avances y el estado de cada uno de los programas liderados por el Centro de Innovación y Emprendimiento -CLE, durante el 2016.



Se incluyen oportunidades de mejora y la línea de trabajo propuesta en cada programa para el 2017.

#### 4.1.2.1. *Estructura*

Con el propósito de fortalecer los programas y trabajar de manera conjunta, a partir del mes de septiembre se tomó la decisión de fusionar la Dirección de Innovación y el Centro de Liderazgo y Emprendimiento. Además, desde la UGE se decidió crear un área de liderazgo. Al cierre del 2016 el CLE migra al Centro de Innovación y Emprendimiento, y cuenta hoy con la siguiente estructura:

GRÁFICA 10. Estructura organizacional Centro de Innovación y Emprendimiento -CLE



NOTA: CESA, elaboración propia, Dirección del CLE

## 4.1.2.2. *Apoyo a Pregrado*

### 4.1.2.2.1. *Espíritu Emprendedor:*

Esta es la cátedra que imprime un sello a la enseñanza-aprendizaje del CESA. Está enfocada en la validación de productos o servicios, mediante la creación de un modelo de negocio básico.

- **2016 – II:** en el marco de la revisión curricular, liderada desde pregrado que busca fortalecer la estrategia de “Proyectos Integradores de Aula”, al cierre de año se realizaron reuniones con todos los profesores de cátedra, la dirección de la UGE, la dirección de Pregrado y el equipo del Centro Eli+e, para identificar oportunidades de mejora de la materia.

- **2017:** como una medida de transición se tomó la decisión de realizar dos seminarios adicionales para los estudiantes, enfocados en la generación de ideas y el fortalecimiento de la misma. La clase estará enfocada en el fortalecimiento de la construcción de ideas, la identificación de oportunidades y viabilidad de la misma, y la estructuración de un proceso de validación de producto y/o servicio exitoso.

- **Emprendimientos sociales:** una electiva que se ofrece a los estudiantes desde el segundo semestre de 2015, que busca fortalecer conceptos de emprendimiento social, como alternativa que usa el poder de los negocios para generar cambios de alto impacto y exaltar el papel de los estudiantes como “agentes de cambio”. Esta electiva es clave para el proceso de certificación del CESA como un *Ashoka Changemaker Campus*.

Durante el 2016 la materia estuvo enfocada en la construcción de modelos de negocio con impacto social para la base de la pirámide, en comunidades de los departamentos de La Guajira y Sucre.

- **2017:** Por recomendación de Ashoka U se realizó un nuevo enfoque a la clase. Estará enfocado en la solución y el abordaje de problemáticas mundiales, a partir de los Objetivos de Desarrollo del Milenio – ODM y del uso del poder de los negocios para contribuir a su mejora.

#### 4.1.2.2.2. *Retos empresariales:*

Esta electiva busca contribuir a los retos a los que se enfrentan las organizaciones, utilizando la fuerza intelectual de los estudiantes mediante procesos de innovación. En el primer semestre de 2016 se trabajaron tres retos de empresas y uno interno del CESA.

En el segundo semestre de 2016 se cambió la metodología de tal manera que todos los estudiantes enfrentaran un mismo reto, lo que generó competencia interna en la resolución.

#### 4.1.2.2.3. *Cultura y estrategia de innovación:*

Se incluye esta clase en el currículo para fomentar el pensamiento creativo e innovador en los estudiantes, fortalecer los proyectos de espíritu emprendedor y asegurar la creatividad en todos los proyectos de los estudiantes.

#### 4.1.2.2.4. *Revisión Curricular (Pensum 2018)*

**2016 – II:** durante el segundo semestre se realizaron diferentes reuniones con directores de área y la dirección de pregrado, que permitieron definir la línea de énfasis en emprendimiento e innovación. Esta incluye cuatro materias obligatorias y cuatro electivas complementarias (dirigidas a todos los estudiantes de primero a sexto semestre) y seis materias de énfasis, para que los estudiantes de séptimo a noveno, que decidan irse por esta línea, escojan tres materias de su interés.

La construcción de la línea de énfasis incluye Intended Learning Outcomes -ILOS, syllabus y guías de cátedra para cada asignatura. La propuesta final debe ser aprobada por el comité curricular en 2017.

#### 4.1.2.3. *Programa de acompañamiento a emprendedores*

El apoyo a emprendedores que presta el Centro está dividido en: emprendedores tradicionales y emprendedores sociales.

##### 4.1.2.3.1. *Programa de Acompañamiento a Emprendedores - PAE (Tradicionales)*

**2016 – I:** creación y estandarización de las cuatro etapas del programa de acompañamiento.

- Ideación (talleres de 16 horas).
- Validación (mentoría uno a uno – 18 horas).

- Incubación (mentoría uno a uno – 45 horas y 32 horas de asesoría).
- Aceleración (alistamiento financiero, gobierno corporativo y presentación ante fuentes de financiación).

La etapa de Aceleración, que incluye la creación del Club de Ángeles Inversionistas y el Club de Financiación CESA – AECE-SA, gracias al apoyo de iNNpulsa Colombia – Convocatoria CER 004 por 834 millones COP. Se logró la ejecución en el 99%.

**2016 – II:** durante el segundo semestre se revisó la estructura del programa y se mejoraron procesos de seguimiento y asignación de mentores, y se dio cierre a muchos procesos de acompañamiento a emprendedores que habían arrancado a inicio de año y que tenían horas de mentoría pendientes.

#### 4.1.2.3.2. *Programa de Acompañamiento a Emprendedores Sociales – PAES*

**2016 – I:** Con Yunus Social Business – YSB e ID Social se estructuró el Programa de Acompañamiento. Se apoyaron cinco emprendedores sociales. Como no se contaba con presupuesto para esta actividad los emprendedores fueron apoyados directamente por la Coordinadora (capacidad operativa máxima).

**2016 – II:** con el presupuesto disponible se convocó a emprendedores sociales potenciales de apoyo y se inició el proceso de acompañamiento, en el que no hay etapa definida, es un proceso de acompañamiento a la medida. Se decidió liquidar el acuerdo con YSB e ID Social porque no se reportaron avances claros del proceso. Se continúa trabajando con estas entidades bajo la calidad de aliados.

Se logró gestionar alianza con Ashoka para referenciar emprendedores sociales de alto impacto, quienes se apoyarán en el 2017 con los recursos disponibles.

**2017:** el nuevo año inicia con:

- Contenidos y estructura de cada etapa, ajustadas a las necesidades reales de los tipos de emprendimiento, para cumplir con la propuesta de valor del programa.
- Formato de calificación de requisitos mínimos de entrada y salida por etapa.
- Cronograma para inicio y cierre de todas las etapas, definido desde el inicio del año.



- Meta de emprendedores a apoyar en cada etapa, según presupuesto asignado.
- Estructura de seguimiento clara y asignación de responsables dentro del equipo.

#### 4.1.2.4. *Programas especiales*

##### 4.1.2.4.1. *Ashoka U – Changemaker Campus*

**2016 – I:** estructuración plan de acción inicial para la presentación a panel de certificación, respondiendo a requerimientos de Ashoka U.

**2016 – II:** desarrollo plan de acción definido previamente por Ashoka U. El desarrollo de las actividades propias del Centro y de diferentes áreas de la universidad, están relacionados con el proceso de certificación. Se continúa con los reportes periódicos a Ramsés.

**Alcaldía de Bogotá Bloomberg Mayors Challenge:** Se asesoró a la Alcaldía de Bogotá para la postulación al premio de innovación de Bloomberg Mayors Challenge. Bogotá fue seleccionada como una de las ciudades ganadoras y recibirá 1 millón de dólares para la implementación del Proyecto.



### 4.1.3. CESA Consultores

El área de Consultoría del CESA, le permite a la Organización expresar sus fortalezas en el sector productivo. Funcionamos como agente de conocimiento que promueve la relación Universidad – Empresa.

CESA Consultores es una unidad de apoyo organizacional que busca proporcionar soluciones reales a los empresarios en un mundo real, con independencia de filiación y amplitud de acción, que responde a su carácter misional y a la visión de futuro que el país y la región requieren.

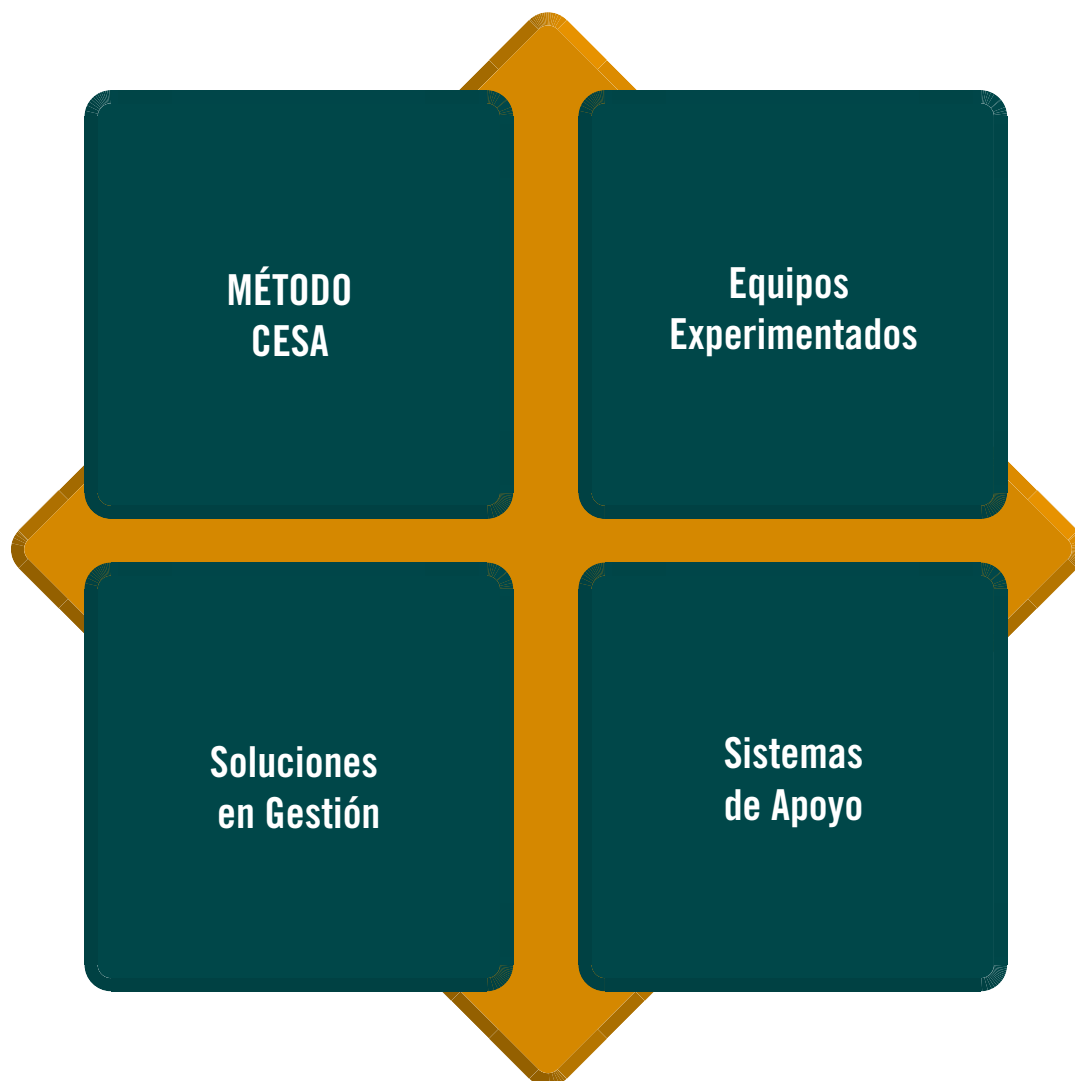
CESA Consultores orienta su accionar a empresas del sector privado y público, en los campos en los que el CESA se destaca a nivel nacional e internacional. Procura ser generador de valor para sus clientes y lograr alta relación beneficio-costos.

En el 2016 se mantuvieron y fortalecieron los lineamientos fundamentales que enmarcan la gestión y que se convirtieron en la estrategia comercial y de intervención. Estos son: los principios éticos fundacionales, la calidez del equipo de trabajo, el saber escuchar y la transferencia de conocimiento.

Para lograr este objetivo se han planteado dos grandes diferenciadores donde el cliente es la prioridad. El primero se refiere a una consultoría genuinamente interesada en las necesidades del cliente y en los resultados de este, y el segundo incluye al cliente en la consultoría, al ser construida con él.

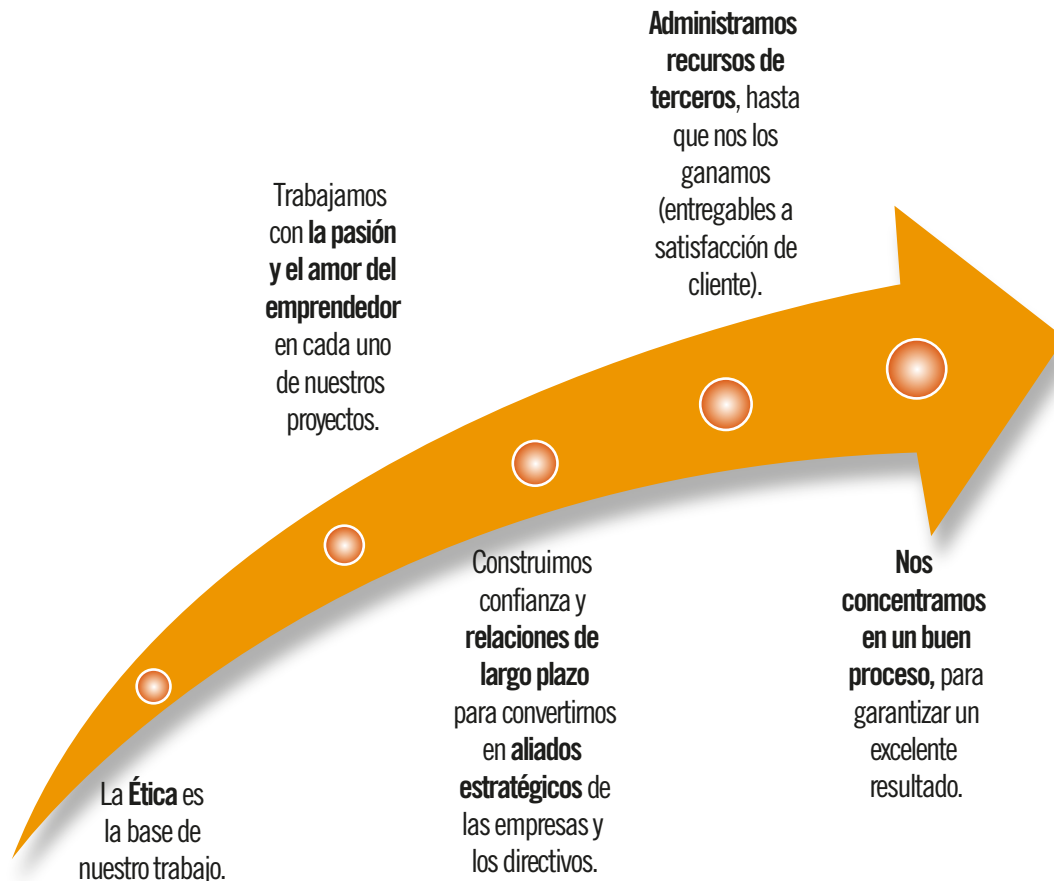
Después de creado el marco de acción e intervención del área, se continúan realizando acciones para fortalecerla, profundizando en el trabajo en cuatro pilares estratégicos.

GRÁFICA 11. Pilares estratégicos CESA Consultores



NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección de Consultoría

GRÁFICA 12. Principios CESA Consultores



NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección de Consultoría

Con los ajustes al Método CESA de intervención, aprobado en el año 2015, el cual está basado en los tres pilares fundacionales de la institución: ética, liderazgo y emprendimiento, y la adopción del Decálogo de la Excelencia, durante el 2016 se realizaron reuniones con nuestros consultores para dar a conocer los principios y lineamientos del método CESA así como los procesos a seguir en cada intervención, lo que se resume en la siguiente gráfica:

GRÁFICA 13. Proceso para intervención



NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección de Consultoría

Se realizaron dos reuniones generales con un gran número de consultores que respondieron a nuestra invitación, en las cuales se les explicó, además de los principios y pilares del área, los lineamientos operativos y de procesos en aras de mantener homogeneidad e identidad propia y única. Se aprovechó este escenario para oír las sugerencias de los consultores y compartir experiencias de intervención, con el propósito de buscar nuevos estándares y mejores prácticas de intervención.

Además, para revisar en profundidad estos temas, durante el transcurso del año el nuevo director del área se reunió con la gran mayoría de los consultores de manera individual.

Seguimos fortaleciendo nuestro grupo de consultores, de manera que sean profesionales experimentados, creyentes del Método CESA, afines y leales a la institución y que. Por esta razón hoy en día contamos con:

- a. Consultores de carrera académica, especializados en su campo mediante la investigación aplicada y la experiencia práctica en empresa.
- b. Consultores de Cátedra en permanente actualización profesional.
- c. Aliados externos que complementan nuestra oferta multidisciplinaria.

Esta dirección busca desarrollar día a día procesos de mejora continua e implementar las mejores prácticas, para lo cual nos enfocamos en el diseño de políticas, normas y protocolos, y en la re-ingeniería de procesos, el control de calidad y la elaboración de un nuevo plan de marketing y estrategia comercial, esto último en coordinación con todas las áreas pertenecientes a la UGE.

A nivel de productos de consultoría que nos permiten asistir a los empresarios en sus necesidades, hemos focalizado nuestra actividad en cinco temas que abarcan al máximo los posibles requerimientos de nuestros clientes objetivo, sobre los cuales se tienen profundos conocimientos, y son el fruto de investigaciones académicas y los que el CESA es altamente reconocido. Estos productos son:

#### 4.1.3.1. *Gobierno Corporativo*

Este producto se apoya en el CEGC del CESA y en el convenio con la Corporación Financiera Internacional -IFC del grupo World Bank, el cual permite demostrar una posición mucho más sólida en términos de conocimiento y experiencia en procesos de implementación. El producto cuenta con un equipo interdisciplinario muy completo, que fue capacitado por la IFC. Para el desarrollo de las intervenciones se creó un proceso que homologa puntos de la metodología de la IFC y cumple con los lineamientos de Confecámaras.

#### 4.1.3.2. *Kapital Cliente*<sup>®</sup>

Es uno de los productos mediante el cual CESA Consultores genera singularidad en el mercado y que lo diferencia de todas las demás casas de consultoría. Es un ejemplo de cómo la investigación puede generar modelos de intervención que hacen del CESA una alternativa de orientación práctica en la problemática y coyuntura de los negocios y de cómo un modelo de intervención proporciona una ruta de gestión para potencializar la relación de las empresas con sus clientes y crear con ellos un sólido valor agregado de largo plazo.

Este es un producto registrado por el CESA, desarrollado por Marta Lucia Restrepo, que es fruto de un largo proceso de investigación y esfuerzo. Actualmente se está trabajando en la elaboración de un proceso de capacitación que prepare a un grupo de consultores, para consolidar un equipo altamente capacitado y conocedor del producto.

### 4.1.3.3. *Direccionamiento estratégico*

Es un modelo de consultoría gerencial orientado a definir la dirección estratégica de las organizaciones, a través del cual se definen los ejes estratégicos centrales, se determinan los objetivos y metas inherentes a ellos, se alinean los procesos que facilitan el camino y la estructura organizacional que permita hacer seguimiento permanente a los avances logrados.

Está conformado por un equipo consolidado de consultores, quienes, con su experiencia y conocimiento, aportan y permiten enriquecer los procesos de cada uno de los proyectos que se ejecuten.

### 4.1.3.4. *Finanzas*

Este producto se ofrece como consecuencia de muchas de las necesidades expuestas por nuestros clientes, debido a que la gestión financiera de una empresa es de suma importancia para su supervivencia.

Por medio de este producto se busca atender a los clientes en temas como: flujos de caja, arboles de rentabilidad, costos, indicadores de gestión, liquidez, endeudamiento, valoración de empresas, entre los más importantes.

Se está conformando un equipo que nos permitirá atender muy rápidamente las solicitudes de nuestros clientes.

#### 4.1.3.5. *Innovación*

El CESA, consciente de la necesidad de estar inmerso en procesos de innovación que le brinden al cliente nuevas formas de realizar su labor empresarial, ha gestionado alianzas estratégicas con varias empresas conocedoras del tema para la creación de productos innovadores.

Como resultado de esta labor se realizó una primera alianza con CreSiendo y Grimorum, para la creación de un producto de Direccionamiento Estratégico basado en procesos de Innovación. Se trabajó en el objeto del producto y la necesidad que soluciona para alinear los procesos de innovación con un enfoque estratégico. Se elaboró el plan táctico, es decir, el temario a intervenir dentro de la empresa, donde cada uno de los aliados estratégicos aporta sus conocimientos y áreas de fortaleza.

Asimismo, durante el año se presentaron varias propuestas en convocatorias públicas del Distrito Capital.

La primera propuesta que se presentó llegó de una invitación de la Alcaldía de Bogotá, para la creación de una escuela distrital de gestión pública. Con este propósito se conformó un grupo interdisciplinario de consultores para abarcar la profundidad de la convocatoria. Finalmente, el proceso quedó en espera por parte de la alcaldía.

Por otro lado, se realizaron estudios para analizar la pertinencia de participar en una convocatoria de la Secretaría de Educación, con el objeto conformar un grupo de entidades de educación superior elegibles, para el desarrollo de estrategias



que fomenten el desarrollo integral en la educación media de Bogotá. Dicha propuesta se desarrollará en el 2017.

#### 4.1.3.6. *Hospital San José*

Por último, pero no menos importante, durante el segundo semestre del 2016, el CESA decidió crear un convenio interadministrativo de cooperación con el Hospital San José, con el objeto de aunar esfuerzos para apoyar el objeto social de cada una de las entidades.

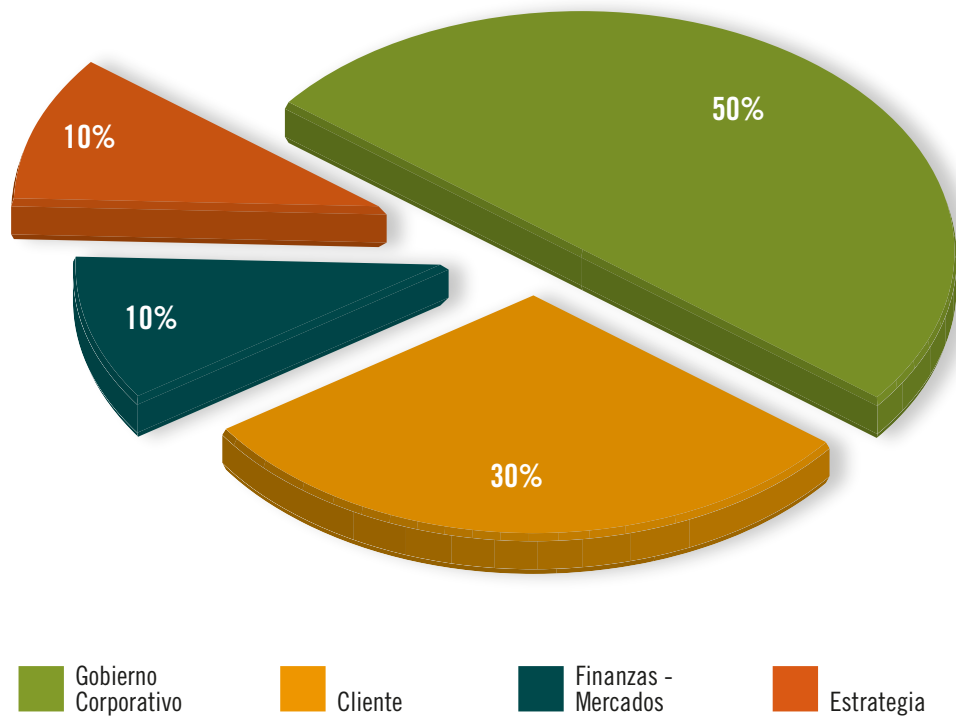
Para lograr lo anterior, el CESA realizará una consultoría de acompañamiento continuo en las áreas financiera y administrativa adscritas a la gerencia del Hospital San José.

Esta intervención se realizará con la dirección de un consultor especializado en temas financieros y el apoyo de los profesores y estudiantes del CESA en dichas áreas, lo que generará valor agregado a la formación integral de nuestros estudiantes. Para el CESA el convenio estará enmarcado en el proceso de designación como un Ashoka Changemaker Campus.

#### 4.1.3.7. *Materialización de nuestra experiencia en Consultoría.*

En el año 2016 nuestros procesos de consultoría se distribuyeron así: Soluciones en Gobierno Corporativo con una participación del 50%, Kapital Cliente® con un 30%, seguidos por soluciones en Finanzas - Mercados y Estrategia con una participación del 10% cada uno (Ver Gráfica 14).

GRÁFICA 14. Proyectos adjudicados 2016



NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección de Consultoría

Durante el 2016 se continuó con la aplicación de herramientas gerenciales efectivas, lo que nos ha permitido: mejorar la productividad, generar valor, lograr la competitividad en el mercado y propiciar un crecimiento sostenible de las organizaciones.

TABLA 20. Principales proyectos y los sectores en los que fueron implementados

Proyecto		Objetivo General
Financiero	Implementación definición de la ruta crítica para la compañía.	Definir la implementación del modelo en primer lugar en cuanto a la planeación de la implementación del modelo para dimensionar la gestión de llevarla a cabo en primer lugar cuanto a: prioridades ejecutivas, recursos adecuados (personas, equipo de trabajo y soporte, tecnológicos y económicos) y, en segundo lugar, en cuanto al acompañamiento ejecutivo de la nueva Vicepresidencia de Gestión y Desarrollo del Cliente y sus alcances ejecutivos.
Servicios	Acompañamiento técnico al proceso de implementación.	Acompañar técnicamente al equipo ejecutivo responsable del Plan Kapital Cliente®, en particular de las estrategias a desarrollar, y dar soporte y recomendaciones que permitan el avance técnico y la implementación.
Bienes muebles	Gobierno corporativo.	<p>Generar un modelo de gobierno que soporte la gestión de la compañía, frente a su estrategia de consolidación y crecimiento, mediante lineamientos claros y la definición de roles para los socios actuales y futuros.</p> <p>Desarrollar un Protocolo de Familia que dé el suficiente soporte a la estructura de dirección, y permita a la organización, a los administradores y terceros tener una ruta más clara frente al plan de sucesión.</p> <p>Asimismo, se plantea la organización de su Consejo de Familia u órgano equivalente, con base en los deseos de los accionistas, que vele por el buen desarrollo y el monitoreo de dicho órgano.</p>
Financiero	Diagnóstico y recomendaciones para la implementación de prácticas de buen gobierno corporativo	<p>Para la realización de esta propuesta teniéndose tiene en cuenta la naturaleza de la entidad como establecimiento público del orden distrital, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio; así como con necesidades particulares para el desarrollo de su Gobierno Corporativo, para lo cual el compromiso de nuestra gestión se concentrará en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico y Benchmarking de Prácticas de Gobierno Corporativo. El diagnóstico parte de las expectativas de los grupos de interés que rodean al Fondo, de las prácticas del empresas dedicadas a similar objeto social, y de los estándares y regulaciones exigibles para su gobierno corporativo, mediante la evaluación de los procesos que hacen parte de su gobernanza con los estándares metodológicos y herramientas especializadas desarrolladas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico –OCDE, la Corporación Financiera Internacional –IFC y el Foro Global de Gobierno Corporativo. Como resultado de nuestro diagnóstico la entidad obtiene un mapa claro de sus riesgos, fortalezas, debilidades, y recomendaciones clave para implementar exitosamente las prácticas que administren sus riesgos de gobierno corporativo.</li> </ul>

	Proyecto	Objetivo General
Financiero	Diagnóstico y recomendaciones para la implementación de prácticas de buen gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recomendaciones para la implementación de Prácticas de Gobierno Corporativo. Con base en nuestra experiencia y conocimiento en la gestión del cambio de las organizaciones y en metodologías de implementación adoptadas por la IFC, desarrollaremos los aspectos prioritarios del plan de implementación que requieren la participación de expertos, mediante la formalización de las prácticas que controlan los riesgos que tienen mayor impacto en el Gobierno Corporativo de la entidad.</li> </ul>
Financiero	Capítulo Gestión de Información Kapital Cliente	Conocer y evaluar oportunidades de venta cruzada entre las diferentes filiales de la entidad.
Industrial	Planeación Estratégica	Desarrollar el Plan Estratégico Integral -PEI, con base en la revisión y validación de los avances del plan actual, y la alineación con todas las áreas de la organización.
Educación	Gobierno Corporativo	<p>Generar un modelo de gobierno que soporte la gestión de la compañía frente a su estrategia de consolidación y crecimiento, mediante lineamientos claros y la definición de roles para los socios actuales y futuros.</p> <p>Desarrollar un Protocolo de Familia que dé el suficiente soporte a la estructura de dirección y permita a la organización, a los administradores y terceros tener una ruta más clara frente al plan de sucesión.</p> <p>Asimismo, se plantea la organización de su Consejo Directivo u órgano equivalente, con base en los deseos de los accionistas, que vele por el diseño, la implementación y ejecución del plan de sucesión.</p>
Servicios	Gobierno Corporativo	Acompañar a la compañía en temas relacionados con Gobierno Corporativo.
Cooperativo	Asesoría y acompañamiento en el diagnóstico y plan de mejoramiento de prácticas de buen Gobierno Corporativo de la Asociación	Esta propuesta es realizada teniendo en cuenta la naturaleza de la asociación, entendida como una agrupación de índole profesional conformada por egresados de la IES y constituida como persona jurídica independiente, sin ánimo de lucro, que tiene necesidades particulares para el desarrollo de su Gobierno Corporativo, por lo que el compromiso de nuestra asesoría y acompañamiento se concentrará en:

	Proyecto	Objetivo General
Cooperativo	Asesoría y acompañamiento en el diagnóstico y plan de mejoramiento de prácticas de buen Gobierno Corporativo de la Asociación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico y Benchmarking de Prácticas de Gobierno Corporativo. El diagnóstico parte de las expectativas de los grupos de interés que rodean a la Asociación, de las prácticas de agrupaciones dedicadas a similar objeto social, y de los estándares y regulaciones exigibles para su gobierno corporativo. Se realiza mediante la evaluación de los procesos que hacen parte de su gobernanza, con los estándares metodológicos y herramientas especializadas desarrolladas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico –OCDE, la Corporación Financiera Internacional –IFC y el Foro Global de Gobierno Corporativo. Como resultado de la asesoría en el diagnóstico, la asociación identificará un mapa claro de sus riesgos, fortalezas, debilidades y recomendaciones clave para implementar exitosamente las prácticas que administren sus riesgos de gobierno corporativo.</li> <li>• Recomendaciones para la implementación de Prácticas de Gobierno Corporativo. Con base en la experiencia y conocimiento experto en metodologías de implementación adoptadas por la IFC, se recomendó a la asociación el desarrollo de los aspectos prioritarios a implementar que requieren la participación de expertos, mediante la formalización de las prácticas que controlan los riesgos que tienen mayor impacto en Gobierno Corporativo de la Asociación.</li> </ul>
Financiero	Desarrollo del plan de negocios para la creación de la plataforma virtual de <i>crowdfunding</i> de valores <i>Marketplace</i>	Desarrollar el plan de negocios para la creación de la plataforma virtual de <i>crowdfunding</i> de valores, mediante la incorporación de una estrategia y un plan de mercadeo que permita el lanzamiento al mercado del nuevo producto y un plan financiero que justifique su conveniencia.

NOTA: CESA, elaboración propia Dirección de Consultoría

TABLA 21. Proyectos ejecutados en 2016 de propuestas presentadas en el 2015

	Proyecto	Objetivo General
Educación	Propuesta de diagnóstico e implementación de prácticas de buen Gobierno Corporativo	<p>Esta propuesta se realizó teniendo en cuenta la naturaleza de la Universidad, una institución de educación superior de carácter fundacional, que pertenece al sector Social y Solidario, con necesidades particulares para el desarrollo de su Gobierno Corporativo, para lo cual el compromiso de su gestión se concentrará en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico y Benchmarking de Prácticas de Gobierno Corporativo. El diagnóstico parte de las expectativas de los grupos de interés que rodean la universidad, de las prácticas del sector de educación superior, y de los estándares y regulaciones exigibles para su gobierno corporativo, mediante procesos que hacen parte de su gobernanza, con estándares metodológicos y herramientas especializadas desarrolladas por la IFC y el foro de Global de Gobierno Corporativo. Como resultado del diagnóstico, la Universidad obtendrá un mapa claro de sus riesgos, fortalezas, debilidades, y recomendaciones clave, con un plan de trabajo para implementar exitosamente las prácticas que administren sus riesgos de gobierno corporativo, en particular la implementación de un Código de Gobierno Corporativo.</li> <li>• Implementación de Prácticas de Gobierno Corporativo. Con base en nuestra experiencia y del conocimiento experto en la gestión del cambio de las organizaciones y en metodologías de implementación adoptadas por la IFC, desarrollaremos los aspectos prioritarios del plan de implementación, el cual requiere la participación expertos, y formalizaremos las prácticas que controlan los riesgos que tienen mayor impacto en el Gobierno Corporativo de la Universidad.</li> </ul>
Financiero	Optimización de la estructura y operación de los procesos de inversiones y bancarios de Colpensiones	<p>Diagnosticar y evaluar las alternativas de administración de portafolios, hoy en día administrados a través de encargo fiduciario, por un valor de aproximadamente 2.7 billones de pesos.</p> <p>Identificar, formular y acompañar la implementación de diferentes alternativas para lograr la optimización de la estructura y operación del proceso bancario de la entidad, a cargo de la Vicepresidencia de Financiamiento e Inversiones.</p>

Servicios	Planeación Estratégica	El negocio Postal en Colombia tiene un reto importante en el contexto global, el cual es migrar hacia el comercio electrónico, lo cual conlleva un salto cuantitativo en términos regulatorios, de competitividad, modelo operativo, mercadeo, arquitectura de organización y capital humano. La entidad, como aliada estratégica del Gobierno, está llamada a liderar esta transformación y a definir una estrategia hacia la singularidad.
Financiero	Acompañamiento y guía en la re-formulación estratégica de su planeación estratégica	Acompañar a la compañía en el proceso de reformulación de su planeación estratégica, aportándole una guía metodológica y sirviendo como facilitador.
Comercio	Gobierno Corporativo	<p>Generar un modelo de gobierno que soporte la gestión de la compañía, frente a su estrategia de consolidación y crecimiento; mediante lineamientos claros y la definición de roles para los socios actuales y futuros.</p> <p>Desarrollar un protocolo de familia, que dé el suficiente soporte a la estructura de dirección, y permita a la organización, a los administradores y terceros, contar con una ruta más clara frente al plan de sucesión.</p> <p>Asimismo, se plantea la organización de un Consejo de Familia u órgano equivalente, a partir de los deseos de los accionistas, que vele por el buen desarrollo y monitoreo de dicho órgano.</p>

NOTA: CESA, elaboración propia Dirección de Consultoría

#### 4.1.3.8. *Alianzas estratégicas.*

Durante el 2016 CESA Consultores se enfocó en realizar alianzas estratégicas con varios proveedores, con el objeto de desarrollar productos exclusivos y comercializables. A continuación, se presenta el estado de avance de las alianzas trabajadas (Ver Tabla 22):

TABLA 22. Alianzas estratégicas

Aliado	Observaciones
<b>Brandstrat</b>	<p>El objeto de esta alianza se basa en desarrollar el indicador <i>Customer Experience</i> en el sector bancario colombiano.</p> <p>En el 2016 se realizó el segundo estudio, ya no enfocado en las sucursales físicas, sino en las sucursales virtuales. Se realizó el evento de presentación de resultados del estudio en las instalaciones del CESA y se realizaron visitas comerciales a los bancos.</p> <p>Asimismo, se publicaron los resultados en el diario La República y se coordinó para que fueran divulgados en la primera publicación de la revista América Empresarial en el 2017.</p>
<b>Aequales</b>	<p>Se participó en el Segundo Ranking de Equidad de Género en el país.</p> <p>Para este año se contó con el Distrito como nuevo aliado estratégico, en tres de sus secretarías: Secretaría de la Mujer, Secretaría de Desarrollo Económico y Servicio Civil.</p> <p>Durante el 2016 se amplió a 104 la cantidad de compañías vinculadas en la medición.</p> <p>En la presentación de resultados, evento que se realizó en el CESA, se compartió el avance en protocolos y políticas que se implementan con el fin de garantizar la equidad de género en las organizaciones.</p> <p>En el 2016 se premiaron las 13 mejores empresas del país, tres 3 del sector público y 10 del sector privado.</p> <p>Para generar un aporte significativo en este tema, el CESA abrirá una nueva línea con la coordinación de la Dirección de Investigación.</p>
<b>Corporación CreSIENDO Grimorum</b>	<p>A través de una alianza estratégica con la Corporación CreSIENDO Grimorum, se trabajó en la elaboración de un nuevo producto de consultoría que apoyará a organizaciones y empresarios en temas de direccionamiento estratégico con innovación.</p>

NOTA: CESA, elaboración propia Dirección de Consultoría



## 4.2. AECESA

### 4.2.1. Junta Directiva

La Junta Directiva de AECESA está compuesta por: nueve miembros principales y cinco suplentes, los cuales son egresados del CESA de sus programas de pregrado y posgrado. La actual Junta Directiva fue elegida en la asamblea ordinaria de marzo del 2015, por el método de cociente electoral de acuerdo con la última reforma de estatutos por un período de dos años.

### 4.2.2. Dirección y staff

Directora ejecutiva: Marcela Moreno Pardo (pregrado promoción 34 y especialización en Mercadeo, segunda promoción), en funciones desde mayo de 2014, quien reporta a la Junta Directiva.

Asistente de dirección: Julianne Galindo, designada en 2015 y quien reporta a la directora ejecutiva.

Estudiante en práctica: estudiante del CESA, quien rota durante un semestre y reporta también a la directora ejecutiva.

### 4.2.3. Objeto social AECESA

Fomentar el bienestar, el desarrollo integral y la cercanía de los egresados de pregrado y posgrado entre sí y con el CESA,

así como el emprendimiento y la buena gestión de empresas y entidades públicas y privadas colombianas, además del desarrollo de la profesión de administración y la prestación de servicios de excelente calidad.

A la fecha se cuenta con 6.163 egresados que, por tener su grado registrado en acta, son automáticamente miembros de la asociación.

#### 4.2.4. Estructura organizacional

La Asociación de Egresados del CESA -AECESA, es una entidad sin ánimo de lucro que está compuesta por una Junta Directiva elegida en la asamblea (máximo órgano de gobierno) por períodos de dos años de acuerdo con los estatutos vigentes. De la Junta depende un revisor fiscal, actualmente KPMG (la misma firma que provee al CESA), elegido por la asamblea por un período de un año y una directora ejecutiva que cuenta con un período indefinido y desempeña un papel vital en la marcha de la asociación, pues es la cara visible de esta ante los egresados, el CESA y todos los terceros. Además, responde por el manejo de sus recursos y por las negociaciones con proveedores. Los objetivos y estrategias de la Junta se implementan a través de comités liderados por un miembro de junta y otros egresados que aportan su tiempo, experiencia e interés por un área determinada. Las tareas son desarrolladas por la dirección ejecutiva con su staff. Estos comités son: comunidad y comunicaciones, emprendimiento e Ingresos y finanzas.

## 4.2.5. Propuesta de valor AECESA

Dinamizar contactos, promover negocios y apoyar el crecimiento de los egresados y sus empresas.

## 4.2.6. Líneas estratégicas de AECESA

- Interacción AECESA-egresado: conocimiento en doble vía.
- Emprendimiento: proveer mentores al ecosistema de emprendimiento del país.
- Networking: generar una red de contactos de egresados.
- Apoyo al egresado: apoyo laboral y personal al egresado.
- Generación de recursos: desarrollo de actividades encaminadas a la generación de ingresos.



## 4.2.7. Gestión por comité

### 4.2.7.1. *Comité de Comunidad & Comunicaciones*

Este comité es el encargado de diseñar, desarrollar e implementar estrategias encaminadas a hacer de la asociación una entidad atractiva para sus miembros a través de eventos laborales, culturales, sociales y deportivos, donde el principal objetivo es generar networking y beneficios para los egresados. Los eventos del 2016 fueron:

**Ciclo de charlas “Tomémonos un café con...”:** un espacio en el que los egresados disfrutaron de un espacio para compartir con líderes de opinión. En el 2016 se contó con la participación de:

- **Diego Parra**, egresado CESA y experto internacional en gobierno corporativo, quien habló sobre: los retos de tener socios, contar con reglas de juego y administrar roles de la empresa (23 de febrero).
- **Juan David Ordoñez / Fernando Padilla.** Juan David Ordoñez es egresado del CESA y profesor de happy business. Fernando Padilla es Director del Arte de Vivir de Alquería. Conversaron sobre la ciencia de la felicidad para aumentar la productividad de las empresas (12 de mayo).
- **Andrés Escallón**, egresado del CESA y profesor de liderazgo. Habló sobre la empatía como herramienta que todo líder debe tener para desarrollar personas y equipos altamente funcionales (16 de junio).

- **Nicolás Vergara**, egresado CESA, experto en Design thinking y columnista de dinero.com. Habló sobre Design thinking, su esencia y poder para alcanzar la innovación (25 de agosto).

**Taller Cata de Ginebra:** como parte de las actividades sociales se realizó una cata de ginebra London #1 en el hotel Oxo 69. Alrededor de 30 egresados asistieron, conocieron los orígenes de la ginebra y compartieron un rato agradable (7 de abril).

**Coctel de reencuentro egresados pregrado 1992-1994:** se realizó un coctel de reencuentro de egresados de pregrado que contó con la presencia de 50 egresados (28 de abril).

**Encuentro egresados en el exterior:** como parte de los reencuentros de egresados se llevaron a cabo tres reencuentros fuera de Bogotá, uno en Cali y dos fuera del país.

- Se llevó a cabo un reencuentro de egresados el 17 de marzo en Cali, en el que un grupo de ocho egresados sostuvieron una reunión con la directora de AECESA en la que se les informó sobre su alma mater y la asociación de egresados.
- En el mes de octubre se realizó otro encuentro de egresados en Ciudad de México con la directora de AECESA. Algunos llevan más de 20 años en México y otros están recién llegados a la ciudad. Pudieron conocerse, pasar un rato agradable, actualizarse sobre el acontecer de su universidad y su asociación y generar *networking*.

- En octubre se realizó un encuentro de egresados que están instalados en Francia y Alemania, Italia y España en la Casa del embajador en París, con el rector del CESA Dr. Henry Bradford, donde los asistentes pasaron un rato muy agradable en el que recordaron la época de universidad.
- En el mes de mayo se celebró el reencuentro anual de egresados en el restaurante 4,40 *Music Hall*. Una noche de música, show y rifas, donde los asistentes compartieron un buen rato.

**Taller de ideación:** en el mes de septiembre se llevó a cabo un taller de ideación exclusivo para egresados, de 16 horas de duración en el que se trabajaron conceptos de ideación y el modelo de negocio Canvas.

**Charla Scholastica:** en septiembre se contó con la visita de miembros de Scholastica, empresa mexicana que asesora estudiantes interesados en ingresar a universidades en el exterior para programas de posgrado. Los egresados CESA tuvieron la oportunidad de escuchar la charla sobre “los 10 errores al inicio de la carrera que cuestan la admisión a Harvard y otros posgrados en el exterior”.

**Charla sobre el mercado laboral:** Se llevó a cabo una charla con Luis Camacho, *section manager de Hays*, quien habló sobre “Cómo lograr un perfil ganador, cómo hacer una búsqueda laboral efectiva, y consejos de redes sociales para ser visible para los cazatalentos”. La charla se realizó el 2 de noviembre y contó con 100 asistentes.

**Taller Cata de micheladas:** apoyando a nuestros egresados emprendedores, se realizó una cata de micheladas en el

restaurante General Michel. Un nuevo concepto en micheladas de diferentes sabores que los asistentes al evento pudieron degustar. Se llevó a cabo en el mes de noviembre y asistieron alrededor de 20 egresados .

#### 4.2.7.2. *Comunicaciones*

Con el objetivo de generar un mayor posicionamiento de nuestra asociación de egresados, en el 2016 se trabajó en diferentes tipos de comunicaciones para los asociados, tales como: noticias semanales de interés, noticias semanales del CESA, noticias de egresados destacados, empresas destacadas de egresados emprendedores, comunicación sobre los eventos del CESA y AECESA y sobre, el programa de Espíritu Emprendedor, noticias sobre los convenios actuales para beneficio de los egresados y el informe de gestión 2015.

Se publicaron los siguientes medios de comunicación, : I Mailing, con un porcentaje promedio del 35% de apertura y lectura . APP: 1.993 usuarios registrados. Facebook: actualmente cuenta con 2.693 amigos en el perfil, 1.330 miembros en el grupo cerrado y 1.320 en el fan page. Página Web: su objetivo es mantener informada a la comunidad CESA sobre las noticias de AECESA y LinkedIn (2.746 contactos).

#### 4.2.7.3. *Comité de Emprendimiento:*

Las principales actividades trabajadas en el comité fueron:

**Proveer egresados mentores y panelistas para acompañar a los grupos de estudiantes:** en el primer semestre de 2016 participaron 24 mentores y 19 panelistas y en el segundo 26 mentores y 22 panelistas.

**Actualización y ampliación de la base de datos:** para hacer más efectiva la asignación se cuenta con una base de datos actualizada del perfil laboral de más de 200 mentores y 270 panelistas. . Se han realizado 330 mentorías.

**Capacitación a mentores y panelistas:** se llevaron a cabo dos desayunos de apertura y dos de clausura. En los desayunos de apertura participaron mentores, CLE y profesores, lo que fue importante para lograr alineación. En el segundo taller de apertura, para panelistas, participaron panelistas, CLE y el Comité de Emprendimiento. Las presentaciones a los egresados trataron sobre el rol y las funciones de los mentores y panelistas y sobre las metodologías del programa, entre ellas validación de mercado y modelo de negocio Canvas. En los desayunos de clausura se compartieron las mejores prácticas y las propuestas de mejora para el programa.

**Presentación de las memorias del semestre al rector del CESA:** se llevaron a cabo dos reuniones con el rector del CESA y su grupo directivo académico, en las que se presentaron los resultados por semestre y el plan de acción para el siguiente.

#### 4.2.7.4. *Fondo CESA-AECESA*

En desarrollo del acuerdo suscrito entre el CESA y AECE-SA en el año 2014, se constituyó el Fondo de Emprendimiento para el financiamiento de los proyectos de emprendimiento que presentan miembros de nuestra comunidad al Centro de Innovación y Emprendimiento del CESA, antiguo CLE. Como se viene haciendo desde el segundo semestre de 2011, el CESA aporta \$ 40 millones a este fondo, cada semestre, a partir de los mentores y panelistas que AECESA provea al programa de Espíritu Emprendedor en pregrado del CESA. ,.



El fondo se formalizó en noviembre de 2014 y está constituido como un Patrimonio Autónomo en un encargo fiduciario en Alianza Fiduciaria, entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia. El fondo está invertido en cartera colectiva abierta con calificación 2/AAA. A diciembre de 2016 contaba con un saldo de \$149.679.959 y aportes por recibir del CESA de \$ 120.000.000.

En el año 2016 se iniciaron los desembolsos que a diciembre alcanzaron \$176.000.000 millones a cinco empresas de egresados: JQ Asociados S.A.S., Green Plastic S.A.S. Grupo Orgánico S.A.S., Inversiones ATS S.A.S. y Vives Gómez Valencia S.A.S.

#### 4.2.7.5. *Comité de Ingresos y Finanzas:*

El objetivo de este comité es definir las estrategias para conseguir recursos, de tal forma que AECESA sea autosostenible y genere beneficios a los egresados.



**Convenios:** actualmente se cuenta con 20 convenios para los egresados, a los cuales se acceden a través de la APP.

**Seguros Willis:** durante el 2016 se hizo énfasis en el convenio de seguros de AECESA. Se cuenta con un amplio portafolio de seguros diseñados para los egresados y sus familias: seguro de automóviles, hogar, exequial, salud, odontológico, vida y atención domiciliaria. Este portafolio ha generado interés en la comunidad de egresados, por lo que en el 2016 se amplió el número de afiliados.

## 4.2.8. Resumen de eventos realizados en 2016

TABLA 23. Eventos AECESA

Primer semestre de 2016						
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Conferencias / Reuniones		Tomémonos un café con... Diego Parra	Asamblea AECESA		Tomémonos un café con... Juan David Ordoñez / Fernando Padilla	Tomémonos un café con... Andrés Escallón
Cocteles reencuentro				Coctel promociones 1992 - 1994		
Espíritu emprendedor		Desayuno inicio mentores		Desayuno panelistas	Paneles / Feria	Desayuno clausura mentores y panelistas
Otras actividades				Taller cata ginebra	Fiesta egresados	
Viajes			Encuentro egresados Cali			

Otros				Grado exalumnos no graduados / grados especialización y maestría	Grados pregrado	
-------	--	--	--	--	-----------------	--

Segundo semestre de 2016						
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Conferencias / Reuniones		Tomémonos un café con... Nicolás Vergara	Charla Scholastica		Save the date: Hays	
Espíritu emprendedor		Desayuno inicio mentores		Desayuno panelistas	Paneles / Feria	Desayuno clausura mentores
Otras actividades				Encuentro egresados México	Taller de micheladas	
Viajes				Encuentro egresados Europa		
Capacitaciones			Taller ideación			
Otros				Grados especialización y maestría	Grados pregrado	

NOTA: CESA, elaboración propia AECESA

## 4.2.9. Apoyo laboral

En el 2016 un total de 146 empresas ofrecieron 219 cargos a los que se presentaron 2.492 postulaciones. Las actividades llevadas a cabo para apoyar a los egresados laboralmente fueron:

- La directora ejecutiva realizó atenciones personalizadas.
- Se direccionaron al CLE a aquellos egresados que manifestaron interés en el emprendimiento.

- Envío de ofertas laborales de empresas y head hunters a través de e-mail y APP.
- Charla con el head hunter HAYS sobre cómo lograr un perfil ganador, cómo hacer una búsqueda laboral efectiva y consejos de redes sociales para ser visibles para los cazatalentos.

## 4.2.10. Otras actividades con la comunidad

**Grados de exalumnos no graduados:** junto con el área de pregrado se diseñó un programa de alta gerencia, en el que los exalumnos, a través de la metodología de casos y con reuniones plenarias, realizaban el caso y lo discutían con el grupo. Dicho programa inició en octubre 2015 y finalizó en abril de 2016 con nueve nuevos egresados del CESA.

**Gobierno Corporativo:** durante el segundo semestre del 2016 se contrató asesoría y acompañamiento a AECESA en el proceso de diagnóstico y recomendaciones para el mejoramiento de prácticas de Buen Gobierno Corporativo, en el que se tuvo en cuenta los estándares locales y globales. Dicha asesoría fue realizada por Alexander Guzmán y María Andrea Trujillo, docentes del CESA que lideran el programa de Gobierno Corporativo.

Realizaron un diagnóstico mediante entrevistas individuales y grupales a egresados, además de un *benchmarking*. Por último, entregaron a la Asociación de Egresados 18 recomendaciones y un plan de trabajo. En el 2017 se espera que la nueva junta analice dichas recomendaciones y se realicen las implementaciones requeridas, las cuales deberán ser aprobadas en Asamblea Extraordinaria.

**Reglamento de Habeas Data:** en la página web se tiene publicado la política de tratamiento de datos de los egresados. Durante el 2016 se realizaron varias campañas para que los egresados conocieran y aprobaran la política de tratamiento de datos. A finales del año se estructuró una campaña en redes sociales con el fin de lograr la aprobación del mayor número de egresados. Adicionalmente, hacen parte del módulo de directorio solo aquellos egresados que autorizaron en la APP pertenecer a este.



# 5 Modernización





5.1. Dirección de Tecnología.....	125
5.1.1. Sistemas de información y aplicaciones .....	125
5.1.2. Licenciamiento .....	128
5.1.3. Infraestructura física .....	128
5.1.4. Comunicaciones.....	130
5.2. Infraestructura.....	131
5.2.1. OBRAS EJECUTADAS 2016 .....	132
5.2.2. Proyectos .....	139
5.2.3. Otros Proyectos En Curso .....	140
5.2.4. PROYECTOS FUTUROS.....	142
5.3. Comunicaciones y Marketing .....	144
5.3.1. Páginas web .....	144
5.3.2. Campañas de comunicación interna y externa.....	147
5.3.3. Marca CESA - ropa .....	157
5.3.4. Eventos y ferias.....	159
5.3.5. Página WEB.....	166
5.4. Dirección Financiera.....	169
5.4.1. Becas, auxilios y financiación estudiantes.....	171
5.4.2. Resultados Financieros. ....	172
5.5. Gestión Humana .....	175
5.5.1. Selección y contratación: .....	175
5.5.2. Salud Ocupacional y actividades para el personal .....	176
5.5.3. Capacitación y Desarrollo:.....	177
5.5.4. Bienestar:.....	178
5.6. Editorial CESA.....	180
5.6.1. Líneas estratégicas proceso Editorial.....	180
5.7. Coordinación Logística Y Compras.....	191
5.7.1. Compras.....	191
5.7.2. Espacios físicos y logística de eventos .....	193
5.7.3. Activos fijos .....	194
5.8. Biblioteca CRAII al servicio de la comunidad CESA.....	195
5.8.1. Sistema de Gestión de Calidad Biblioteca .....	195
5.8.2. Infraestructura física y tecnológica .....	196
5.8.3. Política desarrollo de colecciones.....	197
5.8.4. Nuevos recursos y servicios .....	198
5.8.5. Divulgación y Comunicación biblioteca: .....	200
5.8.6. Alfabetización informacional – formación de usuarios.....	201
5.8.7. Biblioteca como Centro de Cultura:.....	201
5.8.8. Proyección social biblioteca .....	201
5.9. Dirección de Desarrollo Institucional .....	202
5.9.1. Optimización y mejoramiento .....	202
5.9.2. Certificación ISO.....	203
5.9.3. Sistema de Administración de Riesgos .....	203
5.9.4. Evaluación docente .....	204

## 5.1. Dirección de Tecnología

Durante el 2016, el área de Tecnología y Sistemas de Información realizó cambios importantes en la infraestructura de tecnología que soporta la institución, tanto a nivel de infraestructura física como de aplicaciones que apoyan los procesos institucionales.

A continuación, se presentan los avances obtenidos en cada servicio que presta el área.

### 5.1.1. Sistemas de información y aplicaciones

#### 5.1.1.1. *Intranet Institucional*

Dentro del proceso de evaluación de necesidades tecnológicas, se evidencia la necesidad de contar con un espacio de comunicación y colaboración que este a disposición de todos los colaboradores del CESA que forman parte del personal administrativo y docentes.

Algunos de los beneficios que se buscan brindar con la implementación de la Intranet son:

- Una herramienta que permita divulgar información de manera efectiva a los colaboradores, y así conseguir que estos



estén permanentemente informados de las últimas novedades y datos de la Institución.

- Cuenta con un repositorio documental, lo que es un factor determinante para conseguir el objetivo de la oficina sin papeles.
- Permite desarrollar los trámites administrativos internos de una manera más sencilla y eficiente. Por ejemplo, lanzar comunicados, reservar salas de reuniones, acceder a documentos y formatos administrativos, entre otros.
- Sin limitaciones horarias o de espacio. Está abierta permanentemente y accesible a todas las personas, incluidas las que están de viaje o trabajando fuera de la oficina.
- La búsqueda de información resulta más fácil y rápida, por lo que las personas pierden menos tiempo en este tipo de tareas.
- Aumenta la colaboración entre áreas. La Intranet puede ser el medio para que las personas de diferentes áreas colaboren entre sí de forma más rápida y eficiente.

### *Funcionalidades de la Intranet*

- Información institucional: historia, misión y visión institucional
- Nuestro campus: mapas del campus universitario e información relevante de la zona

- Directorio: aplicativo que permite encontrar fácilmente los datos de los colaboradores CESA, a través del buscador ubicado en la página principal o en el menú de servicios electrónicos.
- Sitio interno de cada área: para conocimiento del resto de miembros de la Institución, cada uno de los departamentos tendrá la opción de publicar la información más relevante de sus áreas.
- Centro de documentación: por medio de esta funcionalidad, los miembros de la comunidad podrán acceder a los formatos de uso frecuente para realizar las actividades diarias de cada una de las áreas.
- Cumpleaños: espacio de publicación de la información de los cumpleaños de los miembros de la comunidad.

#### 5.1.1.2. CESA+

Una vez en producción el sistema ERP del CESA, con la implantación del sistema ALAS, se identificaron algunas funcionalidades que el sistema de información no tenía incluidas, por lo que se tomó la decisión de contratar desarrollos a la medida que permitieron gestionar procesos importantes y mejorar el servicio a nuestros estudiantes. Dentro de los módulos incorporados se encuentran:

- *Reportes*

Ante la falencia de algunos reportes de la herramienta ALAS se implementaron diversos reportes para facilitar la gestión de las áreas de registro y control, así como los programas académicos.

- *Seguimiento Programa PAIDE – Consejería Estudiantil*

Con este módulo el área de bienestar y los consejeros voluntarios pueden hacer seguimiento y acompañamiento de los estudiantes, lo que les permite llevar el historial del estudiante: visitas a consejería, acceso al centro de calificaciones, apoyo económico brindado, así como remitirlo a otros centros de apoyo y a psicología, en caso de ser necesario.

- *Prácticas empresariales*

Con la implementación de este módulo se automatizó al 100% el proceso de gestión de prácticas empresariales, lo que permite a los estudiantes postular su hoja de vida a las empresas del sector real que muestran interés por contratarlos.

El proceso contempla:

- Publicación de ofertas laborales por parte de las empresas.
- Solicitud y aprobación formal de la práctica empresarial antes el pregrado.
- Postulación de la hoja de vida de los estudiantes a las ofertas.
- Asignación de la práctica empresarial.
- Seguimiento y evaluación de la práctica.

- *ALAS*

El año 2016 fue importante para el cierre del proyecto del aplicativo ERP institucional con la implementación del módulo NIIF y mejoras a los procesos de inscripción del sistema académico.

## 5.1.2. Licenciamiento

Se realizó una inversión importante en la renovación de todo el licenciamiento institucional destinado para la academia y la parte administrativa del CESA, lo que nos ha permitido contar con los últimos avances y mejoras en el *software* que se utiliza a diario.

Asimismo, se adquirió una plataforma especializada para el envío de correo electrónico, lo que nos permite trazabilidad de las comunicaciones institucionales con todo su público objetivo.

## 5.1.3. Infraestructura física

### 5.1.3.1. *Edificio Innovación*

En la adecuación del edificio de innovación se contempló el diseño de un centro de cómputo alternativo que nos permitiera contar con dos puntos de almacenamiento de servidores y de equipos de red redundantes, para tener mayor disponibilidad.

Con la implementación de este segundo centro de cómputo logramos:

- Infraestructura 100% redundante.

- Aire acondicionado redundante y de precisión, especializado para centros de cómputo. Anteriormente contábamos con aire acondicionado de confort, el cual no está diseñado para trabajar las 24 horas.
- Sistema de detección y extinción de incendio específico para recursos tecnológicos.
- Renovación de las controladoras de red inalámbrica, que ya cumplieron cinco años de uso.
- Sistema de circuito cerrado de tv y control de acceso a través de tarjetas inteligentes.



### 5.1.3.2. Outsourcing de Impresión

Se realizó un cambio significativo en el proceso de impresión, dado que tercerizamos el servicio con una empresa especializada. Esto nos ha permitido las siguientes mejoras:

- Impresión en red con liberación plenamente identificada por el usuario a través del carnet institucional.
- Impresión en cualquier impresora de la institución.
- Mejoramiento de la velocidad de impresión, entre 36 ppm y 47 ppm, dependiendo del modelo.
- Todas las impresoras con escáner al correo electrónico y directorio en la red.
- Software de Gestión, que entre otras cosas permite:
  - Administración centralizada.
  - Control de costos de copia, impresión, escaneo y fax.
  - Reporte y gestión de costos por usuario y departamento.
- Mantenimiento, repuestos y soporte, servicios que están incluidos en el canon mensual.
- Se disminuyó el número de dispositivos a gestionar. De 79 impresoras pasamos a 16 multifuncionales.
- Pago por página impresa, que incluye todos los consumibles asociados.

- Campaña permanente del uso eficiente de los recursos y concientización ambiental frente a la impresión y el consumo de papel.
- Impresión 100% dúplex, es decir, todos los documentos se imprimen a doble cara.

### 5.1.3.3. *Renovación Tecnológica*

Se llevó a cabo el proceso de renovación de equipos administrativos y de academia, con la adquisición de 178 equipos, que supera en un 37% la cantidad de equipos renovados en el 2015. Se priorizaron los equipos de cómputo que prestan servicios a estudiantes y docentes, así como los que prestan servicio en la Biblioteca, que fue dotada en un 100% con equipos de última generación.

En lo relativo a equipos de proyección, se continuo con el proceso de renovación tecnológica con la adquisición de 31 proyectores de tecnología LED.

Finalmente, se dotó un salón de clase con toda la tecnología para realizar clases semipresenciales mediante videoconferencia con equipos especializados en video, audio y compartimiento de recursos para facilitar la participación de estudiantes ubicados en diferentes en diferentes regiones geográficas.

## 5.1.4. Comunicaciones

La debilidad de los sistemas de seguridad perimetral institucional, así como el alto riesgo de una caída de los servicios de navegación a Internet, fueron las falencias más importantes identificadas en el 2015. Fue por esto que durante el 2016 se rediseño todo el esquema de comunicaciones del CESA.

Con la implementación del proyecto se lograron los siguientes resultados:

- Incorporación de nuevos equipos especializados en seguridad con servicios de firewall, IPS, antivirus, filtrado web, control de aplicaciones, VPN, enrutamiento, DLP, balanceo de tráfico, entre otros. Adicionalmente están ubicados en sitios geográficos diferentes, lo que permite contar con un esquema de alta disponibilidad y mayor capacidad.
- Canales redundantes de 100 MB con cuatro conexiones a los centros de datos.
- Ampliación del ancho de banda a 200 MB, anteriormente se manejan 180 MB.
- Balanceo de carga entre los canales de internet con dos proveedores de servicio diferentes.
- Tercerización del servicio de seguridad por medio de un proveedor con personal calificado y especializado en el tema de seguridad.

Además de las ventajas tecnológicas que representó la solución propuesta el impacto económico, los resultados financieros



fueron bastante satisfactorios, ya que con el mismo rublo presupuestal destinado para comunicaciones y seguridad del 2015, se cambió la plataforma y se ampliaron los servicios. Adicionalmente, se logró un ahorro en el presupuesto de inversión 2016, ya que no se ejecutó la compra de infraestructura propia para estos servicios.

## 5.2. Infraestructura

El vínculo del CESA con el barrio La Merced data del año 1975. Iniciamos con una sola edificación, con el tiempo fuimos ampliando sus espacios, hasta completar las quince casas que actualmente conforman nuestra infraestructura, la mayoría de conservación arquitectónica. Sin duda, el mayor reto ha sido conservar el barrio y estar a la altura de los valores arquitectónicos, sin descuidar todo lo que implica pensar, diseñar y plasmar aulas para enseñar el oficio de emprender. Es decir, ni la antigüedad de las estructuras ni la necesidad de conservar sus carpinterías, yeserías, escaleras, fachadas o ventanerías han impedido que se garanticen las condiciones óptimas para alumnos y docentes, tales como: propiedades de luz, de sonido, de comodidad y de mobiliario, dado que las instalaciones siempre han sido medidas con el nivel más exigente.

Actualmente el CESA tiene más de 13.870 metros cuadrados construidos, cuenta con cinco salas especializadas, 39 salones de clase, 11 salas de computo, una biblioteca especializada en administración de empresas con 259 puestos de estudio, tres cafeterías con diferentes ambientes, varios establecimientos de

comida ubicados en la sede Lleras, Biblioteca e Incolda, con diferente oferta alimenticia. Además de: servicios sanitarios, salas de estudio, salones de trabajo en grupo, áreas de recreación, gimnasio, fotocopiadora, dos salones múltiples (uno con capacidad para 70 personas y el otro para más de 160 personas) y servicios básicos generales.

El buen desempeño, la adecuación y mejora de los recursos anteriormente descritos están a cargo del área de Infraestructura, y sus funciones son formular, administrar, ejecutar y supervisar todos los proyectos de infraestructura del CESA, (obras, adecuaciones, servicios generales y mantenimiento).

## 5.2.1. Obras ejecutadas en el 2016

### *1 – Edificio Innovación Cesa ‘Pedro Vargas Gallo’*

El Edificio de Innovación Cesa “Pedro Vargas Gallo” está ubicado en la carrera 5 No. 34- 07, cuenta con 1.589 metros cuadrados de construcción, seis aulas de clases flexibles para trabajo en grupo, una sala de creatividad, incubadoras, *co-working*, oficinas de consultoría, un gimnasio y servicios complementarios. Todos son ambientes amplios, con buena iluminación y acústica, de tal manera que permiten el desarrollo de diversas actividades académicas.

Obra finalizada













## *2- UNIFICACIÓN de las escaleras externas que conducen a la casa Incolda y a la casa Biblioteca*

Se finaliza la unificación de las escaleras externas que conducen a la Casa Incolda y a la Casa Biblioteca. Esta unificación permitió eliminar el muro que las separaba y habilitarlas como sitio de encuentro. Simultáneamente, se equiparán con una plataforma para minusválidos, lo cual facilitará el acceso a la biblioteca a personas discapacitadas.





### *3- Recuperación calle peatonal 35 bis en conjunto con Asosandiego*

La recuperación y activación de la calle peatonal escalonada (Carrera 5 BIS), que conecta la carrera 5ª con la Diagonal 34B, fue un proyecto bastante importante que permitió la recuperación de un espacio público que estaba bastante deteriorado por las basuras, indigencia, lugar de expendio y consumo de drogas.

Con esta obra se creó una fuente de inseguridad para el vecindario (mayormente estudiantes), los vecinos y la ciudad.

La propuesta de recuperación se planteó en cuatro pasos, con los cuales el barrio se apropió del espacio, y los transeúntes y vecinos tienen garantizada la seguridad.

- Cerramiento con el objeto de dar seguridad en las horas de la noche. Se instalaron rejas con idéntico diseño a las que predominan en el barrio.
- Instalación de luminarias y faroles decorativos a lo largo del recorrido.
- Ubicación de mobiliario, materas, canecas y demás elementos que hacen de la calle un sitio amable para los ciudadanos que la transiten.
- Instalación de cámaras de seguridad que resguardan a lo largo del recorrido a quien transita por la transversal 5ª.

El Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA y la Asosandiego lograron la recuperación de la escalinata por la que transitan diariamente más de 900 personas, entre estudiantes, profesores, visitantes, vecinos y residentes del Barrio La Merced.

El viernes 19 de agosto se llevó a cabo la presentación formal de este espacio, en el que contamos con la compañía de la Alcaldía de Santa Fe y la Defensoría del Espacio Público.

Estado actual





## 5.2.2. Proyectos

### **Centro de Acopio**

En la sede Lleras se destinó un sitio de almacenamiento de residuos recuperables, donde son clasificados y separados de acuerdo con su naturaleza: cartón, papel, plástico, vidrio y metales. Para su disposición se cuenta con contenedores metálicos señalizados en los que se depositan para su pesaje y posterior venta o disposición final.

Este Centro de Acopio busca garantizar el reciclado de materiales y la disminución de las cantidades de residuos generados al interior del Cesa a los rellenos sanitarios, así como controlar y organizar la manipulación y almacenamiento de estos desde su generación hasta su aprovechamiento y disposición final. De esta manera el CESA cumple con la recolección, almacenamiento, separación y transporte de dichos residuos.

### **Adecuación de espacio para establecimientos de comidas**

En la sede Lleras, patio externo, se realizó la adecuación y obra de cuatro establecimientos para montaje de restaurantes y locales de comidas, los cuales cumplen con los lineamientos de la Secretaria de Salud. Se colocó enchape de cerámica en los pisos y la zona de salpicaderos de los lavaplatos, se instalaron sifones de piso, rejillas en lámina microperforada para cubrir zonas abiertas, mueble en acero inoxidable, tanque de reserva de agua y poceta para el lavado y almacenamiento de productos de aseo.

### **Adecuación de espacios para oficinas**

En el 2016 se realizaron varios trabajos para contar con espacios cómodos, áreas de espera, atención al público y ambientes óptimos para oficinas administrativas. El cambio de iluminación, mobiliario, unificación de espacios y modernización de los mismos, fue el eje central de los proyectos en varias de las sedes del CESA.

## 5.2.3. Otros Proyectos en Curso

### **Cambio de iluminación a LED en varios espacios**

Para el 2016 se realizaron varios proyectos de mejora de la iluminación con bombillos LED, los que por su bajo consumo permiten ahorrar, son eficientes por su duración y calidad y cuidan el ambiente, ya que son totalmente reciclables y ecológicos por no contener mercurio.



### **Construcción de tanques subterráneos de agua Mejía – Rocha**

En el caso de que los sistemas públicos de servicios fallen, los tanques de agua son un elemento clave en una red de abastecimiento de agua. Para el segundo semestre del 2016 se aprobó el proyecto de instalar dos tanques de almacenamiento de agua para la sede Rocha y Mejía.

### **Adecuación de espacio para las actividades de Bienestar**

Se está trabajando en la adecuación y modernización de un espacio para el desarrollo de actividades deportivas del área de Bienestar en la sede Rocha primer piso.

### **Salón de cómputo – Sede Rocha**

Se tomó la decisión de cambiar un espacio de sala especializada en el primer piso, para adecuar una sala de cómputo de 36 puestos, que cuente con aire acondicionado. En el mes de diciembre se empezó este proyecto.

### **Ampliación de la oficina de pregrado- Sede Fundadores**

realizarse realizará una intervención para ampliar la oficina de pregrado, que contará con un espacio de trabajo en grupo para varios administrativos, sitios de atención al público y varias zonas para salas de espera.

### **Mantenimiento general de la infraestructura del Cesa**

El mantenimiento adecuado de los inmuebles de la planta física de la institución es prioridad para el área de infraestructura, por lo que una de sus funciones es gestionar y coordinar el mantenimiento preventivo y correctivo, para así garantizar su buen estado y perfectas condiciones. Es una tarea diaria en la cual se realizan las siguientes actividades:

- Trabajos de carpintería metálica y en madera.
- Reparaciones menores.
- Trabajos de vidrios.
- Trabajos de mampostería.
- Trabajos de ornamentación.

- Trabajos hidráulicos y sanitarios.
- Servicio de jardinería, cortinería y cerrajería.
- Pintura y reparación de muebles.
- Pintura de espacios físicos.

## *Proyectos futuros*

### **Obras de reforzamiento estructural en sedes del CESA**

Desde mediados del año 2016, para atender las disposiciones vigentes relativas a las condiciones estructurales que deben tener las construcciones destinadas a usos educativos, el CESA emprendió un plan de evaluación, diagnóstico y recomendaciones del estado de los inmuebles de su propiedad en el barrio la Merced. Como resultado, el CESA está próximo a acometer las obras de reforzamiento estructural derivadas de la etapa de evaluación y recomendaciones.

Las obras se harán por etapas en grupos de tres casas a la vez y requieren, por motivos de logística, el traslado temporal del personal que ocupa las mismas a una sede alterna, ubicada en el mismo barrio. Estos trabajos se iniciarían en el primer semestre del 2018, una vez obtenidos los permisos correspondientes, y estarán terminados a finales del año 2020.

Cabe anotar que, según las evaluaciones realizadas, el estado de las casas del CESA es excelente desde todo punto de vista y las obras mencionadas serán llevadas a cabo para el estricto cumplimiento de las normas respectivas.



## Conclusiones

El CESA enfrenta en los próximos cinco años el reto de materializar los proyectos contenidos en el Plan de Regulación y Manejo PRM, y atender sus necesidades de espacio físico derivadas del crecimiento de su población estudiantil y del ajuste de sus áreas a los estándares internacionales para instituciones educativas de nivel superior.

Para ello se han planeado importantes intervenciones del espacio público circundante, la construcción de un edificio en el Barrio la Merced con auditorio, salones y parqueaderos y un polideportivo con parqueaderos en la avenida circunvalar barrio Pardo Rubio. Estas obras, junto con la adecuación de la actual Casa Bienestar para nuevos usos, el reforzamiento estructural de las casas aún no intervenidas y la adquisición de dos inmuebles estratégicos ofrecerán como resultado una planta física para el CESA que cumplirá con óptimos estándares y con los propósitos de crecimiento proyectado en el Plan Estratégico. El área por estudiante en metros cuadrados será de 9.04M<sup>2</sup>, muy cercana al estándar de 10M<sup>2</sup>/estudiante recomendado por la Unesco. De este modo el CESA estará en condiciones de afrontar el posible crecimiento que se presentará en los años posteriores al 2020.

## 5.3. Comunicaciones y Marketing

El área de Comunicaciones y Marketing desarrollo durante el 2016 las siguientes actividades:

- Campañas de comunicación para las diferentes áreas: 14
- Piezas digitales (banners, mailings, displays, google, formularios landings): 190
- Contenidos para web: 458
- Contenidos mobile: 193
- Avisos varios: 60
- Newsletter: 49
- Imágenes post redes: 280
- Página Web: 109, páginas internas: 11, Homes: 8

Unidas a otras piezas se desarrolló un total de 1618 piezas al año.

## 5.3.1. Páginas web

### 5.3.1.1. Actualización del site gobierno corporativo

Teniendo en cuenta la relevancia que tendrá para el CESA, por ser una herramienta de investigación y por la relación que permitirá establecer con la empresa privada, en el 2016 se creó el site para el Centro de Estudios en Gobierno Corporativo.



### 5.3.1.2. *Implementación site concurso de ensayo*

Se continuó con el Concurso de Ensayo CESA y se realizaron las actualizaciones a la página web.



### 5.3.1.3. *Implementación del nuevo site MBA sin doble titulación*

Se actualizó la gráfica del MBA para la renovación del proceso de inscripciones.

### *Implementación nueva site MBA – doble titulación sprott –*

Se actualizó la gráfica del MBA para la renovación del proceso de inscripciones.

### 5.3.1.4. Implementación del nuevo site de maestría en Finanzas Corporativas

Con el objetivo de contar con una página de fácil navegación, que conllevara a la renovación del proceso de inscripciones, se actualizó la gráfica del site de la maestría en Finanzas Corporativas.

### 5.3.1.5. CEO opportunity

Se diseñó la página interna del programa, así como también todos los anuncios para la comunicación del programa: *mailings*, presentación, video testimonial y un evento.

**CEOPPORTUNITY**  
El primer día de trabajo nunca fue tan importante

**THUOPER**  
Tools for Human and Organizational Performance

**CEOPPORTUNITY**

**Empresas participantes**

Estas empresas y sus respectivos CEO's han contribuido al Inicio | Edición de CEO x 1 día.

1. Platene
2. Grupo Lider
3. Series Seating
4. Leo Burnett
5. Publicar
6. Servoptica
7. Credicorp capital
8. Terpel
9. 3M
10. ISA

Suscribirse al Newsletter del CESA.

**Inicio**

Matriculación y Derechos

Programa EII+e

Pragrado

Información general  
Objetivos del programa  
Plan de estudios  
Calendario Académico 2011  
Calendario Académico 2014  
Diferenciales  
Relaciones Internacionales  
Metas y Prácticas Empresariales  
Realizaciones  
Proceso de inscripción y admisión  
Credenciales  
Webinar digital en español  
Por qué elegir  
CEOPPORTUNITY

## 5.3.2. Campañas de comunicación interna y externa

### 5.3.2.1. Blackboard

Con el objetivo de sensibilizar positivamente a los estudiantes de pregrado y posgrados, así como a los docentes de dichos programas, acerca del cambio de plataforma LMS (antes Papernet, ahora BlackBoard) y sus beneficios, creamos una campaña de comunicación en la que se incluyó el diseño del home de la página y las diferentes piezas para dar a conocer esta plataforma a la comunidad interna: mailings, post para redes sociales, backings, tótems y artículos de prensa con las ventajas, tanto para estudiantes como para los profesores sobre la nueva plataforma.



### 5.3.2.2. Campaña good carro compartido

Se desarrolló una campaña de comunicación interna para apoyar la iniciativa del carro compartido, para la que se desarrolló una identidad visual (logo y key visual), así como contenidos para la web, pendones, afiches y piezas digitales.



### 5.3.2.3. *Campaña good reciclaje*

Para apoyar la iniciativa de reciclaje y sensibilizar este proceso interno, se desarrolló una campaña de comunicación interna que básicamente consistió en una identidad visual (logo y key visual), así como contenidos para la web y piezas digitales.

Está campaña se desarrollará en el mes de febrero de 2017 con el apoyo del área de Infraestructura.



### 5.3.2.4. *Campaña respeto*

Se desarrolló una campaña interna para estudiantes, profesores y administrativos con el objetivo de recuperar y comenzar a ser reconocidos por el Sello CESA, el cual hace referencia a las buenas normas de comportamiento que debemos tener todos los que hacemos parte de la institución, y ser reconocidos



como la gran familia CESA que da ejemplo en torno a estas buenas prácticas y desde adentro hacia fuera.

Esta campaña se desarrollará en el mes de enero del 2017 en varios pasos:.

1. Profesor encubierto.
2. Video del rector.
3. El Sello CESA de la mano del éxito.
4. Stickers en los salones.
5. Contador de cordialidad.
6. Galletas de la misión del día.
7. *Post* en redes sociales y avisos pantallas.



LÍDERES CON CALIDAD HUMANA

### 5.3.2.5. Campaña GOOD movilidad en bici

Bajo la gran sombrilla del movimiento GOOD, se desarrolló la campaña del “Reto de Movilidad”, cuyos competidores son la Universidad del Rosario, el Distrito y el CESA. La campaña fue sugerida por el alcalde Peñalosa para incentivar a los estudiantes a competir por el cambio y ganarle a la contaminación de la ciudad.



### 5.3.2.6. Formación Ejecutiva

A lo largo del año trabajamos en campañas de promoción para más de 100 programas de Formación Ejecutiva. Generamos diferentes mails para campañas segmentadas:

- Mail para cada programa.
- Mails con la programación mensual.
- Mails con la programación trimestral por área.
- Mailing con programación mensual.

Teniendo en cuenta el reto que implica la comunicación y venta de los programas, se trabajó en un plan de medios digital a través de Google (*Search* y *Content*) y redes sociales. Para cada programa se definieron palabras clave, se elaboraron anuncios de texto y se diseñaron y programaron entre cuatro y ocho piezas.



Para generar mayor tráfico al minisite de FE, se creó una matriz de contenidos, sobre temas relacionados con la oferta académica, cuyos textos fueron escritos por los conferencistas. Teniendo en cuenta que la promoción de los programas también se hace a través de la autopauta, generamos banners publicitarios en nuestro ministe para invitar a los clientes potenciales a conocer la programación o determinado programa.

Diseñamos un nuevo *landing*, más amigable al usuario, para que tuvieran toda la información del programa en un mismo lugar. Este landing sirve, tanto para el tráfico orgánico, como para direccionar la pauta y cuenta con mecanismos de venta enfocados en el precio.

## Mailings

Se trabajaron alrededor de 150 mailings en html, entre los que se encuentran los de programación trimestral y los individuales que sirven para detallar cada programa.





## News Letter

Creamos News Letter con la información de la programación trimestral de Formación Ejecutiva.



## Ejemplo de campaña completa

Piezas de campaña por cada programa de FE



### 5.3.2.7. Pregrado

Se rediseñó toda la parte gráfica del pregrado del CESA y se realizaron diferentes piezas gráficas para darlo a conocer: brochure, pendones, tarjetas, mailings, stand, imágenes.

### 5.3.2.8. Posgrados

Se rediseñó toda la parte gráfica del MBA, maestría en Finanzas, y las especializaciones. Se produjeron diferentes piezas: brochure, pendones, flyers, tarjetas, mailings, gif, imágenes.

### 5.3.2.9. Brochures y plegables

Se actualizaron los siguientes brochures de los programas.

#### *Brochure Internacional Family Business*

Programa que hace parte del CESA en compañía con IE Business School y la Universidad Sergio Arboleda y en el que se diseñó un brochure, individuales, landings y piezas gráficas.



#### *Plegable PAIDE*

Creamos un brochure para el PAIDE, proyecto para estudiantes y sus consejeros estudiantiles.



## *Plegable Escuela de Líderes*

Creamos un brochure para promocionar el programa de Escuela de líderes que hace parte del área de Bienestar Universitario.





El programa va dirigido a niños y niñas de 8 a 11 años. Pueden participar hijos, hermanos, sobrinos o familiares de alumnos, egresados, profesores o personal administrativo del CESA y a padres de familia que quieran desarrollar en ellos espíritu emprendedor, liderazgo y autoestima.

Programación y actualización del carrusel del home

Creación página interna con información del próximo evento

Integración de imágenes de próximos eventos.

### 5.3.2.10. *Posgrados campañas online*

Para cada uno de los programas se realizaron campañas online, de acuerdo con el plan de marketing. Se diseñaron e-mailings, banners, displays, multiproductos, etc., que fueron publicados en medios como: Google, Facebook, Twitter, LinkedIn.

Asimismo, se diseñaron piezas institucionales con el objetivo de dar a conocer la apertura de inscripciones de todos los programas.



## Mailings de los programas



**MBA** **Administración de Negocios Internacionales**

**Aprender a liderar. Aprender a ganar.**

En respuesta a su interés por el MBA Internacional en Administración, le suministramos información específica y relevante sobre este programa.

- Características de la maestría
- Plan de estudios
- Beneficios
- Proceso de inscripción y cronograma

Para más información visite [www.cesa.edu.co](http://www.cesa.edu.co) o envíe un correo electrónico a [maib@cesa.edu.co](mailto:maib@cesa.edu.co) o [maib@cesa.edu.co](mailto:maib@cesa.edu.co)

**INSCRIBASE AQUÍ**



**MFC** **Maestría en Finanzas Corporativas** (MFC 1204)

**INSCRIPCIONES ABIERTAS DESDE EL 10 DE AGOSTO**

**Conviértase en un verdadero estratega financiero y use los cambios del entorno a su favor.**

En respuesta a su interés por la Maestría en Finanzas Corporativas, le suministramos información específica y relevante sobre este programa.

- Características de la maestría
- Plan de estudios
- Beneficios
- Proceso de inscripción y cronograma

Para más información visite [www.cesa.edu.co](http://www.cesa.edu.co) o envíe un correo electrónico a [mafc@cesa.edu.co](mailto:mafc@cesa.edu.co) o [mafc@cesa.edu.co](mailto:mafc@cesa.edu.co)

**INSCRIBASE AQUÍ**



**No esperes el momento indicado. ¡Inicia ahora!**

**Especialización en Finanzas Corporativas**

Código 3925 3940

**INSCRIPCIONES ABIERTAS DESDE EL 10 DE AGOSTO**

Para más información visite [www.cesa.edu.co](http://www.cesa.edu.co) o envíe un correo electrónico a [mafc@cesa.edu.co](mailto:mafc@cesa.edu.co) o [mafc@cesa.edu.co](mailto:mafc@cesa.edu.co)

**INSCRIBASE AQUÍ**



### 5.3.3. Marca CESA - ropa

Teniendo en cuenta que la Asociación de Egresados del CESA proyecta vender, tanto interna como externamente, prendas de vestir con la marca CESA, se realizó una propuesta de marca.





## 5.3.4. Eventos y ferias

### 5.3.4.1. *Gobierno corporativo en la empresa familiar*

Para este evento se elaboró la invitación, se realizó la convocatoria, el montaje y la divulgación del mismo.



### 5.3.4.2. *Ciudad laboratorio*

Ciudad Laboratorio es un lugar abierto de encuentro, imaginación y trabajo colaborativo, donde el sector privado, la academia, la sociedad civil y el gobierno local interactúan para generar soluciones creativas a problemas apremiantes de Bogotá.

- Programación y actualización del carrusel del home.
- Creación de la página interna con información de próximo evento.
- Integración de imágenes de los próximos eventos.



### 5.3.4.3. *Lanzamiento etapa de aceleración de emprendimientos CESA*

El lanzamiento de la etapa de aceleración de emprendimientos CESA, es un evento del cual hacen parte: el Club de Ángeles Inversionistas CESA, El Fondo de Préstamo a Emprendedores CESA-AECESA y la Plataforma Web de Emprendimiento.

- Programación y actualización del carrusel del *home*.
- Creación de la página interna con información de próximo evento.
- Integración de imágenes de los próximos eventos.



#### 5.3.4.4. *Feria del espíritu emprendedor CESA 2016 I y II*

La feria contó con la participación de 20 grupos de pregrado en el primer semestre de 2016, y de 24 grupos en el segundo. Estuvieron conformados por estudiantes de cuarto semestre, quienes presentaron sus modelos de negocio a más de 1.000 asistentes a los eventos. La Feria es el resultado de un proceso semestral de acompañamiento con mentores y profesores, que consiste en la creación y el desarrollo de ideas de negocio innovadoras, a partir de las necesidades de un segmento de clientes.

- Programación y actualización del carrusel del home.
- Creación de la página interna con información de próximo evento.
- Integración de imágenes de los próximos eventos.



### *5.3.4.5. Programa internacional, ejerciendo un liderazgo efectivo como director*

En el complejo entorno empresarial de hoy, las Juntas Corporativas de América Latina enfrentan una serie de desafíos interconectados: ¿Cómo pueden los potenciales miembros de la Junta prepararse para sus responsabilidades? ¿Cuáles son los comportamientos óptimos para ayudar a dirigir la empresa en tiempos difíciles, o para mantener el autocontrol durante las discusiones de sala de juntas? Para responder a estos interrogantes se llevó a cabo un taller que fue organizado conjuntamente por IFC International Finance Corporation y la IGCLA Red de Institutos de Gobierno Corporativo de Latinoamérica.

- Programación y actualización del carrusel del home.
- Creación de la página interna con información del próximo evento.
- Integración de imágenes de los próximos eventos.



### 5.3.4.6. *Foro de presidentes*

El CESA participó en el Foro de Presidentes que se realizó en el Club el Nogal con el diseño de unas bolsas y brochures de los programas de CESA Presidentes. Se imprimieron 300 bolsas y 300 brochures.

### 5.3.4.7. *Foro de Angus Deaton*

La organización del evento Angus Deaton, logística y montaje lo realizó el ICP, y la Fundación Hernán Echavarría Olózaga. Participaron 450 invitados; fue un evento muy concurrido y con buena divulgación en medios de comunicación.



Logo of Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA) in the top left corner.

**FORO INTERNACIONAL DE CRECIMIENTO Y EQUIDAD**

“EL DESARROLLO Y EL VERDADERO SIGNIFICADO DE LIBERTAD”

UN NOBEL DE ECONOMÍA PARA POTENCIAR SU NEGOCIO

Aprenda las técnicas para convertirse en un estratega íntegro, capacítense de la mano del premio Nobel de economía, **Angus Deaton**.

De un giro a su empresa y carrera profundizando en temas económicos de alto nivel.



### 5.3.4.8. *Evento workshop internacional*

- Gobierno corporativo IFC



### 5.3.4.9. Evento Digital Day



### 5.3.4.10. *Evento inauguración Centro de Innovación Pedro Vargas Gallo*

### 5.3.4.11. *Entrevistas a grandes líderes*

En lo transcurrido del año el área de Comunicaciones y Marketing participó activamente en la organización de entrevistas a grandes líderes, un programa que invita a emprendedores y líderes del ámbito nacional e internacional a contar su experiencia en su campo de acción.

El contenido de las entrevistas se publica en la página web del CESA y en las diferentes redes sociales.

Para el 2016 participaron diferentes empresarios y líderes, entre ellos:.

- Juan Carlos Paba, expresidente de Kokorico.
- Jaime Oreja, político español.
- Álvaro Uribe, expresidente y senador de la República.
- Munir Fallah, presidente de Cinecolombia.
- Iván Duque, senador de la República.
- Carlos Enrique Moreno, presidente de la Fundación Corona.
- Juan Alberto González.
- Sylvia Escovar, presidenta de Terpel.

- María José Ramírez, speaker resiliencia.
- Luis Fernando Castro.
- Frederik Jacobsen, expresidente de Viva Colombia
- Santiago Rojas.
- Matt Killingsworth, Joynomics; Study of joy and progress.

Varios de los eventos que realiza el CESA fueron transmitidos vía *streaming*, lo que permitió un flujo de 1.080 personas aproximadamente .

A todas las entrevistas a grandes líderes se les realizó *streaming*:

- Programación de código en la página.
- Implementación de código embebido.
- Publicación de *streaming*.





### 5.3.5. Página WEB

En la página web se publicaron alrededor de 248 artículos, de los cuales se sustrajeron varios posts que fueron publicados en las redes sociales (Facebook, Twitter y LinkedIn). Esto generó un gran flujo en los contenidos publicados: videos, infografías, galerías fotográficas, entrevistas, artículos de investigación, entre otros.

Asimismo, los profesores investigadores realizaron valiosos aportes con artículos de investigación que generan notas al *core* de la institución.

Se publicaron 48 newsletters con los artículos de la página web para enviar a los diferentes públicos del CESA.

### 5.3.5.1. Animaciones página web

Para las festividades de diciembre se realizaron tres animaciones: Velitas, Navidad y Año Nuevo. La animación del 7 de diciembre, día de velitas, contó con más de 10 páginas internas a través de Parallax.

#### Velitas



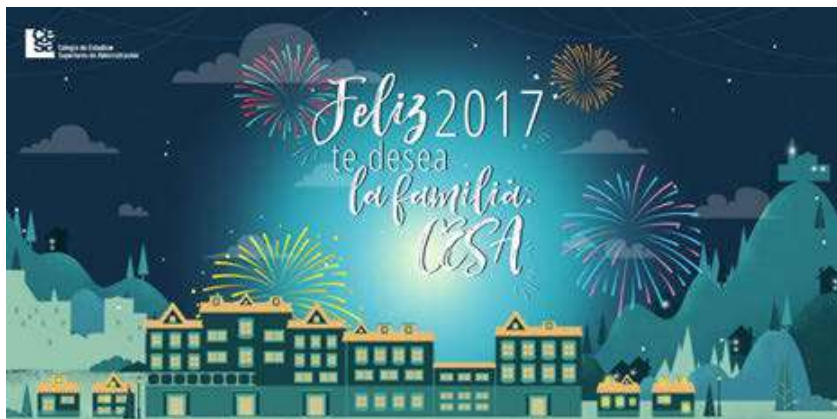


**Navidad**



**Año Nuevo**





## 5.4. Dirección Financiera

- Durante el año 2016 la Dirección Financiera orientó sus esfuerzos a: Administrar y asignar los recursos para dar cumplimiento a las metas presupuestales planteadas en el Plan Estratégico y a las directrices de la Alta Dirección.
- A partir del primer semestre del 2016, la elaboración del presupuesto y la ejecución presupuestar quedó bajo la responsabilidad del área financiera.
- Se continuó con el apoyo oportuno a las diferentes áreas académicas y al área administrativa, con el fin de garantizar la entrega oportuna de los recursos financieros.
- Se finalizó la parametrización e implementación en el sistema ICEBERG del proceso de estandarización de la contabilidad, bajo la Normas de Información Financiera Co-

lombianas NCIF, las cuales se sustentan en los Estándares Internacionales de Información financiera (IFRS).

- Se realizó el lanzamiento y la capacitación a los directores de área sobre el manejo e interpretación del módulo del presupuesto en el sistema ICEBERG.
- En aras de promover el desarrollo intelectual y personal, se dio inicio al programa de capacitación del personal del área financiera en programas como: Normas Internacionales NIIF, Actualización Tributaria, Análisis Financiero, Crédito y Cartera, entre otros.
- Se coordinó, en conjunto con el área de Gestión de Calidad, el levantamiento de proceso y los manuales de procedimientos del área financiera.

Durante el 2016 fueron gestionados ante las entidades gubernamentales el reporte de información, los pagos de impuestos y los aportes parafiscales, así cumplimos con las normas legales en las fechas establecidas.

Para mejorar y mantener los altos estándares de calidad académica, mejorar infraestructura, ofrecer alta tecnología y continuar con el proceso de acreditación internacional, durante el año 2016 el CESA invirtió más de \$ 3.647 millones en:

- Muebles, equipos de salones y comunicación.
- Plan de modernización en tecnología y automatización de salones.
- Acreditación internacional ante la EFMDA.

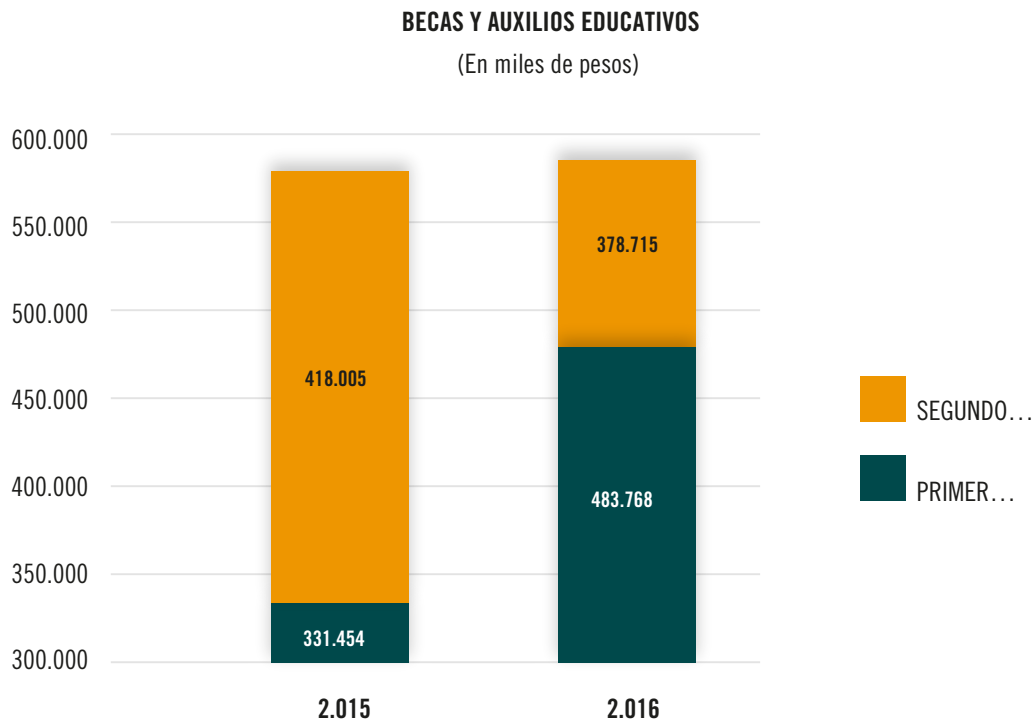
- Afiliaciones internacionales a EFMDA, BALAS y CLADEA.
- Apoyo financiero a estudiantes y profesores Internacionales en el proceso de internacionalización.
- Docentes y conferencias internacionales.
- Capacitación e inversiones en el nuevo sistema de información.

## 5.4.1. Becas, auxilios y financiación a estudiantes

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

Es por ello que en el año 2016 el rubro de becas y auxilios educativos se incrementó en un 15.1% un 12.7% con respecto al año inmediatamente anterior (Ver Gráfica 15). Este incremento en buena parte corresponde al apoyo económico del 95% del valor de la matrícula que brinda a los estudiantes que viajan de Intercambio. Básicamente se utilizan para cubrir los gastos de manutención en el exterior y a Auxilios dados por la Fundación Arturo Calle y Colpatria.

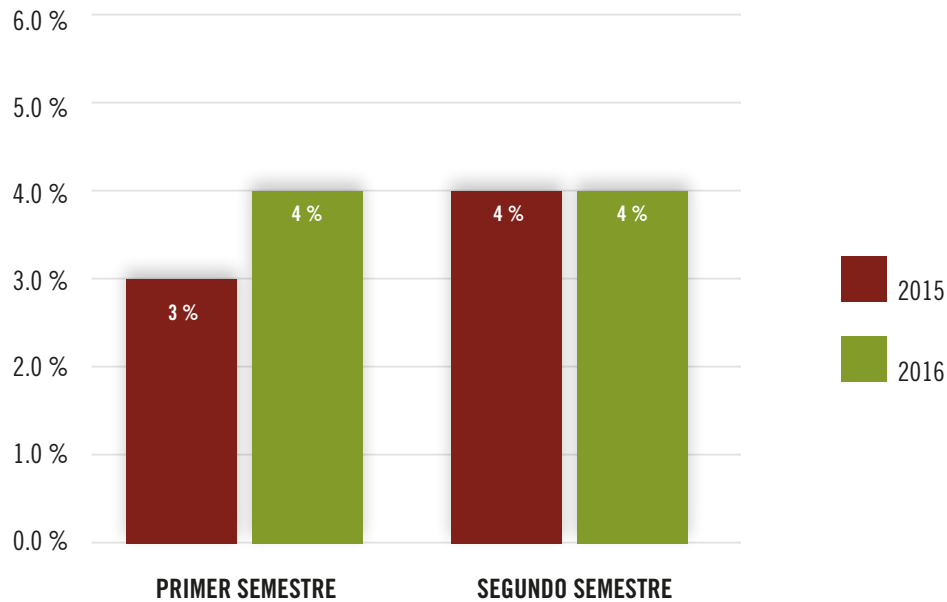
GRÁFICA 15. Becas y auxilios educativos 2016 frente a 2015



NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección Financiera

En el primer semestre del 2016, con el propósito de apoyar el programa “Ser Pilo Paga” y financiar a los estudiantes con el pago de la matrícula a una tasa de interés preferencial y a largo plazo, se firmó un convenio con el ICETEX y se renovaron y suscribieron nuevos convenios con el Banco Pichincha, Helm Bank y Sufi (Bancolombia). El 4% de la población estudiantil fue financiada directamente por el CESA (Ver Gráfica 16).

GRÁFICA 16. Porcentaje de alumnos que solicitan crédito



NOTA: CESA, elaboración propia Dirección Financiera

## 5.4.2. Resultados Financieros.

Con respecto a la situación financiera, el CESA presentó un gran desempeño en su margen operativo e indicadores de rentabilidad. Los ingresos operacionales se incrementaron en un 8.6%, los costos y gastos sumados, en un 1.45%, para un incremento en el remanente operacional del 81.2%.

Las variaciones estuvieron compuestas básicamente por:

### 5.4.2.1. *Ingresos:*

- Incremento de matrículas y derechos académicos.
- Aumento en el número de alumnos.
- Mayor demanda en los programas de formación ejecutiva, consultoría y programas de emprendimiento.

### 5.4.2.2. *Costos y Gastos:*

- Mayor número de docentes y personal administrativo.
- Nuevos conferencistas internacionales.
- Servicios de parqueadero para estudiantes y funcionarios.
- Plan de regularización.
- Nuevos convenios e inscripciones con instituciones internacionales.
- Mantenimiento y adecuación de las distintas sedes.
- Viajes de docentes y estudiantes al exterior.
- Capacitación de docentes y administrativos.
- Apoyo financiero a estudiantes.

Los Ingresos no operacionales presentaron un incremento significativo del 46.6% y los gastos no operacionales se disminuyeron en un 38.2%, variaciones dadas principalmente por

la rentabilidad en las inversiones y recuperaciones de cotos y gastos. El remonte neto integral pasó de \$4.894 millones a \$12.443 millones de pesos, lo que significa un incremento del 154.2% (Ver Tablas 24, 25 y 26).

TABLA 24. Estado de resultados integral

Estado de resultado integral del 1 de enero al 31 de diciembre de 2016 - 2015 ( en miles de pesos )				
Detalle	Diciembre 2016	Diciembre 2015	Variación \$	Variación %
Ingresos operacionales	48.514.572	44.662.783	3.851.789	8,6
Menos costo de prestación de servicios	27.657.472	28.118.681	(461.209)	(1,6)
Menos gastos de administración	<u>13.578.522</u>	<u>12.526.924</u>	<u>1.051.598</u>	<u>8,4</u>
<b>Remanente operacional</b>	<b><u>7.278.578</u></b>	<b><u>4.017.177</u></b>	<b><u>3.261.401</u></b>	<b><u>81,2</u></b>
Más otros ingresos	8.000.733	5.465.734	2.534.999	46,4
Menos otros gastos	<u>2.836.269</u>	<u>4.588.142</u>	<u>(1.751.873)</u>	<u>(38,2)</u>
<b>Remanente neto</b>	<b><u>12.443.042</u></b>	<b><u>4.894.769</u></b>	<b><u>7.548.273</u></b>	<b>154,2</b>
Otro resultado integral	-	-	-	-
<b>Total, resultado integral</b>	<b>12.443.042</b>	<b>4.894.769</b>	<b>7.548.273</b>	<b>154,2</b>

NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección Financiera



TABLA 25. Índices de rentabilidad

	2016	2015
Margen operativo	15,0%	9,0%
Margen neto	25,6%	11,0%
ROA	5,2%	3,2%
ROE	6,4%	4,0%

NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección Financiera

En cuanto a la ejecución presupuestal, la administración hizo un gran esfuerzo y logró superar la meta presupuestal, es por ello que el remanente operacional estuvo por encima en un 38.5% del presupuesto y el remanente integral en un 56%.

TABLA 26. Presupuesto vs. Ejecución presupuestal

Presupuesto vs ejecución presupuestal, año 2016 ( en miles de pesos )				
d e t a l l e	Presupuesto 2016	Ejecución a diciembre 2016	Variación \$	Variación %
Ingresos operacionales	47.936.829	48.514.572	577.743	1,2
Menos costo de prestación de servicios	30.651.911	27.657.472	(2.994.439)	(10,8)
Menos gastos de administración	12.806.061	13.578.522	772.461	5,7
<b>Remanente operacional</b>	<b>4.478.857</b>	<b>7.278.578</b>	<b>2.799.721</b>	<b>38,5</b>
Mas otros ingresos	1.770.615	8.000.733	6.230.118	77,9
Menos otros gastos	768.909	2.836.269	2.067.360	72,9
<b>Remanente neto</b>	<b>5.480.564</b>	<b>12.443.042</b>	<b>6.962.478</b>	<b>56,0</b>
Otro, resultado integral	-	-	-	-
<b>Total, resultado integral</b>	<b>5.480.564</b>	<b>12.443.042</b>	<b>6.962.478</b>	<b>56,0</b>

NOTA: CESA, elaboración propia Dirección Financiera

## 5.5. Gestión Humana

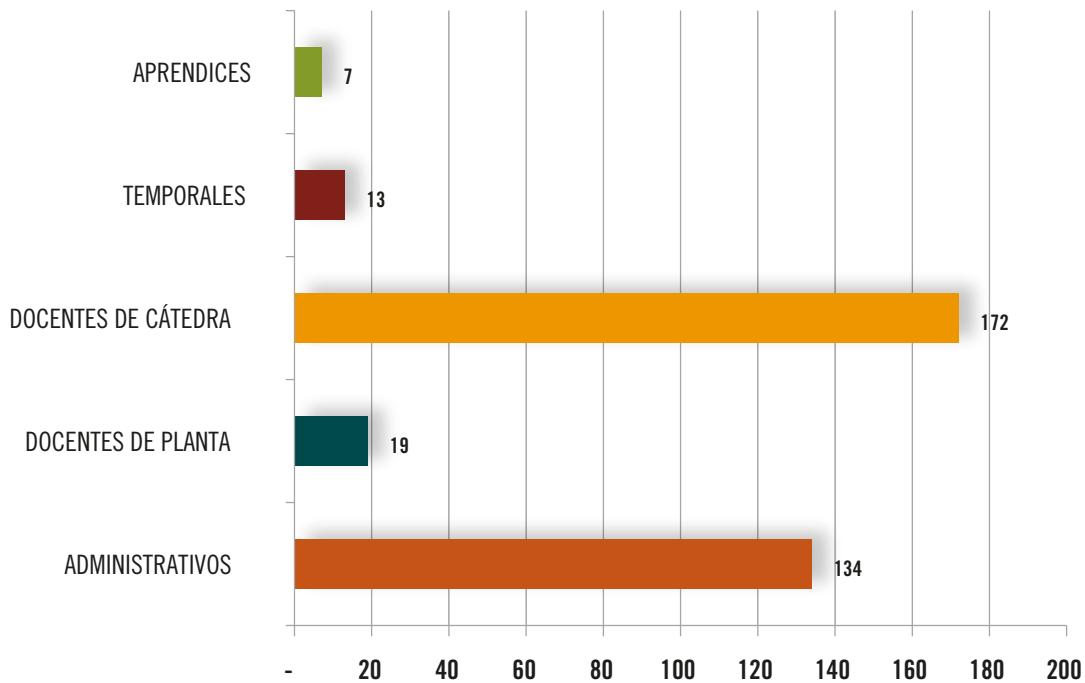
Durante el 2016 la Dirección de Gestión Humana continuó trabajando en las buenas prácticas en gestión, con el objetivo de seguir aportando en la consolidación de una institución atractiva y competitiva.

### 5.5.1. Selección y contratación:

En este período se llevaron a cabo 26 contrataciones para la nómina administrativa y seis docentes de carrera académica, para un incremento en la estructura organizacional del 8%, áreas nuevas que contribuyen a la consolidación de su plan estratégico como son: la Dirección de Innovación Pedagógica, Aseguramiento de la Calidad Académica y el Centro de Estudios de Gobierno Corporativo. La promoción y el ascenso son indispensables para la institución, por esa razón durante este año cuatro personas del personal administrativo fueron ascendidas.

Se trabajó en el levantamiento de los descriptivos de cargo, insumo fundamental para realizar la evaluación de competencias a nivel institucional, que permitió una revisión organizacional y la reestructuración de las áreas de biblioteca, tecnología, innovación y emprendimiento y financiera (Ver Gráfica 17).

GRÁFICA 17. Composición nómina



NOTA: CESA, elaboración propia. Dirección Gestión Humana

## 5.5.2. Salud Ocupacional y actividades para el personal

En relación con los programas de salud ocupacional, se trabajó en los hallazgos de la evaluación de factores de riesgo psicosocial, aplicada a finales del 2015 a 130 colaboradores.

Se desarrolló el Programa de Liderazgo Inspirado y se amplió la cobertura de actividades de esparcimiento y salud, tales como: yoga, entrenamiento personal, spinning, tenis y rumba, en los cuales se contó con la participación de 200 personas. Con el fin de colaborar al personal y mejorar su calidad de vida,

se implementaron dos rutas de transporte para administrativos: una sale del barrio San Francisco y la otra de Soacha.

Las actividades realizadas durante la semana de la salud consistieron en charlas de nutrición, de enfermedades cardiovasculares y gastrointestinales, de autocuidado y caídas a nivel. También se realizaron jornadas de donación de sangre, pausas activas y caminatas, en las que participaron 607 colaboradores.

### 5.5.3. Capacitación y Desarrollo:

En el 2016 se estructuró el Plan Institucional de Formación y Capacitación con un programa de 62 cursos a los que asistieron 652 participantes. Los cursos respondieron a los requerimientos de formación identificados en el plan de desarrollo individual y los de las áreas y permitieron a los participantes adquirir y desarrollar competencias, conocimientos y habilidades específicas, así como fortalecer actitudes frente a aspectos de la institución, el puesto de trabajo y el ambiente laboral.

Adicionalmente, se implementó un programa de formación para los docentes de carrera académica y los docentes de cátedra, con la finalidad de cubrir necesidades identificadas por la Vicerrectoría Académica.

Un propósito de la institución es incentivar el desarrollo profesional de los colaboradores y sus familias, cuyo resultado se ve a través de la entrega de auxilios educativos, por un valor de \$333.990.549 en el 2016.

La institución promueve el crecimiento de las personas que trabajan en ella. Para el año 2016 cuatro colaboradores fueron ascendidos a cargos de mayor responsabilidad de su plan de carrera. Lo anterior demuestra el apoyo incondicional de la Dirección en la promoción y desarrollo profesional del personal administrativo, al brindarle oportunidades de crecimiento, tanto personal como profesional.

#### 5.5.4. Bienestar:

Actividades realizadas durante el 2016 :

- Celebración del Día de la Mujer y Día del Hombre en el que se entregaron tres bonos Cineco 3D y bonos de confitería.
- El Día de la Secretaria se celebró en el Club de Ejecutivos con un desayuno. Se entregó a cada una de las secretarias asistentes (30) un bono de Starbox. Party.
- Para la celebración del cumpleaños del primer semestre se realizó un Bingo con el apoyo de Colsubsidio y la entrega de una tarjeta de regalo Falabella. Participaron 119 personas.
- Se realizó en el Club Bellavista el Tercer Encuentro Festival de Cometas Expertos del viento. Contó con la participación de 79 personas. Se premiaron las categorías: máxima altura, tiempo de vuelo, primera cometa en el aire y mejor diseño.
- Día del Amor y la Amistad 2016. Se festejó con el juego del Amigo Secreto y un Karaoke. Participaron 105 personas.

- Concurso de Halloween en el que participaron las casas CESA bajo la temática de personajes de película y realizar una actividad lúdica como bailar, actuar, cantar. Recibieron premio los tres primeros lugares. Participaron 121 personas.
- Celebración de cumpleaños en el segundo semestre con un stand comedy y show de salsa. Se entregó tarjeta regalo del Éxito. Participaron 95 personas.
- Celebración de fin de año para los hijos de los colaboradores hasta los 13 años, a quienes se les llevó al parque Mundo Aventura y se les entregó un obsequio. Participaron 51 niños.
- Celebración de la fiesta de fin de año: se realizó en Andrés DC, con almuerzo y rifas; con la participación de 150 personas.





## 5.6. Editorial CESA

Como un medio para la divulgación del conocimiento especializado en el área de la Administración de Empresas, el sello editorial del CESA inició sus actividades en el año 2010.

Desde entonces ha definido políticas que permitan garantizar la objetividad, transparencia y selectividad en sus procesos.

Este documento presenta todas las actividades realizadas durante el año 2016, con el fin de consolidarlo como el sello editorial y avanzar en su estructuración, en el marco de la nueva figura organizacional del CESA.

## 5.6.1. Líneas estratégicas proceso editorial

### 5.6.1.1. *Gestión y calidad del proceso editorial.*

**Fichas de libros:** como en años anteriores se adelantó la ficha técnica de cada una de las publicaciones, en la que quedó consignada la trazabilidad del libro en cada uno de sus procesos. Con ello, tenemos a la mano toda la información requerida para la toma de decisiones de todas las publicaciones.

**Certificaciones Colciencias:** de acuerdo con el nuevo modelo de medición de Grupos de Investigación por parte de Colciencias, la editorial debe gestionar una certificación para cada uno de los libros que ha sido producto de una investigación publicada. En ella consta que el libro cumple con todos los requisitos de calidad, selectividad y rigurosidad del reglamento editorial y, además, que se realizó una evaluación con pares externos.

**Evaluación Internacional a manuscritos:** dentro del proceso editorial, se continuó con la participación de evaluadores internacionales, quienes colaboraron con la revisión de manuscritos que pretendían ser publicados bajo nuestro sello editorial. Esta práctica nutrió sustancialmente los contenidos de los textos y aportó a las evaluaciones enmarcadas en el mercado global.

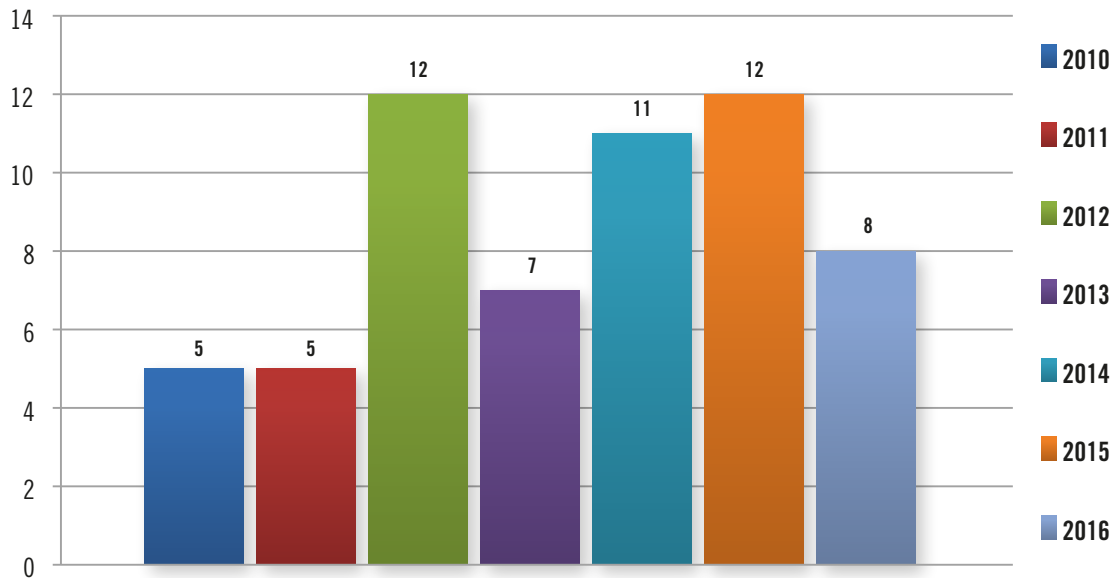
### 5.6.1.2. *Gestión de proyectos editoriales.*

Proceso editorial: durante el 2016 la Editorial del CESA recibió un total de 11 solicitudes formales para iniciar proceso editorial y su correspondiente publicación, de las cuales ocho



surtieron favorablemente los lineamientos establecidos en el reglamento editorial (Ver Gráfica 18).

GRÁFICA 18. Número de publicaciones Editorial CESA

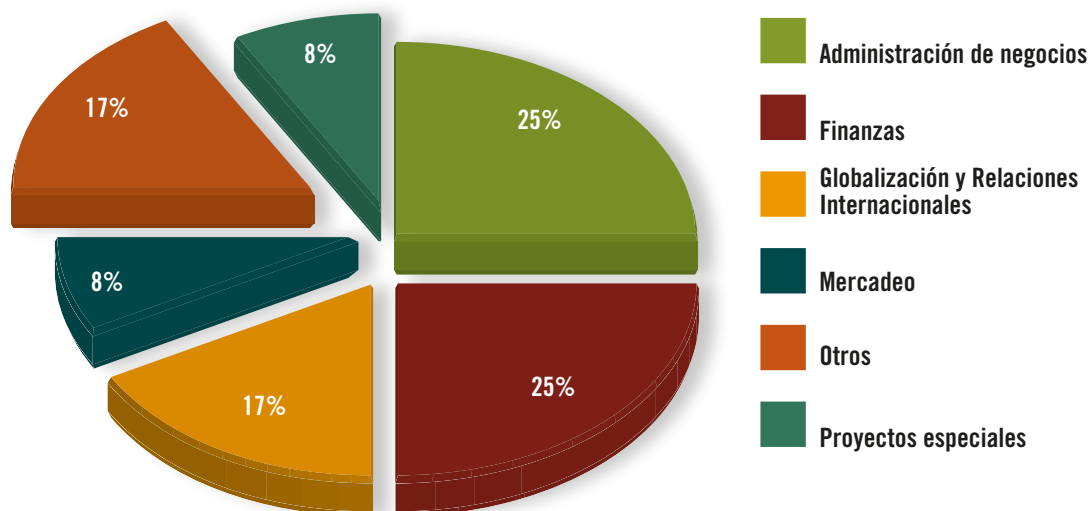


NOTA: CESA. Elaboración propia. Editorial CESA. 2016

Asimismo, las publicaciones que fueron aceptadas y surtieron los lineamientos editoriales, se encuentran alineadas en diferentes áreas del conocimiento de acuerdo con la naturaleza de la Institución.

Tal como se aprecia en la Gráfica 19, en el año 2016, más del 80% de los libros publicados están relacionadas con las áreas de: Administración de Empresas, Finanzas, Mercadeo y Globalización y Relaciones Internacionales.

GRÁFICA 19. Distribución relativa de libros publicados por la Editorial CESA por área de conocimiento, 2016.



NOTA: CESA. Elaboración propia. Editorial CESA. 2016.

La Tabla 27 muestra la clasificación que la Editorial CESA dio a los libros publicados en el año 2016, teniendo en cuenta los lineamientos establecidos en el reglamento editorial.

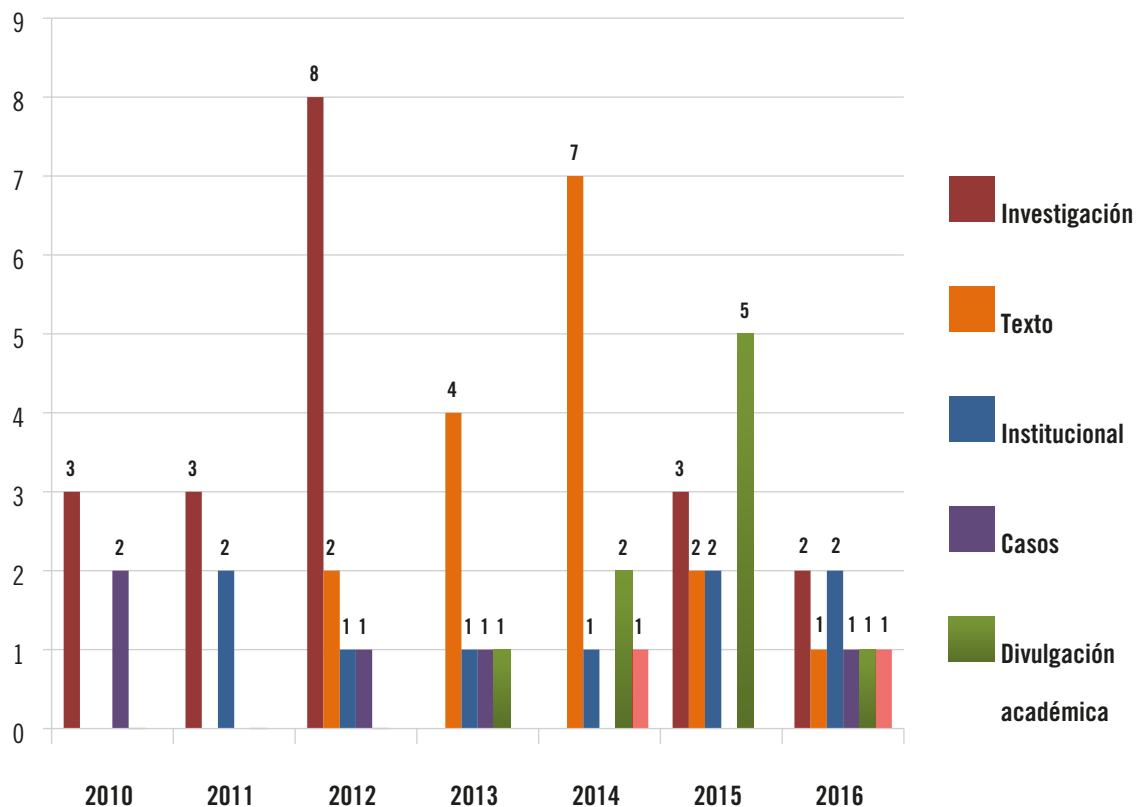
TABLA 27. Clasificación publicaciones Editorial CESA 2016

Categorías	No. de publicaciones	%
Divulgación académica	1	13%
Investigación	2	25%
Texto	1	13%
Institucional	2	25%
Casos	1	13%
Compilación	1	13%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

NOTA: CESA. Elaboración propia. Editorial CESA. 2016.

Como se puede apreciar en la Gráfica 20, la producción editorial ha colonizado año tras año nuevas categorías sobre las que no existía producción, lo que le otorga una mayor homogeneidad al fondo editorial.

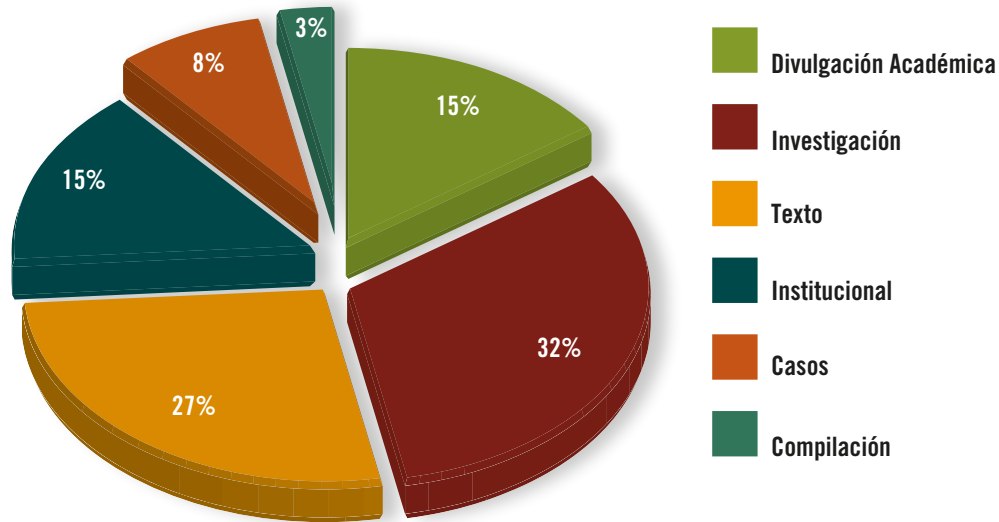
GRÁFICA 20. Libros Editorial CESA publicados por categoría



NOTA: CESA. Elaboración propia. Editorial CESA. 2016

Así pues, la participación relativa de las categorías de libros en el total de la producción editorial, señala que (Gráfica 21), los libros de Investigación, con el 32%, y los libros de texto, con el 27%, aportan en mayor proporción al fondo editorial y sustentan la naturaleza de una editorial universitaria.

GRÁFICA 21. Participación relativa de categorías de libros en el fondo editorial



NOTA: CESA. Elaboración propia. Editorial CESA. 2016.

**Libros electrónicos:** en el 2016, se logró convertir la totalidad de la producción editorial en formato digital (epub). Este esfuerzo se realizó con el propósito de ingresar a nuevos mercados de consumo editorial, lo cual implicó, no solo la conversión de los formatos de los libros, sino también, a buscar y establecer alianzas con socios estratégicos que nos ayudaran a visibilizar la producción editorial por diferentes canales digitales y a nivel global.

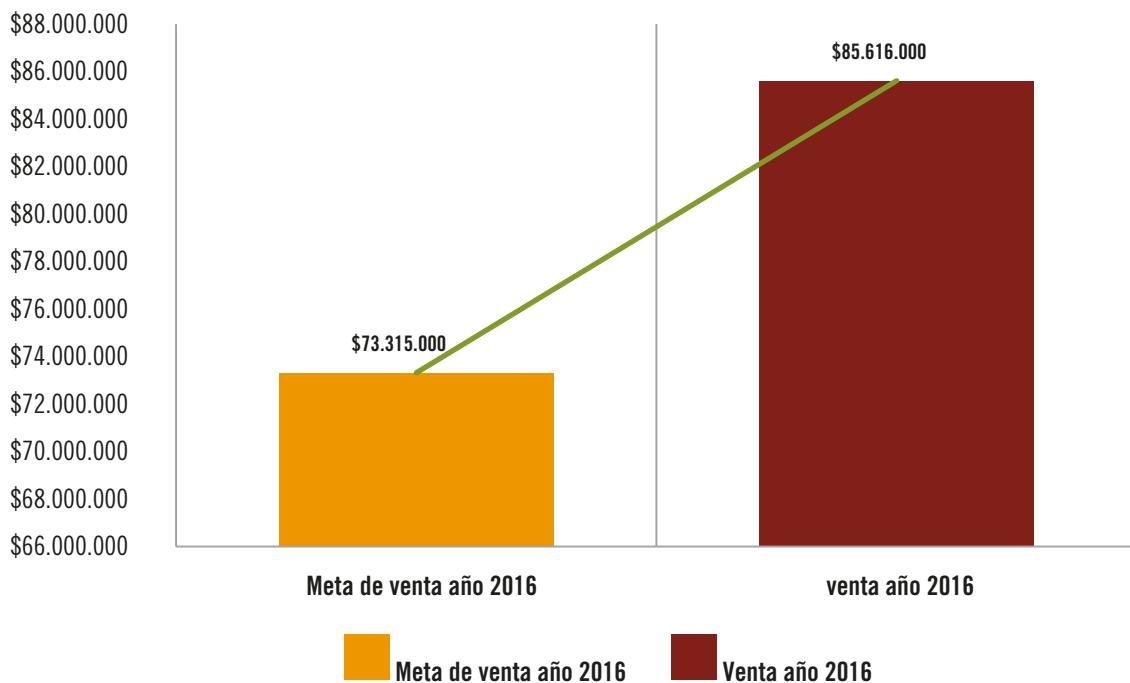
### 5.6.1.3. *Gestión comercial y posicionamiento*

**Resultado sobre el presupuesto de ventas:** de acuerdo con el presupuesto de ventas establecido para el año 2016, al finalizar el período se logró un 17% más de lo presupuestado en ventas. Esto fue posible, gracias a la la gestión en canales de distribución, dado que se tuvo la posibilidad de asistir y visibilizar

la producción editorial en diferentes escenarios académicos y culturales, a las alianzas con entidades público – privadas para la financiación y por supuesto, al aumento del fondo editorial.

Así las cosas, para el año 2016, el ingreso por ventas de libros de la editorial alcanzó valor de \$85.616.000 pesos (Ver Gráfica 23).

GRÁFICA 22. Ventas publicaciones CESA 2016 vs meta de ventas año 2016



NOTA: CESA. Elaboración propia. Editorial CESA. 2016.

**Relacionamiento con el sector académico y cultural:** el propósito fundamental de una editorial universitaria es la divulgación del conocimiento, lo cual es, en definitiva, la labor misional de toda Institución educativa. Por ello, es necesario hacer presencia en aquellos escenarios que son los propicios para lograr ese objetivo.

**Junta Directiva ASEUC (Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia):** desde abril de 2015, el señor Felipe Reyes, representa a la Editorial del CESA en ASEUC y se desempeña por un período de dos años como Secretario General (2015 -2017).

**Ferias y eventos académicos:** la Editorial del CESA ha participado activamente en diferentes ferias del libro a nivel nacional e internacional, lo que le ha permitido visibilidad y reconocimiento del sello y producción editorial en los mercados académicos y culturales (Ver Gráfica 23)



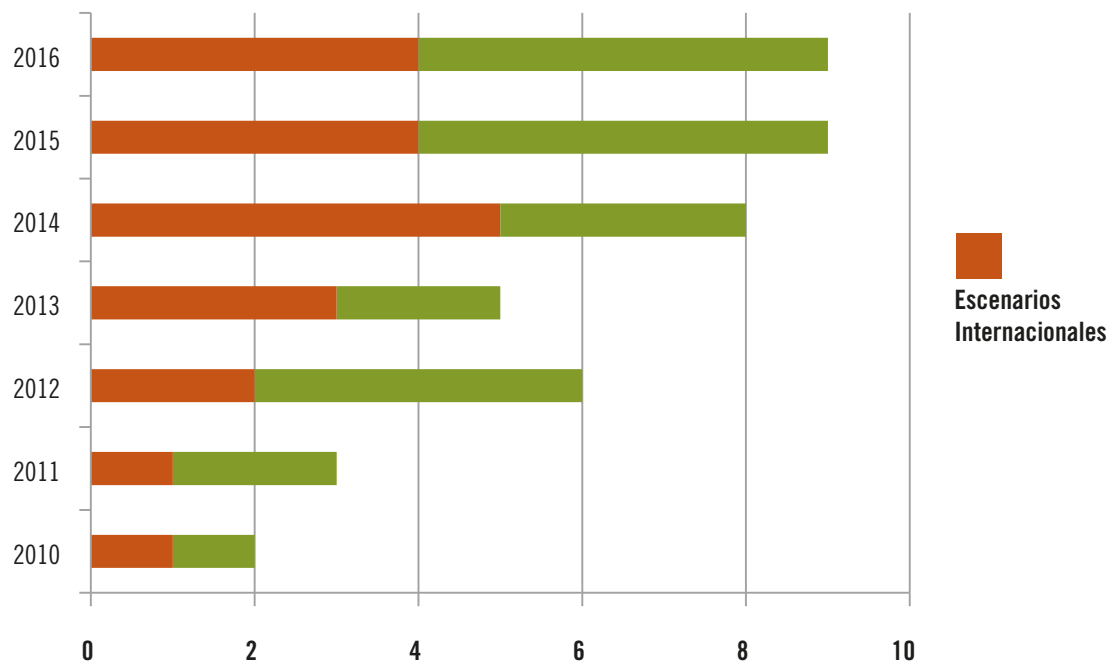
Feria Internacional del Libro de Bogotá



Asamblea Anual CLADEA – Medellín



GRÁFICA 23. Participación de la editorial en diferentes escenarios académicos y culturales



NOTA: CESA. Elaboración propia, Editorial CESA, 2016.

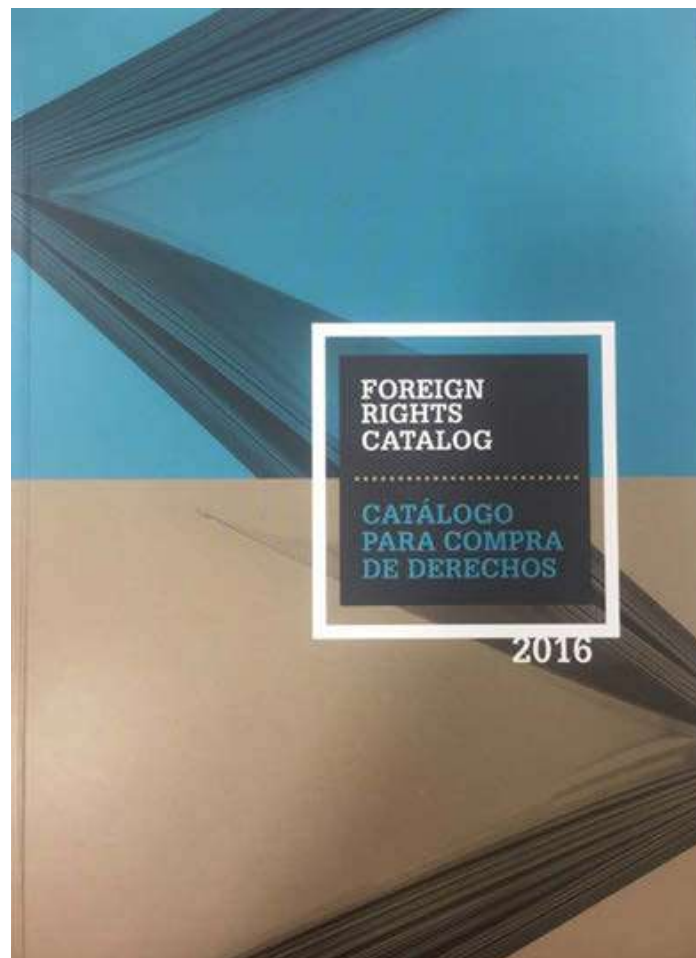


**Catálogo de Publicaciones CESA:** como herramienta de promoción y difusión, elaboramos un catálogo de publicaciones en el que se entrega la información de todas las publicaciones que posee el CESA en su fondo editorial.

Esta pieza de comunicación se distribuye en los diferentes eventos académicos y culturales en los que la institución participa. Es el caso de las ferias internacionales del libro.



**Catálogo compra de derechos:** como una estrategia de cooperación conjunta, ocho editoriales universitarias reconocidas de Colombia – CESA, Universidad de los Andes, Universidad Nacional, Universidad EAFIT, Universidad Externado, Universidad Javeriana, Universidad del Rosario, Universidad del Norte y naturalmente, el CESA— se unieron para la publicación de un catálogo de publicaciones para la compra de derechos. Su destino final fue “La Feria del Libro de Frankfurt 2016, la feria comercial de libros más grande del mundo, con más de 7.200 expositores y más de 230.000 visitantes. Dicha feria se especializa en la compra de derechos.

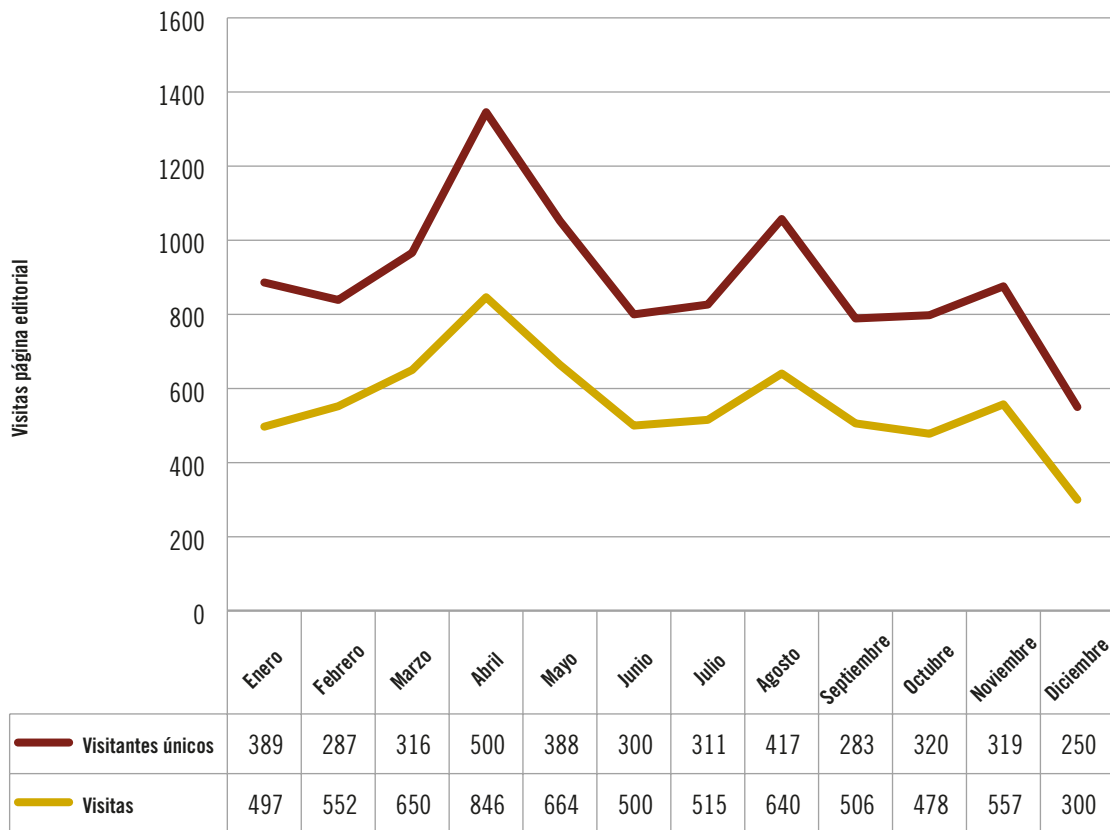


**Site editorial CESA:** se continuó con el fortalecimiento del sitio web de la editorial, lo cual incluye el proporcionar un mayor metadato a cada libro, para lograr mayor exposición de los datos del libro y del autor en los buscadores, lo cual es esencial para que los libros se puedan citar más fácilmente. De igual forma, se unificaron las plantillas para que desde una sola vista pueda comprarse el libro impreso y el electrónico.



En la Gráfica 24, se aprecia el número de visitas que ha tenido la página de la editorial, mes a mes. Totalizan en el año 6.705 visitas, que fueron efectuadas por 4.080 personas distintas, según número de consultas al catálogo editorial.

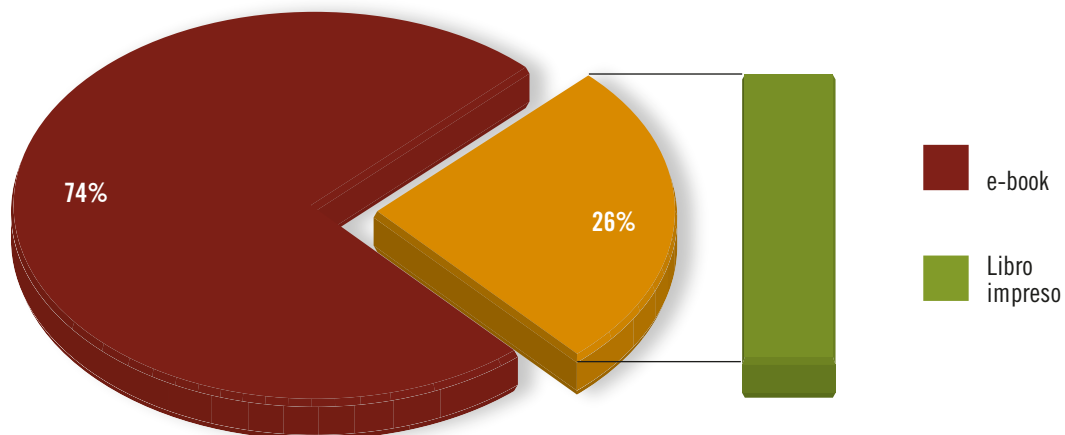
GRÁFICA 24. Visitas página editorial – www.editorialCESA.com



NOTA: CESA. Elaboración propia Editorial CESA. 2016.

De acuerdo con el total de transacciones realizadas en el año, la Gráfica 25 muestra el peso de cada uno de los productos ofertados en el sitio web de la editorial. Se observa que se realizaron más transacciones para la compra de los libros electrónicos que impresos.

GRÁFICA 25. Transacciones realizadas en la página web editorial por producto



NOTA: CESA. Elaboración propia Editorial CESA. 2016.

## 5.7. Coordinación Logística y Compras

En su segundo año de funcionamiento, la Coordinación de Logística y Compras intervino en los procesos de compras, correspondencia, activos fijos, asignación de espacios y logística de eventos.

## 5.7.1. Compras

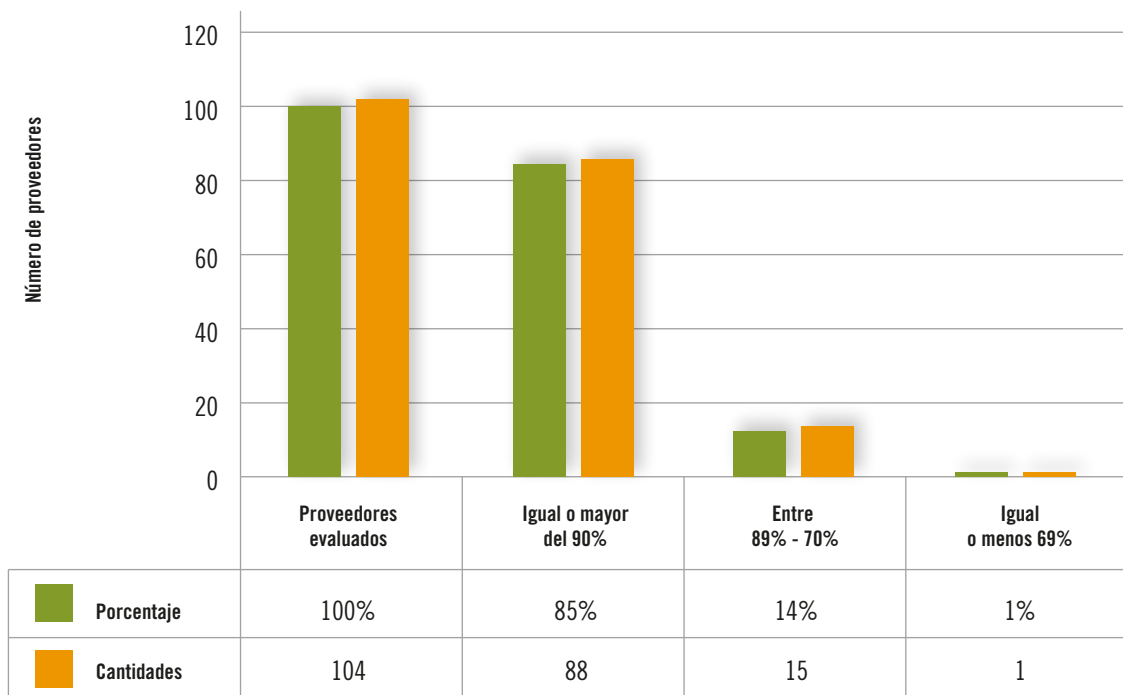
### 5.7.1.1. *Política de compras*

En su versión número seis de la política se establecieron nuevos controles y se realizaron aclaraciones a los lineamientos generales. Adicionalmente, se modificaron los procedimientos y formatos asociados al proceso de compras, con el objetivo de redefinirlos de acuerdo con las actividades realizadas a nivel institucional.

### 5.7.1.2. *Desempeño de proveedores*

Con la puesta en marcha del sistema de información ISO-Tools, se sistematizó el ingreso de las evaluaciones realizadas a los proveedores que son considerados de impacto por las áreas que intervienen dentro del Sistema de Gestión de Calidad. Al consolidar esta información (Ver Gráfica 27) se concluyó que, de los 104 proveedores evaluados, el 85% presenta un buen desempeño y cumple con los criterios de selección y aprobación, un 14% requiere seguimiento por parte del área evaluadora y el 1% no debe continuar en relaciones comerciales con la institución.

GRÁFICA 26. Evaluación proveedores 2016



NOTA: CESA. Elaboración propia. Coordinación Logística y Compras CESA. 2016.

### 5.7.1.3. *Despensa de la confianza:*

Este proyecto se lanzó en el último trimestre del 2016, con el objetivo de que toda la comunidad CESA accediera a diferentes productos comestibles en la modalidad de autoservicio. Basados en la confianza hacia los usuarios, se estableció una lista de precios y se dispuso una urna en la que se deposita el importe de lo que se va a consumir. La despensa se encuentra ubicada en el 4° piso del edificio de innovación Pedro Vargas Gallo y funciona durante el tiempo que la sede se encuentra habilitada.

En este espacio se ofrecen productos saludables, snacks y diferentes bebidas con el objetivo de brindar alternativas a todo tipo de usuarios.

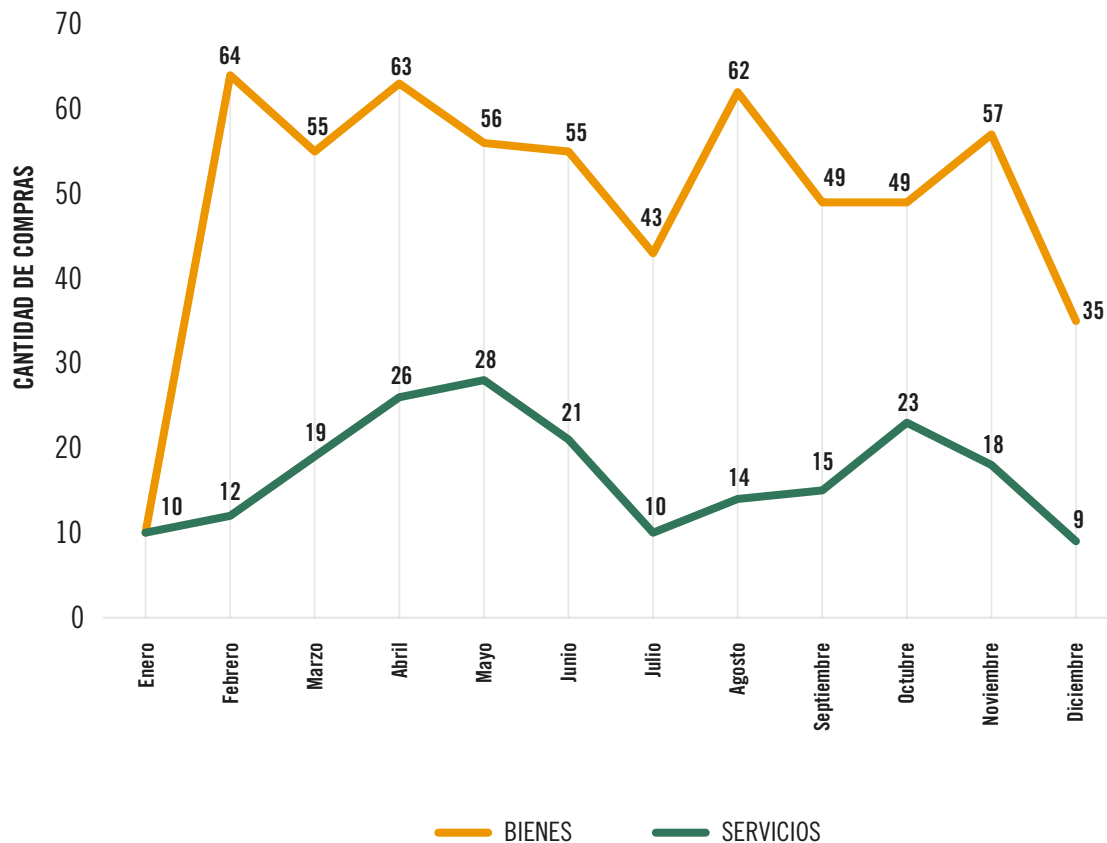


#### 5.7.1.4. *Ejecución de compras:*

En cumplimiento de los criterios establecidos en la política de compras, durante el 2016 el área de Logística y Compras efectuó 598 compras de bienes y 205 de servicios con destino a las diferentes áreas, , por lo que satisfizo las necesidades de nuestros clientes internos en los tiempos acordados (Ver Gráfica 27).



GRÁFICA 27. Compras ejecutadas 2016



NOTA: CESA. Elaboración propia. Coordinación Logística y Compras CESA. 2016.

## 5.7.2. Espacios físicos y logística de eventos

Durante el 2016 se asignaron 736 espacios para la realización de actividades, eventos internos y externos programados por todo el personal administrativo: salones magistrales y de cómputo, salas especiales y el salón Álvaro Valencia Tovar.

Entre las actividades de apoyo logístico contempladas por el área se encuentran: adecuaciones de mobiliario institucional, alquiler de mobiliario, manteles, carpas y stand, servicios de floristería, filmación, fotografía, entre otros; así como la coordinación de actividades con las demás áreas de apoyo.

Entre los eventos realizados se destacan la bienvenidas a padres, conferencias de grandes líderes, matrículas de honor, recibimientos y bienvenidas a profesores, celebración del “Día del profesor”, ferias de “Espíritu emprendedor”, Pruebas de producto, ferias de visitas empresariales, Tedex, desayunos, lanzamientos, cocteles, entre otros.

A nivel externo se brindó apoyo logístico en las seis ceremonias de grado de los diferentes programas y a las dos aperturas de los programas de posgrado. Estos eventos se realizaron en el Club El Nogal y entre las actividades del área se encuentran: reserva de espacios, solicitud y aprobación de presupuesto, verificación de adecuaciones y coordinación de actividades con el personal del club, así como compra, traslado y devolución de material y documentos, y aprobación de gastos según presupuesto aprobado por las áreas, entre otros.

### 5.7.2.1. *Correspondencia*

En el año 2016 la Coordinación de Logística y Compras recibió a la oficina de Correspondencia con lo cual se consolidó en el área todo el proceso de recepción y envío de correspondencia.

A partir del segundo semestre se implementó la política de correspondencia, en la cual se describen los lineamientos generales para este proceso. De igual forma se elaboraron, imple-

mentaron y asociaron los procedimientos de recepción y envío de correspondencia, con el fin de describir las actividades a realizar por parte de los usuarios y del área. De esta manera fue posible brindar a toda la comunidad CESA un mejor servicio, establecer tiempos de respuesta, hacer seguimiento a los envíos realizados y satisfacer las necesidades de los usuarios.

Durante el 2016 se recibieron 6.421 documentos en la oficina de correspondencia para distribución interna de los cuales se enviaron 728 por mensajería especializada a nivel nacional y 74 a nivel internacional. En el último trimestre se registró un total de 475 trámites efectuados por los dos mensajeros de la institución.

### 5.7.3. Activos fijos

Durante el 2016 se continuó con la revisión de las actividades emprendidas por cada área, con el fin de determinar los lineamientos de la política de activos fijos y los procedimientos que intervienen en este proceso.

En el último trimestre del 2016 se realizó nuevamente el conteo total de los activos fijos de la institución, con el fin de verificar la información que se encuentra en el sistema de información ICEBERG.

Se adquirió la máquina y el software para la elaboración de las placas físicas. De esta manera se disminuyeron los tiempos de respuesta para la elaboración y asignación de placas a los nuevos activos, así como la reimpresión.

## 5.8. Biblioteca CRAII al servicio de la comunidad CESA

La Biblioteca, Centro de Recursos para el Aprendizaje, la Investigación e Innovación -CRAII, es el servicio que gestiona y proporciona a la comunidad CESA los recursos y servicios de información y el acceso a los mismos, además de la infraestructura física y tecnológica. De esta manera contribuye al cumplimiento de los objetivos institucionales y de los usuarios, en todo lo concerniente al aprendizaje, estudio, docencia, investigación y extensión universitaria. Asimismo, colabora en una serie de procesos institucionales de creación y gestión del conocimiento.

La misión de la Biblioteca consiste en gestionar un entorno de información en continua evolución y así favorecer el aprendizaje, la investigación y la innovación en la institución. Cumple su misión mediante estrategias y servicios de excelencia sostenibles y socialmente responsables, de manera que promueva la generación y la transferencia del conocimiento.

Esto se logra gracias a la implementación de la política de desarrollo de colecciones, el mejoramiento y mantenimiento infraestructura física, tecnológica y de servicios, la consolidación del Sistema de Gestión de Calidad, y la trazabilidad con todas las áreas del CESA en proyectos y actividades transversales.

El Plan Estratégico de la Biblioteca -CRAII, 2016-2020, se desarrolla según las Líneas Estratégicas Direccionamiento Estratégico CESA 2016-2020 y de acuerdo con los planes de acción emprendidos en el 2016. Estas líneas comprenden: el desarrollo de un modelo de gestión estratégica de la Biblioteca; la modernización de los espacios, de las instalaciones físicas y de la infraestructura tecnológica; el robustecimiento de la comunicación de la Biblioteca con la comunidad de usuarios; el mantenimiento y la gestión de la colección de recursos bibliográficos físicos y virtuales; el incremento del contenido repositorio institucional -Biblioteca Digital / Contenidos digitales; la participación en proyectos de cooperación y la firma de convenios a nivel nacional e internacional.

## 5.8.1. Sistema de Gestión de Calidad Biblioteca

Se trabajó en la consolidación del Sistema Gestión de Calidad, buscando un mayor trabajo colaborativo entre las áreas del CESA y los proveedores, y se realizó la revisión de indicadores de medición y proyectos de potencialización de los sistemas de información y de formación de usuarios. Entre las actividades se destacan:

- Implementación del plan de choque biblioteca primer semestre.
- Creación de una matriz de control para procesos.
- Cambio de la versión a matriz de producto no conforme.

- Revisión y actualización de indicadores.
- Capacitación en Gestión Humana equipo Biblioteca en SGC, liderazgo, servicio al cliente y bibliotecología.
- Sensibilización a los colaboradores en el SGC biblioteca.
- Implementación de procesos de mejoramiento continuo en la biblioteca.
- Actualización y presentación de documentación para la acreditación Institucional.
- Cumplimiento y seguimiento de informes del plan de auditoría interna y externa.
- Revisión y propuesta de la encuesta de percepción de usuarios con nuevos requisitos.
- Propuesta del nuevo reglamento de la biblioteca.
- Aumento de la visibilidad de la biblioteca y el uso de sus productos y servicios mediante la comunicación a través de los diferentes canales del CESA.

## 5.8.2. Infraestructura física y tecnológica

- Mantenimiento de la infraestructura física y tecnológica
- Renovación de 39 equipos portátiles y 37 equipos para salas de estudio.

- Se presentó el plan de necesidades de infraestructura física, tecnológica y mobiliario para el 2016.
- Seguimiento y actualización del software DSPACE, diseño biblioteca digital y carga de objetos digitales.
- Actualización de información del minisite con el apoyo de la Dirección de Comunicaciones y Marketing.

### 5.8.3. Política desarrollo de colecciones

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

- Revisión de bibliografía básica y recomendada de cada uno de los syllabus, recursos y servicios recomendados por la comunidad de usuarios, compra de todos estos recursos para atender disponibilidad al 100%. Además, renovación de suscripciones, recursos físicos, virtuales y afiliaciones.
- Oferta de nuevos contenidos en bases de datos, casos empresariales, ebooks, accesos Open Access.
- Promoción y envío de contenidos académicos a la comunidad de usuarios a través de Papernet y Blackboard en segundo semestre: email y formato físico.

- Envío del boletín semestral de adquisiciones de los recursos de la biblioteca.
- Apoyo y capacitación a las líneas de investigación CESA.
- Fortalecimiento de alianzas estratégicas con editoriales para disponibilidad de novedades bibliográficas, catálogos de libros, muestras para la comunidad docente y realización de la Feria de Gestión del Conocimiento y de la información de los recursos y servicios de la biblioteca (primer y segundo semestre).
- Se realizó el inventario físico de la colección de recursos de información, según los lineamientos y el cronograma del SGC Biblioteca por outsourcing, como actividad del proyecto potencialización de los sistemas de información.

## 5.8.4. Nuevos recursos y servicios

### 5.8.4.1. *Consolidación servicio DISCOVERY CESA*

Oferta de servicios y contenidos académicos en la Biblioteca Digital, Papernet, Blackboard y catálogo en línea KOHA.

Recursos en evaluación: (por razón de costos y menor cobertura de servicios para la comunidad CESA, no se implementaron).

- Business Insights: Global: bases de datos recursos electrónicos revistas, videos, casos y contenidos digitales área de negocios.
- Ebook 7-24 McGraw-Hill (evaluación)



### 5.8.4.2. *Renovación de los siguientes recursos electrónicos:*

- EUROMONITOR (Passport GMID)
- JSTOR.
- BENCHMARK BPR ONLINE.
- EMIS Colombia y LATAM 25 usuarios – renegociación 2017
- Interface EBSCO: 13 base de datos y recursos open access a través del DISCOVERY CESA.
- eBooks – EBSCOhost: más de 13500 ebooks.
- LEGISCOMEX.
- GESTIONHUMANA.COM.
- MULTILEGIS.
- Promoción de la base de recursos electrónicos open access.

Renovación a suscripciones, afiliaciones y material didáctico: revistas especializadas, American Marketing Association, CLADEA, Instituto de Ciencia Política.

ABLA 28. Política desarrollo de colecciones

Ítem	2016	
	Títulos	Ejemplares
Libros	348	385
Ebooks (Ebrary - Netlibrary)	38.000	38.000
Ebooks (Kindle - Sony Reader, iPads)	2	
Ebooks EBSCO - HOST	13.500	13.500
CD - DVD	5	
TG Digital	177	177
Syllabus (Programas materias)	50	
Bases de datos (Especializadas)	3	3
Revistas electrónicas	13.000	13.000
Memorias INCOLDA	1.024	
Casos de estudio	74	
Suscripción revistas	3	
Recursos en demostración	1	

NOTA: CESA. Elaboración propia Biblioteca CESA. 2016.

### 5.8.4.3. Servicios

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

- Se trabajó en el fortalecimiento, visibilidad y promoción de los diferentes servicios.

- Se renovaron convenios de cooperación y de servicios con más de 35 instituciones a nivel nacional e internacional y convenios de intercambio de información bibliográfica con más de 57 instituciones:

- Consulta en sala.
- Préstamo externo.
- Bases de datos.
- Orientación y referencia.
- Referencia virtual.
- Disseminación selectiva de información.
- Hemeroteca
- Audiovisuales.
- Sala de proyecciones CEYAC.
- Servicio de alerta – novedades bibliográficas.
- Bibliografías.
- Préstamo interbibliotecario y de extensión.
- Servicio de impresión –venta publicaciones.
- Scanner / Quemador DVD-CD-ROMS.
- Alfabetización informacional.
- Alianzas estratégicas.

## 5.8.5. Divulgación y comunicación Biblioteca:

- **Sitio web de la Biblioteca:** se actualizaron los botones de servicios “Discovery CESA, Buzón PQR Virtual y Plan de Alfabetización- Formación de usuarios”.
- **PAPERNET y BLACKBOARD:** se cambió la arquitectura de diseño de las bases de datos, se colocaron banners, de acuerdo con cada servicio. Se enviaron semanalmente contenidos y la oferta de servicios a la comunidad CESA.
- **Concurso de investigación documental en emprendimiento:** se entregaron bonos AMAZON al grupo ganador en la muestra empresarial (primer y segundo semestre).
- **Estímulo al lector:** se entregó una placa y un bono al usuario que utilizó la mayor cantidad de recursos bibliográficos de la biblioteca (primer y segundo semestre).
- **Divulgación de noticias de la biblioteca:** Colombia y los Centros de Información de CLADEA en Valparaíso, Chile, Guayaquil y Quito Ecuador, participaron en el evento ASCOLFA (en coordinación con la Editorial CESA) y en la Conferencia de la Red de Bibliotecas Universitarias, en Bucaramanga.
- **Organización de la Feria express:** recursos y servicios de la biblioteca para el evento “Bienvenida Docentes” (primer y segundo semestre).

Se asistió a reuniones comité Regional de Bibliotecas SENA y Red RUMBO.

Junto con la Biblioteca Universidad de EAFIT, la Biblioteca CESA recibió un reconocimiento por su liderazgo y responsabilidad en la organización del evento “La innovación en las bibliotecas” XIII Reunión Centros de Información CLADEA 2016 Medellín, Colombia, donde se congregaron más de 170 participantes, entre directores de bibliotecas y profesionales en Ciencias de la Información de Colombia, América Latina y Europa y de conferencistas nacionales e internacionales.

## 5.8.6. Alfabetización informacional – formación de usuarios

Se Continuó con el programa ALFIN (Formación de usuarios), para la inducción de alumnos de primer semestre de pregrado y posgrados, mediante la inducción como tal, los talleres de recursos de información “obligatorios” y los talleres especializados (Ver Tabla 29).

TABLA 29. Estadísticas de formación de usuarios

2016 ALFIN	Inducción de Servicios y Visitas Guiadas “estudiantes nuevos”		Talleres de Recursos de Información “obligatorios”		Talleres especializados	
	Estudiantes Convocados	Total Estudiantes que recibieron Inducción	Total Sesiones	Sesiones Realizadas	Sesiones Realizadas	Total estudiantes que recibieron talleres.
	684	525	28	16	12	532

NOTA: CESA. Elaboración propia. Biblioteca CESA. 2016

## 5.8.7. Biblioteca como centro de cultura:

- Organización de la exposición artística en primer y segundo semestre. Exposición artística CESA 40 años.
- Actividades sala CEYAC.

## 5.8.8. Proyección social biblioteca

- Distribución de las publicaciones CESA mediante convenios interbibliotecarios de canje y donación . Envío de publicaciones CESA y de libros en el área de Negocios para dotar la Biblioteca de la Universidad Surcolombiana, de La Plata Huila.
- Programa de inclusión laboral: se renovó el convenio con Best Buddies y se brindó espacio laborar a otra persona para trabajar en la biblioteca.
- La Biblioteca forma parte de los Changemakers de CESA Ashoka.

## 5.9. Dirección de Desarrollo Institucional

Desarrollo institucional es el área encargada de articular y consolidar la información institucional, así como de liderar la generación e implementación de acciones que dinamicen y optimicen los procesos institucionales. Realiza sus acciones mediante las diferentes herramientas de gestión disponibles para la mejora continua, entre las que está el Sistema de Gestión de Calidad, el cual, bajo el cual el direccionamiento del área se ha mantenido eficaz, apropiado y conveniente para la institución y su estrategia.

Durante el 2016 la dirección se enfocó en las siguientes actividades:

### 5.9.1. Optimización y mejoramiento

La optimización y el mejoramiento se realizaron bajo dos pilares: ,la sistematización de la información y sus controles y la cobertura de toda la institución a nivel documental:

**Sistematización:** durante el primer semestre se implementó el sistema de información ISOTools, una solución tecnológica para la administración y para la automatización del sistema de gestión de calidad. Asimismo, se hizo seguimiento al plan estratégico institucional y a los proyectos. Se consolidaron los indicadores institucionales y sus respectivas mediciones, así como

el principal repositorio documental de los procesos documentados a nivel institucional y los registros de las actividades relacionadas con los mismos. Este mejoramiento ha impactado de forma transversal a la institución y ha contribuido a la existencia una mayor apropiación de una cultura de documentación y control en el CESA.

**Documentación:** se avanzó en la definición y documentación de los procesos de las áreas académicas y de apoyo. Al finalizar el año 2016, el 92% de los procesos institucionales se encontraban definidos y documentados, de acuerdo con las cadenas de valor identificadas. Asimismo, apalancados en el sistema de información ISOTools, realizamos una labor importante en temas de capacitación y apropiación de los procesos y su mantenimiento en las diferentes áreas.

## 5.9.2. Certificación ISO

Como parte del mantenimiento de la certificación de calidad bajo la Norma ISO 9001, se realizaron las actividades pertinentes para migrar el sistema de gestión de calidad de la versión 2008 a la versión 2015 de la norma en mención. Es así como durante el primer semestre se realizaron las capacitaciones necesarias a los integrantes del SGC y se elaboró el diagnóstico que permitió verificar el grado de cumplimiento de los nuevos requisitos de la norma, y se constituyó en un insumo para la generación del plan para la transición a la Norma ISO 9001.

El diagnóstico fue desarrollado en el segundo semestre del año, de acuerdo con el lineamiento de la Alta Dirección de obtener la recertificación del SGC, bajo los estándares de la versión de la norma 2015. El proyecto fue liderado y articulado



por la Dirección de Desarrollo Institucional, como parte de su misión y responsabilidad en la alineación estratégica del CESA.

### 5.9.3. Sistema de administración de riesgos

El Proyecto de implementación del Sistema de administración de riesgos, fue liderado y desarrollado completamente por la Dirección de Desarrollo Institucional, iniciativa que ha contribuido a la optimización de los procesos institucionales, pues ha permitido encaminar las acciones y planes de trabajo a la mitigación, medición y control de los riesgos identificados, y aportar a la consecución de importantes logros institucionales. Durante el año 2016 se desarrollaron las siguientes etapas para cada uno de los procesos que integraban la primera fase del proyecto:

- Identificación de riesgos y validación de objetivos de los procesos.
- Calificación de riesgos.
- Identificación y calificación de controles.
- Generación de mapas de calor.
- Generación de planes de trabajo para los riesgos que fueron calificados como extremos.

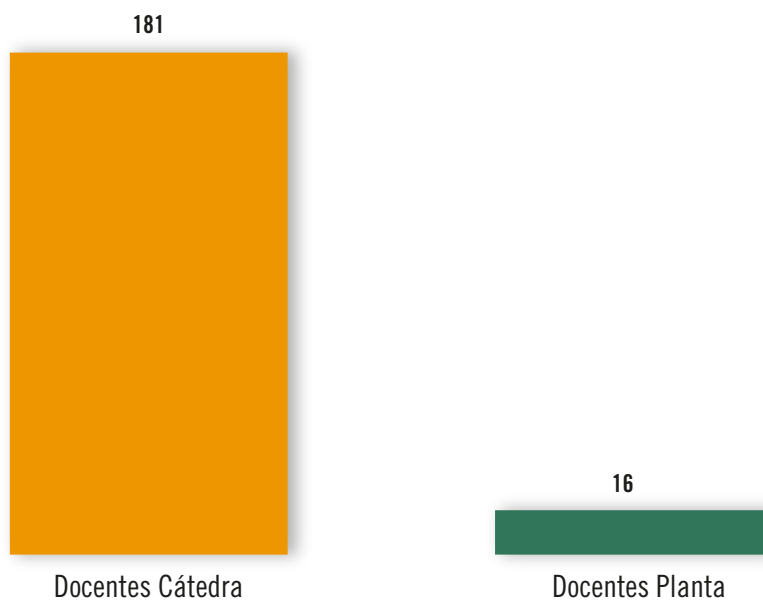
Como resultado de este ejercicio se generaron los mapas de calor de 12 procesos de la institución, incluidos los riesgos

estratégicos. Asimismo, se documentó el Manual de Riesgos Institucional, que fue incluido como parte de la documentación del proceso de direccionamiento estratégico.

## 5.9.4. Evaluación docente

Para el segundo semestre de 2016, la Dirección de Desarrollo Institucional asumió el proceso de evaluación docente en su totalidad. Los docentes de pregrado fueron evaluados por los estudiantes, y los coordinadores de área realizaron autoevaluación (Ver Gráfica 28).

GRÁFICA 28. Total docentes evaluados 2016-2



NOTA: CESA. Elaboración propia Dirección Desarrollo Institucional CESA. 2016

## 5.9.5. Planeación estratégica

A lo largo del año se realizaron diversas actividades encaminadas a la evaluación del plan estratégico, su redefinición y consolidación de los ejes estratégicos. Las labores de evaluación y diagnóstico de la estrategia institucional arrojaron resultados interesantes que permitirán optimizar la planeación y obtener los resultados deseados por los directivos CESA, los que responden a nuestros valores, misión y visión.



# Informe de Gestión 2016



Calle 35 No. 6-16  
[www.cesa.edu.co](http://www.cesa.edu.co)  
[www.editorialcesa.com](http://www.editorialcesa.com)

