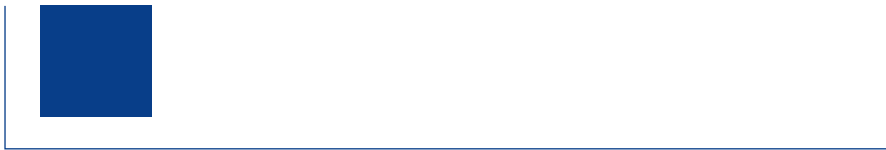




Colegio de Estudios
Superiores de Administración

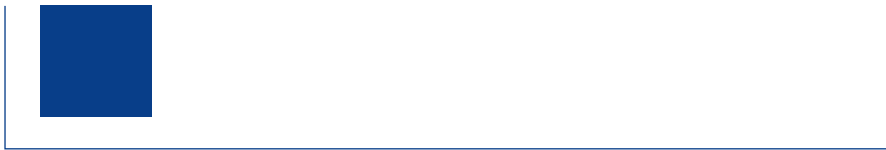
The background of the entire page is a photograph of a modern office interior, heavily tinted with a blue color. The scene shows a long, open-plan office space with a high ceiling featuring a grid of metal beams and several large, industrial-style pendant lights. In the foreground, a large, light-colored armchair is visible. In the background, there are desks, chairs, and a glass railing. The overall atmosphere is professional and contemporary.

INFORME DE GESTIÓN 2013





**Colegio de Estudios
Superiores de Administración**



Informe de Gestión

2013







**José
Manuel
Restrepo**

RECTOR CESA

La Misión del CESA de acuerdo con lo definido por sus Fundadores, ha alineado el quehacer de la Institución y ha permitido que se mantenga su identidad como institución de educación superior formando líderes empresariales y resaltando su labor en el entorno de la educación superior.

El camino que ha seguido el CESA en los últimos cinco años es el tránsito de una Escuela de Administración orientada al Pregrado, a una Escuela que incluye programas desde el pregrado hasta las maestrías, y que cree en la conservación de su carácter monodisciplinar, su vocación a formar en el liderazgo y el emprendimiento con un acento en la internacionalización.

Desde la puesta en marcha del “Plan Estratégico 2010-2014” el CESA ha alineado sus estrategias con el fin de cumplir las metas establecidas en dicho plan. Como fruto de todo el esfuerzo hemos logrado tener avances académicos y administrativos importantes enfocados en dar cumplimiento a las metas trazadas.

A continuación presentamos la publicación de nuestro Informe de Gestión y Boletín Estadístico 2013, en ellos la comunidad podrá encontrar los avances del plan estratégico y las cifras más representativas para el CESA.

José Manuel Restrepo. Rector

■ Staff Directivo

Dirección general

RECTOR **José Manuel Restrepo Abondano**

VICERRECTOR **Henry Bradford Sicard**

SECRETARIO GENERAL **Juan Santiago Correa Restrepo**

Programas

DIRECTORA DE PREGRADO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS **Gisele Becerra**

DIRECTOR DE POSGRADOS FINANZAS **Werner Zitzman Riedler**

DIRECTORA DE POSGRADOS MERCADEO **Lina María Echeverri**

DIRECTOR DEL MBA **José Luis Sandoval**

Unidades de apoyo académico

GERENTE UNIDAD DE GESTIÓN EMPRESARIAL **Luisa Fernanda Villegas**

DIRECTOR DE BIBLIOTECA **Celiar Quiroga**

DIRECTORA DE BIENESTAR UNIVERSITARIO **María Teresa Sánchez**

DIRECTOR DEL CENTRO DE LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO – CLE **Juan David Aristizábal**

DIRECTOR DE CONSULTORÍA **Felipe Sardi**

DIRECTORA DE EGRESADOS **María del Rosario Navia**

DIRECTORA DE FORMACIÓN EJECUTIVA **Claudia Borbón González**

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN **Juan Santiago Correa**

DIRECTORA DE RELACIONES INTERNACIONALES **Edén Bolívar**

DIRECTORA DE REGISTRO Y CONTROL **Tulia Agudelo**

DIRECTORA DE VISITAS Y PRÁCTICAS **Laura Bermúdez**

IDIOMAS **David van der Woude de Vries**

Dirección apoyo administrativo

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

DIRECTORA CONTABLE Y FINANCIERA **Ana Iris Chávez**

DIRECTORA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL **Maira Patricia Gómez**

DIRECTORA DE INFRAESTRUCTURA **Rocío Jiménez**

DIRECTORA DE RECURSOS HUMANOS **Magda Jackson**

DIRECTOR DE TECNOLOGÍA **Víctor Julio Hernández**

■ Consejo Directivo

PRESIDENTE Luis Alberto Arango E.

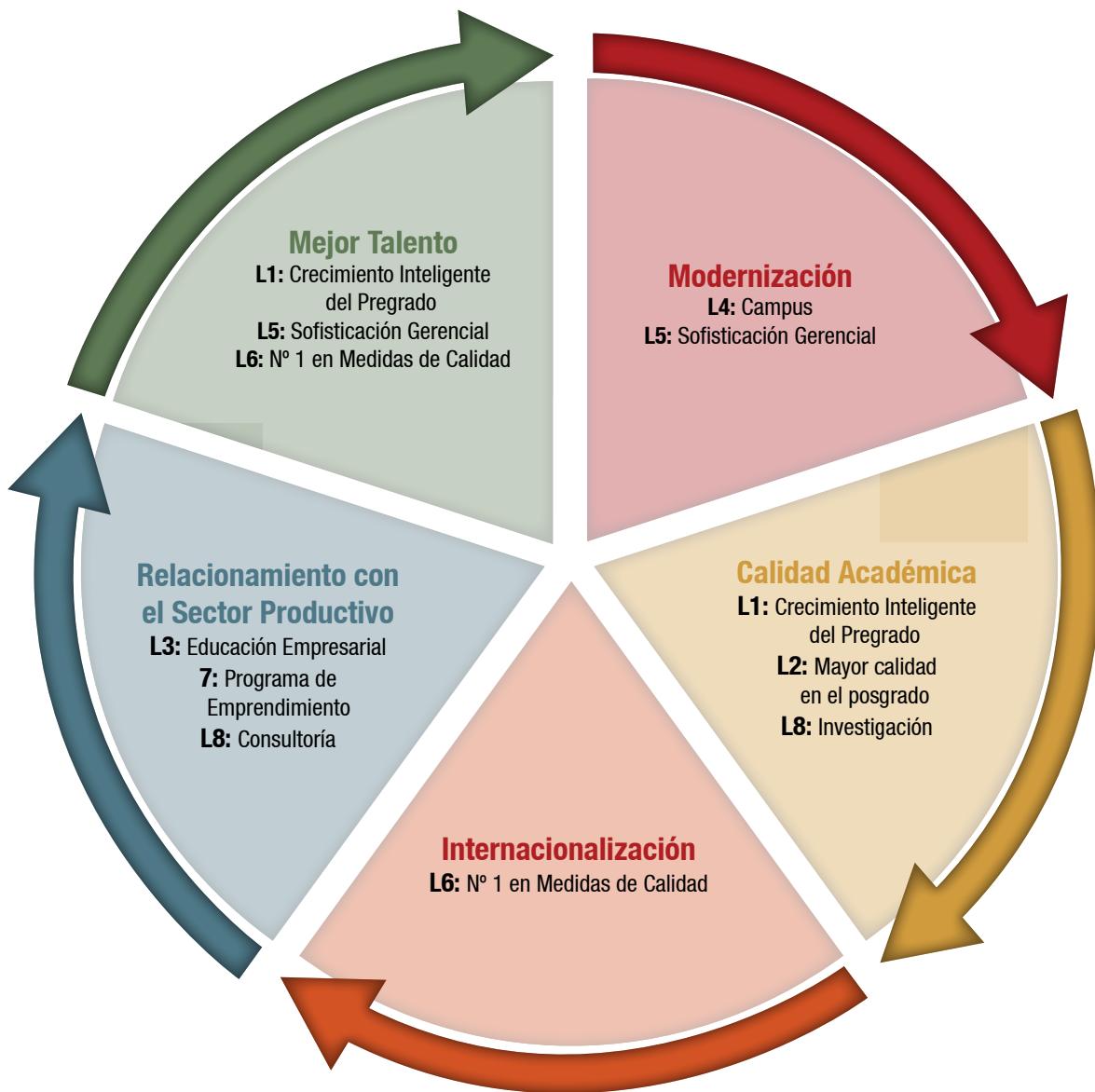
MIEMBROS **Santiago Perdomo**
Juan Francisco Mejía
Marco Fidel Rocha
Gustavo Sanín
Julio Bernardo Caballero
Camilo Calderón
Danilo De la Espriella
Juan David Aristizábal

■ Ejes estratégicos CESA

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

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

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



A continuación se presenta el informe de gestión dividido en los ejes estratégicos. En este se exponen los resultados y logros obtenidos por las áreas durante el año 2013.

1 Mejor Talento

2 Internacionalización

3 Calidad Académica

4 Relacionamiento
con el Sector Productivo

5 Modernización

| | |
|---|----|
| Crecimiento inteligente del Pregrado | 20 |
| Aumento de cobertura del Pregrado | 21 |
| Número 1 en medidas de calidad | 24 |
| Autoevaluación y planes de mejora | 30 |
| Centro de Apoyo para la Lectura, la Oralidad y la Escritura – DIGA | 40 |
| Bienestar estudiantil | 55 |

| | |
|---|----|
| Relaciones Internacionales | 68 |
| BUSCA (Center for Business Communication Arts) | 81 |

| | |
|--|-----|
| Posgrados en marketing | 88 |
| Maestría en Dirección de Marketing (MDM) | 89 |
| Especialización en Mercadeo Estratégico (EME) | 102 |
| Posgrados en Finanzas Corporativas | 114 |
| Maestría en Finanzas Corporativas | 120 |
| Investigación | 125 |

| | |
|---|-----|
| Relación con el Sector Productivo | 150 |
| Formación Ejecutiva | 151 |
| Consultoría | 158 |
| Visitas y prácticas empresariales | 163 |
| Centro de Liderazgo y Emprendimiento – CLE | 178 |
| AECESA | 183 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| Biblioteca | 194 |
| Tecnología | 199 |
| Financiero | 207 |
| Comunicaciones | 213 |
| Gestión humana | 234 |

Plan Estratégico

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

Línea 1. Crecimiento inteligente del pregrado

Línea 2. Mayor calidad en los posgrados

Línea 3. Educación empresarial

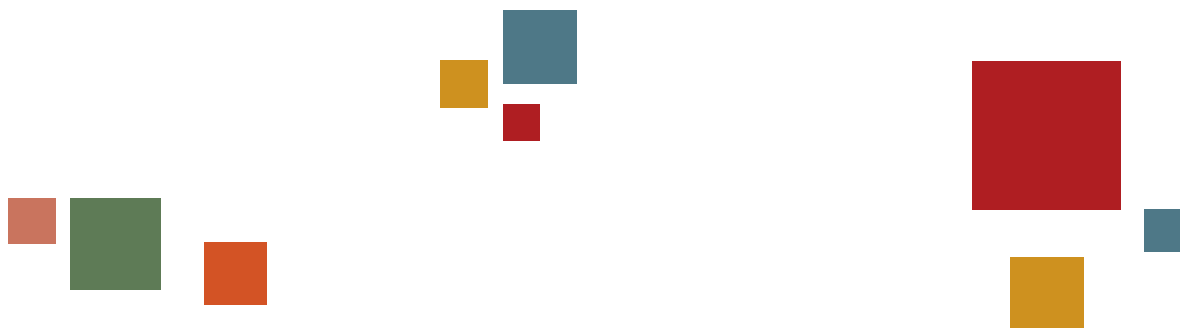
Línea 4. Renovación de campus

Línea 5. Sofisticación gerencial

Línea 6. Número 1 en medidas de calidad

Línea 7. Programa de emprendimiento

Línea 8. Investigación y consultoría



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

Para el año 2013 el CESA cumplió con el 92% del Plan Estratégico planteado al inicio del año, lo que nos llena de una profunda satisfacción ya que alcanzamos las metas propuestas en los tiempos establecidos.

A continuación encontrarán el informe de gestión dividido en por los ejes estratégicos, en este se exponen los resultados y logros obtenidos por las áreas durante el año 2013.



| | |
|---|----|
| Crecimiento inteligente del Pregrado | 20 |
| Aumento de cobertura del Pregrado | 21 |
| Número 1 en medidas de calidad | 24 |
| Autoevaluación y planes de mejora | 30 |
| Centro de Apoyo para la Lectura, la Oralidad y la Escritura – DIGA | 40 |
| Bienestar estudiantil | 55 |



1



Mejor Talento



Crecimiento inteligente del Pregrado

La Dirección de Pregrado ha venido trabajando de manera consistente en el crecimiento del Pregrado, trabajando no solamente en aspectos de promoción y selección, sino de deserción y retención de estudiantes a través del fortalecimiento de los procesos de admisión y de apoyo a los estudiantes, como se presentará más adelante.

TABLA 1. Población Pregrado Administración de Empresas 2008-2013

| | I-2008 | II-2008 | I-2009 | II-2009 | I-2010 | II-2010 | I-2011 | II-2011 | I-2012 | II-2012 | I-2013 | II-2013 |
|---------------------------------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| I | 73 | 92 | 75 | 83 | 77 | 73 | 99 | 131 | 109 | 122 | 136 | 145 |
| II | 100 | 88 | 117 | 86 | 103 | 57 | 89 | 108 | 126 | 104 | 163 | 188 |
| III | 67 | 97 | 86 | 109 | 90 | 118 | 84 | 102 | 129 | 154 | 139 | 157 |
| IV | 64 | 58 | 87 | 55 | 95 | 81 | 105 | 82 | 94 | 102 | 120 | 99 |
| V | 51 | 79 | 58 | 89 | 69 | 95 | 81 | 102 | 83 | 90 | 91 | 112 |
| VI | 62 | 51 | 73 | 62 | 88 | 62 | 85 | 95 | 87 | 89 | 88 | 83 |
| VII | 51 | 55 | 59 | 77 | 70 | 112 | 63 | 74 | 76 | 67 | 62 | 64 |
| VIII | 57 | 32 | 38 | 40 | 58 | 58 | 86 | 44 | 58 | 50 | 80 | 66 |
| IX | 47 | 54 | 41 | 42 | 40 | 53 | 43 | 77 | 46 | 73 | 67 | 72 |
| Total presencial | 572 | 606 | 634 | 643 | 690 | 709 | 735 | 815 | 808 | 851 | 946 | 986 |
| Alumnos que salieron en intercambio | 16 | 29 | 31 | 32 | 26 | 22 | 51 | 66 | 71 | 63 | 49 | 73 |
| Extranjeros en intercambio en el CESA | | | | | | | 4 | 5 | 4 | 4 | 8 | 15 |
| Nacionales en intercambio en el CESA | | | | | | | | | | | 1 | 3 |
| Total población Pregrado | 588 | 635 | 665 | 675 | 716 | 731 | 790 | 886 | 883 | 918 | 1,004 | 1,077 |

Fuente: CESA, Dirección de Desarrollo Institucional, Boletín estadístico 2013.

■ Aumento de cobertura del Pregrado

Realizar promoción y difusión

Durante el 2013 se participó como conferencista invitado a eventos y ferias escolares; en ellas se explicó a los futuros bachilleres qué es la Administración de Empresas, cuál es el perfil ocupacional y cuáles deben ser las características y competencias requeridas para aquellos que quieran ser administradores. Se presentaron las ventajas competitivas del enfoque del CESA, así como su diferenciación y valor agregado comparado con otros programas de Administración del país.

Así mismo, se recibió en la Dirección de Pregrado a los estudiantes de colegios interesados en el programa, se les suministró la información sobre el CESA, los principales diferenciadores, los puntos fuertes del programa y la propuesta de valor, haciendo énfasis en el perfil del egresado CESA y la Misión institucional. A la mayoría de los visitantes se les llevó a un recorrido para que conocieran los avances tecnológicos, la infraestructura y las instalaciones de la Institución. Varios aspirantes se mostraron muy interesados y se realizó la programación para que pudieran asistir a algunas clases (hicieron parte de dos o tres clases de diferentes semestres para que conocieran profesores y metodologías).

TABLA 2. Proceso de inscripción Pregrado de Administración de Empresas 2008-2013



FUENTE: Dirección de Desarrollo Institucional, Boletín estadístico 2013.

Control de selectividad

En el proceso de admisión por transferencia, las universidades de procedencia son la Universidad de los Andes, Universidad del Rosario, Universidad Externado de Colombia, Universidad Javeriana y Universidad de la Sabana. Los promedios académicos de los aspirantes al CESA por transferencia cada vez son más altos; en el 2013 se recibió a aquellos que traían un promedio ponderado acumulado mayor a 4.0, con entrevistas y *assessment* con resultados positivos.

Para este año se implementó un nuevo modelo para el proceso de selección, en el cual se realizaron no solo las entrevistas, sino que se aplicaron *assessment* y discusiones sobre el componente ético y la responsabilidad social.

Se revisó el perfil de ingreso a partir del perfil de egreso, definiendo los niveles básicos de las competencias de liderazgo empresarial, espíritu emprendedor y generación de valor, en los que se incluyen las competencias de emprendimiento, trabajo en equipo, manejo de situaciones problemáticas, motivación, manejo de riesgo, toma de decisiones, habilidades comunicativas y liderazgo de los candidatos.

Promoción y selección de estudiantes de Eli+e

El Diplomado de Emprendimiento y Liderazgo, Eli+e, ha sido muy bien aceptado por los estudiantes interesados en ingresar al Pregrado. Durante el 2013 tuvimos 76 estudiantes que participaron y concluyeron el proceso, y posteriormente 74 ingresaron al Pregrado. Este grupo de estudiantes viajó a Costa Rica durante el primer semestre y a México durante el segundo, en cumplimiento de sus

visitas internacionales. Para concluir el seminario, participaron con ideas de negocios en la Feria de Emprendimiento del CESA.

Durante el mes de diciembre de 2013 se realizó el rediseño de la propuesta curricular de Eli+e, centrado en el desarrollo de las competencias para el liderazgo y el emprendimiento, buscando haberlas fortalecido entre los participantes al momento de su ingreso al CESA.

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

■ Número 1 en medidas de calidad

Valor académico agregado

Una de las medidas de calidad a nivel nacional es la prueba Saber Pro que realiza el ICFES a los estudiantes de último semestre académico, cuyos resultados clasifican a las universidades e instituciones de educación superior en los niveles: muy superior, superior, alto, medio y bajo. El CESA, desde el inicio de la prueba, se ha clasificado en los niveles superior y muy superior. El Pregrado se ha preocupado por desarrollar una serie de acciones, *assessment*

y pruebas que permitan al estudiante mantener actualizados sus conocimientos y reforzar sus competencias comprensivas, analíticas y de toma de decisiones, para apoyarlos en la resolución de la prueba y la obtención de buenos resultados. En los últimos tres años el CESA ha venido obteniendo, en conjunto con la Universidad de los Andes, los más altos resultados de las pruebas, y es reconocida por los ranking nacionales como una de las instituciones de mayor calidad en la formación integral de sus estudiantes, posición avalada no solo por el ICFES, sino por firmas como BOT e instituciones universitarias que han realizado investigaciones sobre calidad en la educación superior.

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

TABLA 3. Resultados de las pruebas Saber Pro 2012

| N | INSTITUCIÓN | SECTOR | CIUDAD | PROMEDIO |
|---|--|---------|----------|----------|
| 1 | Universidad de los Andes | Privado | Bogotá | 11,58 |
| 2 | Colegio de Estudios Superiores de Administración- CESA | Privado | Bogotá | 11,34 |
| 3 | Escuela de Ingeniería de Antioquia | Privado | Medellín | 11,28 |
| 4 | Universidad Nacional de Colombia | Oficial | Bogotá | 11,23 |
| 5 | Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario | Privado | Bogotá | 11,15 |
| 6 | Universidad Externado de Colombia | Privado | Bogotá | 11,11 |
| 7 | Universidad ICESI | Privado | Cali | 11,08 |
| 8 | Universidad EAFIT | Privado | Medellín | 10,97 |
| 9 | Institución Universitaria Colombo Americana- ÚNICA | Privado | Bogotá | 10,94 |

| | | | | |
|----|--|---------|--------------|-------|
| 10 | Universidad de la Sabana | Privado | Chía | 10,92 |
| 11 | Pontificia Universidad Javeriana | Privado | Bogotá | 10,90 |
| 12 | Universidad Nacional de Colombia | Oficial | Medellín | 10,87 |
| 13 | Fundación Universidad del Norte | Privado | Barranquilla | 10,79 |
| 14 | Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito | Privado | Bogotá | 10,78 |
| 15 | Universidad CES | Privado | Medellín | 10,72 |
| 16 | Universidad Nacional de Colombia | Oficial | Manizales | 10,69 |
| 17 | Universidad Distrital Francisco José de Caldas | Oficial | Bogotá | 10,64 |
| 18 | Universidad de Antioquia | Oficial | Medellín | 10,63 |
| 19 | Pontificia Universidad Javeriana | Privado | Cali | 10,61 |
| 20 | Fundación Universitaria Tecnológica Liderazgo Canadiense LCI | Privado | Bogotá | 10,60 |

FUENTE: ICFES 2013

Adicionalmente, se continúa con el convenio con Korn Ferry en la medición de competencias para el liderazgo empresarial. Las competencias que se miden en la prueba de Korn Ferry se han incorporado en una serie de asignaturas piloto (del área de Informática, algunas sesiones de Historia Empresarial, Introducción a la Administración y Gestión de Talento Humano II), en las que se han incorporado metodologías centradas en el aprendizaje del estudiante y actividades en las clases. Lo anterior con el objetivo de buscar una homogenización y unificación de los cursos y poder medir los *outcomes* que se buscan desarrollar en los estudiantes, alineados al perfil de salida del egresado del CESA y al PEI. Se espera en el 2014 continuar involucrando otro grupo de asignaturas del plan de estudios, de tal manera que se siga garantizando, de forma cada vez más completa, el perfil de egreso expresado en el PEI y en la Misión de la Institución.

Se incrementó el apoyo en los procesos de aprendizaje y crecimiento personal de los estudiantes a través de la consejería, los Centros SUMA y DIGA, y la creación del Seminario- Cátedra Well-ness-Self leadership en conjunto con Bienestar. Este apoyo ha sido muy favorable; con él se han obtenido mejores resultados académicos en las cátedras del área de matemáticas y se ha disminuido la repitencia y deserción en los cursos.

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

Para el 80% de las asignaturas del plan de estudios se está ofreciendo una sesión en idioma inglés. De igual manera, se incorporaron electivas de humanidades y profesionales en inglés, tanto en las áreas de conocimiento propias de la profesión como en el mejoramiento de las habilidades de comunicación en una segunda o tercera lengua, como el portugués. Es necesario continuar incorporando otros idiomas a este abanico de cursos.

En cuanto a la incorporación del uso de herramientas tecnológicas, se mantuvo la oferta del seminario Bloomberg en dos diferentes niveles, desde los primeros semestres, para fortalecer en el uso de esta herramienta financiera. Es necesario avanzar en la incorporación de otras.

Unificación de los contenidos mínimos y estándares de evaluación en el desarrollo del currículo

Como parte de la preparación para la visita de la EDAF, se hizo un rediseño de los syllabus de las asignaturas y se diseñó el formato de plan de clase, el cual fue enviado a los profesores para que plasmaran en él las actividades de aprendizaje por medio de las cuales se desarrollaría su programa. El avance se ha realizado desde la temática, el desarrollo de conocimiento esperado (fundamentos temáticos mínimos requeridos en cada área), el desarrollo de actividades de integración del conocimiento de manera interdisciplinar y proyectos comunes en algunas asignaturas, y las estrategias pedagógicas a desarrollar para garantizar el logro de los objetivos de formación, incluyendo las actividades en el aula de clase en algunas asignaturas piloto, el trabajo independiente de los estudiantes y el piloto en algunas asignaturas de los mecanismos de evaluación de la competencia. Pero es necesario avanzar en la construcción de los *Intended Learning Outcomes* (ILO) del programa, de las áreas y de las asignaturas, tarea que se emprenderá durante el 2014.

Durante el año 2013 se consultó a un grupo académico y de asesores externos (nacionales e internacionales) expertos en diseños de currículos, microcurrículos, actividades de aprendizaje, didácticas y procesos de evaluación, construcción de indicadores y desarrollo de competencias de los estudiantes. Con ellos se identificaron algunos planes de acción a corto plazo, los cuales se han empezado a implementar, algunos como pilotos y otros como prácticas a partir de 2014.

Iniciar la revisión curricular del programa de Administración de Empresas

Como producto de la revisión inicial realizada para sustentar los avances y garantizar los procesos de aseguramiento de calidad del Pregrado, se diseñó para este un plan estratégico denominado Proyecto Educativo del Pregrado, en el que se reformula el perfil de ingreso, el perfil de egreso, la dinámica del currículo y los mecanismos de implementación del mismo para lograr el perfil propuesto, de acuerdo con las tendencias en la formación de administradores. Este documento fue la base para la autoevaluación presentada ante el EDAF, y es el mecanismo para identificar los planes de mejoramiento en temas del diseño del currículo e incorporación de metodologías de enseñanza y aprendizaje, de acuerdo con el PEI.

De acuerdo con el Proyecto Educativo de Pregrado y la autoevaluación realizada para el EDAF, se han identificado las primeras brechas en aspectos como la justificación del programa y su revisión, unificación de cursos, unificación de criterios de evaluación, necesidad de elevar el nivel de exigencia de manera homogénea, actualización de la bibliografía de las asignaturas, fortalecimiento del perfil docente, capacitación de profesores, incorporación de las experiencias internacionales en el aprendizaje de los estudiantes, y fortalecimiento de la gestión del currículo.

Autoevaluación y planes de mejora

Durante el 2013 se realizó la revisión de los contenidos curriculares y del plan de estudios, y, como se mencionó anteriormente, en el Proyecto Educativo del Pregrado se definieron los perfiles de ingreso y egreso basados en competencias, los cuales se fortalecerán con la definición de los ILO del programa realizado durante el 2014.

Así mismo, se terminó el diseño del Proyecto Educativo del Pregrado, alineado con el PEI y la Misión y Visión del CESA. Durante el año 2014 se seguirán haciendo los pilotos para validar su aplicabilidad y realizar los ajustes de acuerdo con los resultados alcanzados.



Certificación DAF- Acreditación Internacional (EPAS)

Durante el año 2013 se construyó el documento de autoevaluación con el equipo de revisión curricular, recolectando toda la documentación necesaria y construyendo la biblioteca de soporte al mismo. En este se encontraron algunos aspectos a fortalecer en términos de desarrollo curricular, syllabus, integración de cursos, evaluación, formación docente, gestión de profesores y evaluación de los mismos. Para este trabajo no solo se contó con las conclusiones del Comité de Revisión Curricular, sino con el aporte de las direcciones de las diferentes unidades, quienes revisaron y complementaron el documento. Este proceso se comenzó durante el año 2012 y estuvo terminado para el mes de agosto del año 2013.

En el mes de agosto fue enviado el documento del *Self Assessment Report* (SAR) con la información pertinente, y se construyó la biblioteca de anexos, incluyendo un alto porcentaje de material disponible en inglés. El documento fue revisado por los pares, y se recibió la visita durante el mes de octubre.

En la evaluación de las condiciones iniciales realizada, se puso en evidencia la necesidad de fortalecer el programa de Administración de Empresas en aspectos relacionados con la gestión del currículo, la gestión de profesores, el fortalecimiento del modelo pedagógico, y las acciones para lograr que las asignaturas ofrecidas en múltiples sesiones correspondan a la promesa de valor del CESA para alcanzar su Misión y Visión. De estos resultados se generaron acciones que se comenzarán a implementar desde el primer periodo de 2014.

El resultado de la visita y el informe enviado permitirá desarrollar un plan de acción y de acompañamiento internacional para acceder, en un plazo de tres años, a la Acreditación Internacional EPAS para el programa de Pregrado. Durante la semana del 7 al 14 de octubre se recibió la visita de tres pares internacionales provenientes del Reino Unido, Bélgica y Portugal, y un par nacional de la Universidad del Norte. Ellos revisaron el documento de autoevaluación y valoraron la situación descrita en el documento en la visita a la Institución, cumpliendo una agenda de entrevistas y visitas a los diferentes miembros de la comunidad académica, directivos, egresados y empresarios, así como a las instalaciones y unidades de apoyo académico de los programas. Con este procedimiento se verificaron las condiciones de calidad, investigación, docencia, gestión administrativa y académica, así como de los organismos directivos que garantizan y aseguran el proyecto estratégico y educativo de la Institución. Este proceso les permitió certificar y avalar los niveles de calidad y pertinencia del programa académico de Administración de Empresas para acceder a la acreditación EPAS.

Con los resultados de la autoevaluación y la implementación del Plan Estratégico del Pregrado se consolida la necesidad de fortalecer el Comité Curricular, el Consejo Académico y el Comité de Evaluación, para fortalecer la alineación y homogenización de los contenidos académicos del currículo, asegurar el desarrollo del conocimiento y de las competencias, proponer los ILO del programa, de las áreas y de las asignaturas, y asegurar de esta manera los resultados del proceso de aprendizaje. Lo anterior con el objetivo de lograr los estándares de calidad, donde el valor agregado del CESA sea entregar a la sociedad *Business Acumen*. Estos resultados crean valor en las empresas, donde nuestros egresados se desempeñan en un plazo menor (cinco a siete años), mientras que los egresados de otras instituciones lo logran en un periodo mayor (diez a doce años). Así mismo, se encuentra la necesidad



de elaborar un sistema de evaluación docente, con indicadores de desempeño y de gestión académica, tanto como planes de formación en competencias para los docentes y actualización de pedagogías, que permitan implementarlas en el aula de clase y desarrollar actividades de aprendizaje extra clase y de construcción de rúbricas para una evaluación permanente, formativa, apoyada en el trabajo autónomo del estudiante.

Una vez recibido el informe preliminar de la comisión de los pares de manera verbal al momento de terminar la visita, y en el mes de diciembre por medio escrito para la revisión por parte de la Institución, queda definido que a comienzos del año 2014 se recibirá el informe final y las sugerencias de la EDAF para iniciar el proceso de acompañamiento en la implementación de los planes

de mejora que permitan acceder, en un periodo no mayor a tres años, a la elegibilidad de la Acreditación Internacional EPAS del Pregrado. Este proceso permitió, igualmente, que nos recibieran formalmente al programa EDAF y nombraran como mentor para el proceso al Decano Nuno de Sousa de la Universidad de Porto de Portugal, quien estará a cargo de apoyar los procesos de calidad con fines de la Acreditación Internacional.

En el informe preliminar encontraron una institución sólida, con un buen nivel y reconocimiento a nivel nacional, especialmente en el programa de Pregrado. Presentaron un diagnóstico profundo que reflejaba la situación y el modelo pedagógico del CESA; mostraron los *gaps* que se tienen para alcanzar los procesos de acreditación; y sugieren que iniciemos con el fortalecimiento y desarrollo de mecanismos de gestión académica y modelos de aseguramiento de los *outcomes* y desempeño del estudiante. Adicionalmente, proponen que se implemente un sistema de evaluación docente y administrativo académico;



un aumento de número de docentes de planta y el mix por áreas, con una mayor cualificación y visibilidad; el fortalecimiento del Comité Curricular para la homogenización del conocimiento; y la construcción de indicadores de impacto en el medio y de responsabilidad social. Los pares encuentran positivo el informe y sugieren que el Pregrado, trabajando de la mano de la EDAF, está muy cerca de alcanzar los estándares que lo hacen elegible al EPAS de la EDAF.

A partir de la retroalimentación recibida, el Comité de Evaluación del Pregrado ha realizado el análisis uno a uno de los *gaps* encontrados y ha comenzado a desarrollar y complementar los planes de acción para cada uno de los puntos resaltados por el EDAF. Así mismo, construirá, durante el primer trimestre de 2014, y con la colaboración del profesor De Sousa, el Plan de Acción para desarrollar en los próximos dos años. Posteriormente, al finalizar el segundo semestre de 2015 solicitará la visita de condiciones iniciales y elegibilidad para el proceso de Acreditación Internacional, para seguir adelantando los planes de mejora y recibir, a finales de 2016 o primer semestre de 2017, la visita formal de los pares, con el fin de validar el trabajo realizado y el cumplimiento de las condiciones mínimas requeridas para ser acreditables.

Dentro del proceso de ser aceptado como candidato elegible de las acreditaciones internacionales, se viene participando activamente en las actividades académicas y de discusión del futuro de la administración, así como en los eventos para el reconocimiento de buenas prácticas de gestión académica. La Dirección de Pregrado ha venido asistiendo, en los últimos tres años, a los foros internacionales y a las conferencias anuales de la EFMD y AACSB sobre el direccionamiento estratégico de las escuelas de negocios, lo que ha permitido identificar la brecha y gap que hay en el mercado laboral, entre lo que los empleadores

requieren y las universidades vienen ofreciendo a los empresarios y a las organizaciones públicas y privadas. Estos debates se realizan en foros y mesas de trabajo con los más prestigiosos *head hunters* a nivel mundial, egresados de pregrados y posgrados de diferentes universidades, y la presencia de CEO de grandes firmas, directivos de grandes y medianas empresas de todos los sectores que buscan administradores a nivel global. En estas discusiones académicas se viene haciendo un análisis muy profundo y discusiones sobre las competencias desde un enfoque complejo socioafectivo, así como desde el aseguramiento del conocimiento y las temáticas y disciplinas que se deben estudiar y desarrollar para la formación en administración. La participación a nivel nacional e internacional en el debate académico ha permitido ser muy críticos y analíticos en el proceso de autoevaluación, y esto ha sido un referente importante en el proceso, además de que ha permitido orientar los ajustes propuestos al currículo, al desarrollo de los ILO y a las guías de clase que se han venido realizando al interior del programa.



Reconocimiento del CESA a nivel internacional

Desde diciembre de 2011 se ocupa la Presidencia del capítulo de ASCOLFA Bogotá y es miembro del Consejo Directivo Nacional de ASCOLFA. De igual manera, se ocupa la representación de los Decanos de las Facultades de Administración del capítulo Bogotá y Centro ante la Junta Directiva del Consejo Profesional de Administración CPAE, y desde diciembre de 2013 se asumió la vicepresidencia de la Junta Directiva del mismo.

Se enviaron estudiantes del CESA a CEFO y al Concurso Latinoamericano de Administración.

Se tuvieron profesores internacionales, invitados para ofrecer capacitación a docentes y brindar seminarios cortos a estudiantes. Entre ellos, se contó con la presencia de Brian Till para la reunión de profesores; Eduardo Balbi, al curso de estrategia prospectiva; José Rojas, al tema de posicionamiento de marca país; y Vilma Coutinho, al tema de expatriados y recursos humanos internacionales. Finalmente, se invitó a una representante de la Universidad de Purdue para ofrecer capacitación a profesores.

Incorporación de competencias transversales

Desde el segundo semestre de 2013, se implementó un nuevo simulador para estrategia y toma de decisiones en el curso de simulación con la herramienta de simulación Conciencia del Capitalismo de Market Place, usado generalmente en las maestrías, pero en

el Pregrado se está jugando como asignatura integradora de siete semestres, antes de que los estudiantes ingresen a práctica empresarial. Y, como se mencionó anteriormente, se han incorporado algunas herramientas informáticas para la enseñanza de las matemáticas y la estadística.

Durante el 2013 se consolidó el seminario en creatividad e innovación y se fortaleció como piloto en Eli+e, de tal manera que se pueda consolidar esta competencia como parte del proceso formativo de los estudiantes.

Se brindó apoyo al CLE para el fortalecimiento de las cátedras de Liderazgo Social con enfoque hacia emprendimiento social como parte de la línea de cursos en emprendimiento, la asesoría a estudiantes en los proyectos de emprendimiento, y el apoyo para la contratación de consultores y asesores en los temas de modelo de negocios. Adicionalmente, los estudiantes tienen reconocimiento académico por participar de los cursos ofrecidos.

Flexibilizar el plan de estudios vigente

En el proceso de autoevaluación y fortalecimiento de las competencias para la empleabilidad se realizó una revisión de las electivas del plan de estudios y se han venido ofertando una serie de asignaturas que han permitido una mayor electividad en la malla académica. Esto permite al estudiante escoger de acuerdo a sus gustos y planes futuros del ejercicio profesional, y reforzar temas que, en su práctica, encuentra interesantes de profundizar.

Dentro de este proceso se han ofertado electivas en temas internacionales, recursos humanos, posicionamiento de marca país, inversiones en el exterior, e innovación y emprendimiento, con profesores invitados que vienen durante una semana para hacer un

intensivo al estilo de un módulo de posgrado. En estas electivas normalmente participan tres profesores internacionales; cada uno dicta un módulo de 16 horas por semana. Se desarrollan de lunes a viernes de 5 a 9 de la noche. Durante el 2013 se dictaron electivas en temas financieros, mercadeo, estrategia organizacional, recursos humanos y temas internacionales de competitividad y apertura de negocios en mercados internacionales. Para los estudiantes que realizaron práctica internacional, se dictaron los cursos correspondientes a octavo y noveno semestre *online* con Innova College, y para los que estaban de intercambio, los cursos de modelación y simulación gerencial de manera virtual con nuestros profesores. Esto ha sido muy positivo porque ha facilitado los procesos de movilidad con los niveles de rigurosidad y exigencia del CESA, y las asignaturas propias difícilmente homologables por fuera se están dictando virtualmente o a su regreso como un seminario complementario.



■ Centro de Apoyo para la Lectura, la Oralidad y la Escritura – DIGA

Durante el año 2013 se mantuvo la planta de profesores del año inmediatamente anterior. Andrés Sánchez y Tatiana Ramírez continuaron con su carga de tiempo completo (40 horas semanales). También, se siguió contando con la presencia, por horas, de dos profesores que apoyaron las tutorías de expresión oral: Catalina Ortiz y Daniel F. Pérez, especialistas en esta área, con tres horas a la semana cada uno. El Departamento de Inglés apoyó



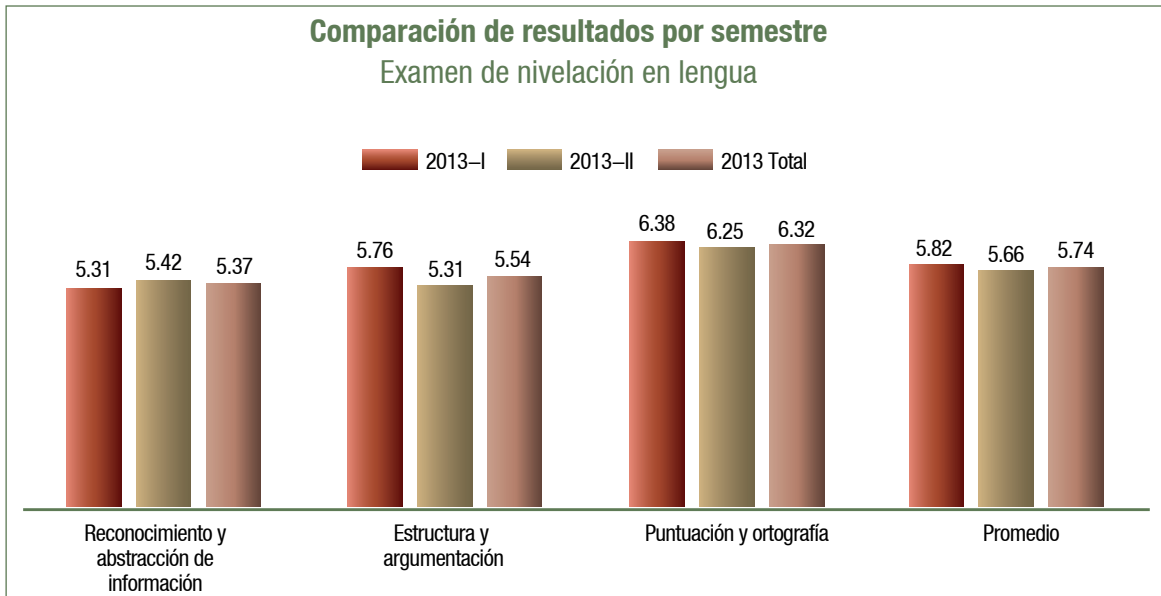
la lectura y corrección de textos escritos en esa lengua con las profesoras Zarifa Mohamad y Dana Matl. Además de contar con un apoyo de especialistas para cada una de las áreas de trabajo (comunicación escrita y oral, textos en español y en inglés), se consiguió entre las dos lenguas una integración muy significativa para el trabajo con los estudiantes.

Adicionalmente, durante el segundo semestre del año se incluyó el trabajo de la profesora Lina Calle, encargada de trabajar las tutorías de los estudiantes de Pregrado y, del mismo modo, coordinar el trabajo de los lectores pares o monitores del Centro DIGA, que se mantuvieron a lo largo del año: María José Fonnoll, Manuela Serna y Santiago Gamboa. Esto significó, como se esperaba, mayor coherencia y frecuencia en las tutorías, así como mayor homogeneidad en las asesorías a los estudiantes.

Examen de nivelación

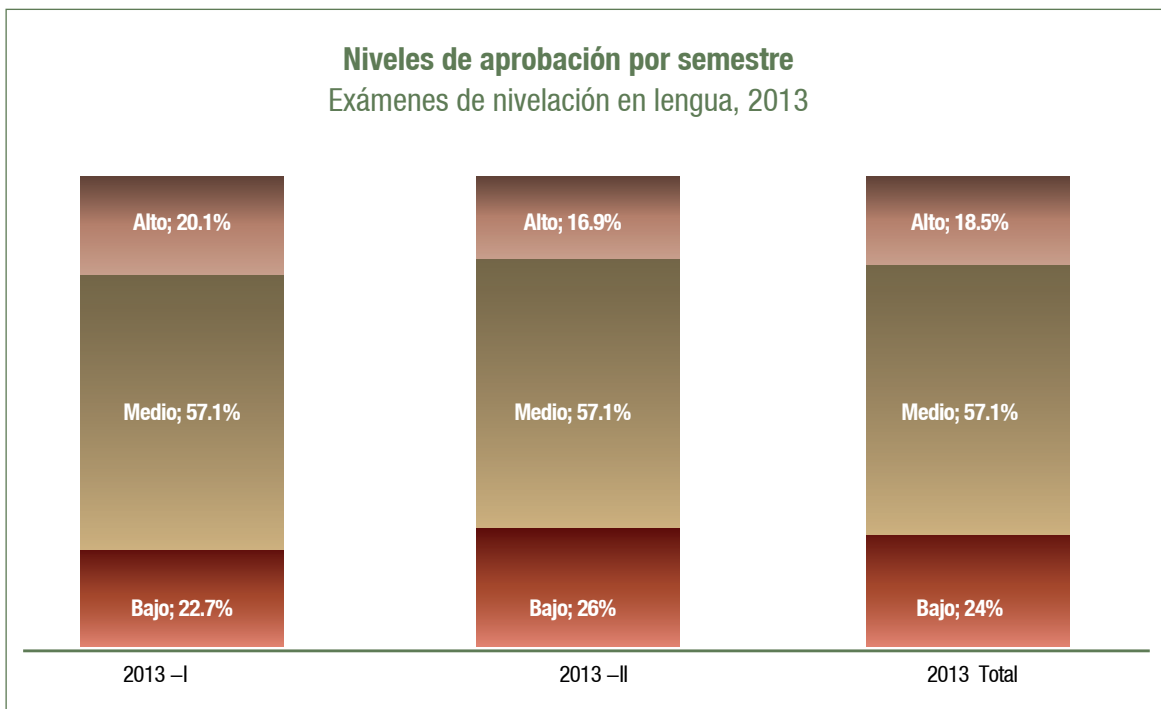
En 2013 se diseñó un examen de nivelación distinto al aplicado en 2012 para los estudiantes que ingresan al CESA por primera vez. Este examen, diseñado y calificado por los tres profesores de DIGA, hizo énfasis en la lectura de un texto no verbal (una gráfica) y, a partir de esa lectura, la realización de un ejercicio de resumen y argumentación. Los resultados (gráficas 1-2) permitieron definir los contenidos básicos y las principales necesidades de los estudiantes, para trabajar estos desde las materias de Comunicación Escrita y Oral, el área de Humanidades y el Centro DIGA. Así mismo, permitió a los profesores de las materias de Comunicación conocer por anticipado las necesidades particulares de los estudiantes de sus sesiones, de tal forma que pudieran orientar su trabajo más efectivamente.

GRÁFICA 1. Resultados del examen de nivelación en lengua



FUENTE: CESA, elaboración Centro DIGA, 2013.

GRÁFICA 2 Niveles de aprobación por semestre



FUENTE: CESA, elaboración Centro DIGA, 2013.

Asesoría académica a estudiantes: Pregrado, posgrados, Eli+e

El trabajo en Pregrado se concentró, como ha sido desde 2011, en las necesidades particulares de los estudiantes para sus trabajos. Tanto de forma presencial como electrónica, los distintos profesores de DIGA recibieron las inquietudes de los estudiantes. El énfasis en Pregrado estuvo en los siguientes temas:

- Estructura de textos argumentativos (ensayos)
- Estructura y elaboración de textos expositivos (reseñas, resúmenes, actas, informes)
- Manejo de información externa a través de normas APA
- Puntuación
- Ortografía
- Comunicación oral (este último, coordinado por la profesora Catalina Ortiz)

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

Los estudiantes utilizaron el servicio, principalmente, para trabajos de las materias Comunicación Escrita, Comunicación Oral, Gobierno y Decisiones Administrativas, Historia y Geografía, Macroeconomía, Marketing del Cliente, Negocios Internacionales y Principios de Mercadeo. Igualmente, se colaboró con los estudiantes

que traían sus proyectos de grado para recibir una retroalimentación básica del texto, específicamente en su manejo metodológico y en los problemas de puntuación y ortografía que pudieran tener.

Para dificultades concretas en expresión oral, podían trabajar con los profesores Ortiz y Pérez los lunes desde las 2:30 pm, o los miércoles entre las 9:00 am y 12:00 m. En cuanto a asesorías en inglés, se hacían citas específicas con las profesoras del departamento.

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

En ambos semestres del año inmediatamente anterior, el trabajo sobre habilidades lingüísticas para los estudiantes de Eli+e fue un componente importante de la preparación de estos, no solo en las materias de Comunicación sino en el trabajo con cursos que se asociaron con DIGA: Entorno Económico Colombiano (prof. José Manuel Restrepo) y Gestión del Conocimiento, Cultura y Cambio (prof. Henry Bradford). El trabajo en las competencias comunicativas fue destacado por los profesores y asistentes a la Feria de Espíritu Emprendedor, quienes vieron en los estudiantes de Eli+e un nivel de preparación en comunicación oral y escrita similar al de sus compañeros de cuarto semestre; un trabajo que se vio reflejado en la entrada de gran parte de los estudiantes al CESA y la homologación de la materia de Comunicación Escrita de muchos de ellos.



Adicionalmente, el centro DIGA trabajó con los estudiantes de las maestrías de Finanzas Corporativas y Dirección de Marketing. A ellos se les apoyó, de forma presencial y virtual (correo electrónico y Skype), en el planteamiento y desarrollo de los anteproyectos y de las monografías de grado. Los principales temas en los que se asesoró a los estudiantes fueron:

- Planteamiento de problemas y preguntas de investigación
- Propuestas de hipótesis y objetivos de trabajo
- Uso de normas APA
- Puntuación
- Ortografía

Asesoría docente

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

El Centro DIGA ayudó a preparar, corregir y evaluar pruebas de estas materias para hacer más efectivo y elocuente el trabajo de escritura de los estudiantes.

Esta asesoría tiene tres maneras. En la primera –la que dio mejor resultado a lo largo del año–, el profesor planea en conjunto con DIGA la tarea en la que los estudiantes demuestran sus habilidades de lenguaje, con el objetivo de optimizar los alcances de la misma. En la materia de Gestión del Conocimiento, Cultura y Cambio (prof. Henry Bradford), por ejemplo, se rediseñó uno de los trabajos de la asignatura para hacerlo más acorde a las exigencias de la materia y a las competencias evaluadas por DIGA. Los resultados en Historia y Geografía (prof. Juan Santiago Correa), antes de su intervención por parte de DIGA, permiten observar el efecto del cambio de énfasis en las clases de Comunicación Oral y Escrita en los semestres anteriores (gráfica 3). En esta materia, la intervención se hace después de presentado el trabajo, con las observaciones del docente y de DIGA, en aras de lograr un texto definitivo con mejor estructura y forma.

En la segunda, orientada más a los resultados, el profesor envía un paquete de tareas para que sea calificado por DIGA. Así, DIGA da una calificación antes que el profesor, que es requisito para la

entrega final. Esta última, a diferencia de años anteriores, fue menos utilizada por los cursos asociados. Por ejemplo, en la clase de Negocios Internacionales (prof. Elsa Torres) se pasó de la calificación de todos los ensayos de la materia (primer semestre de 2011) a la calificación de aquellos que la profesora no entendía y notaba con errores graves de planteamiento y escritura (segundo semestre de 2011 - primer semestre de 2013). En el segundo semestre de 2013 no se calificó ningún trabajo en tanto que la profesora logró entender los ensayos sin mayores problemas de escrituras.

La última consistió en el apoyo de DIGA en las presentaciones orales de las materias. El profesor invitado, integrante de DIGA, se encargaba de observar la presentación y calificar las competencias comunicativas, lo que permitía al docente de la materia en cuestión dedicarse más a la evaluación de las competencias propias de la asignatura. En el caso de Gobierno y Decisiones Administrativas (prof. Alfonso Valdivieso), la planeación del trabajo oral precedió la presentación, lo que dio como resultado una exposición más estructurada.



Adicionalmente, se apoyó el trabajo de escritura de profesores y miembros del grupo administrativo del CESA. El Centro DIGA continuó su consolidación como un espacio en donde los profesores de planta revisan sus artículos antes y durante los procesos de publicación en revistas. Los profesores Claudia Gómez, Javier Cadena, Ana María García y Marta Lucía Restrepo fueron parte de este grupo. También, se hizo una revisión de documentos institucionales, como algunos del Área de Gestión Humana.

GRÁFICA 3 Comparación de resultados



FUENTE: CESA, elaboración Centro DIGA, 2013.

Tutorías DIGA

Las tutorías, coordinadas durante el segundo semestre por la profesora Lina Calle, y desarrolladas con la ayuda de los monitores de DIGA, se organizaron fundamentalmente para los estudiantes de Pregrado, en forma de forma individual y grupal, y se publicaron en la página web del CESA. Se ofrecieron, a lo largo de los dos semestres, tutorías de hasta cinco participantes, de ortografía, manejo de la puntuación, normas APA, elaboración de ensayos y de expresión oral (preparación de *elevator pitch* para el curso de Emprendimiento, de cuarto semestre).

Los estudiantes de Pregrado que más utilizaron estos servicios fueron los de las materias como Comunicación Escrita y Oral, Introducción al Derecho, Introducción a la Administración, Historia Empresarial, Historia y Geografía, Talento Humano, Macroeconomía, Principios de Mercadeo, Marketing del Cliente y Negocios internacionales.

Coordinación del proceso editorial

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

La principal responsabilidad de esta coordinación ha sido establecer contacto con potenciales pares evaluadores (la mayor parte de ellos miembros inscritos en el sistema de información de Colciencias) de los textos que se pretenden publicar en la editorial del CESA. También, organizar el sistema de evaluaciones y clasificar

las mismas, de tal manera que se pueda garantizar un proceso de evaluación académica equitativo, claro y sistemático. Durante el año se coordinó la presencia de ocho pares lectores para la evaluación de cuatro libros, todos ellos avalados por Colciencias en distintas áreas del conocimiento.

Espíritu Emprendedor

Durante 2013 se continuó con la colaboración entre DIGA y la materia de Espíritu Emprendedor, un apoyo que incluyó no solo la asesoría para los estudiantes en sus competencias orales y escritas, sino una calificación (5%) para la nota definitiva de la materia.

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

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

Español como segunda lengua

En el 2013 el número de estudiantes de intercambio en el CESA aumentó significativamente. A diferencia de 2011 (año en el que solo se hacía una tutoría semanal) y de 2012 (únicamente se ofrecía Español para Extranjeros I), este año se hizo apertura oficial de las clases de Español para Extranjeros I, II y III para un grupo de 20 estudiantes en total. El número de estudiantes por clase, sin embargo, no fue superior a seis. Por ello, se pudo trabajar de forma personalizada y obtener buenos resultados.

En general, los estudiantes, especialmente los del nivel avanzado, lograron tener fluidez y un buen conocimiento de la cultura colombiana por medio del estudio de la lengua. Además, la clase resultó positiva en otro aspecto: ahora representa un valor agregado para estudiar en Colombia.

Proyectos especiales

Formación

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

Publicaciones

El libro *La ortografía de Tarzán. Un libro para escribir en la universidad*, escrito por Javier H. Murillo y Tatiana Ramírez, fue evaluado por pares externos y aprobado por el Comité Editorial del CESA. Fue publicado para Feria del Libro en el primer semestre del 2014. Así mismo, se reeditó el cuadernillo *Recomendaciones*

para escribir un ensayo. Normas APA (Murillo, 2010), el cual será entregado a partir de la inducción de los estudiantes del primer semestre de 2014.

Se publicó el artículo *El paso del insomne*, escrito por Murillo para el libro *Fernando Vallejo: hablar en nombre propio* (eds. Luz Mary Giraldo y Néstor Salamanca-León), publicado por las universidades Javeriana y Nacional. Igualmente, *Los paisajes de la emoción: viaje como creación de significado en la obra de Cees Nootboom*, escrito por Andrés Sánchez en el libro *Universo Nootboom* (eds. Erik Haasnoot y Astrid Roig), publicado en Barcelona por la editorial Candaya.

Formación Ejecutiva

En 2013, DIGA comenzó a ofrecer sus servicios a públicos externos al CESA y relacionarse con el sector productivo. Se ofreció el curso de Comunicación Estratégica a la Cámara Colombiana de la Infraestructura, el cual fue dictado por Javier H. Murillo. Se busca, para 2014, tener una serie de paquetes para que las instituciones interesadas los contraten a través de Formación Ejecutiva o el Centro de Consultoría Empresarial.

Visibilización

Los profesores del Centro DIGA participaron en el seminario taller dictado por el profesor Brian Till en el CESA el pasado mes de febrero. Tatiana Ramírez participó en la reunión de la Red de Lectura y Escritura en la Educación Superior (REDLEES) de la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN).

En el mes de octubre, Murillo presentó la experiencia de DIGA y la ponencia “El desarrollo de habilidades lingüísticas como apun-
talamiento en la enseñanza de la Administración de Empresas” en
el I Congreso Latinoamericano de Centros de Escritura, organizado
por la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.

En el mes de noviembre, DIGA coordinó la visita al CESA de la
directora del *Writing Lab* de la Universidad de Purdue (West Lafaye-
tte, IN, EE.UU.), Linda Bergmann. Ella dictó un seminario-taller so-
bre su experiencia en el *Writing Lab*, que consistió en la conferencia
“La escritura a través del currículo” y el taller “Metodologías para el
desarrollo de la competencia comunicativa escrita”.

Por último, DIGA participó en el seminario-taller “Competencia
comunicativa escrita a través del currículo en Educación Superior:
innovación y retos”, organizado por la Universidad del Rosario. Allí,
el profesor Murillo participó en el panel “Implementación de estra-
tegias institucionales para el desarrollo de la competencia comuni-
cativa escrita en Educación Superior”, junto a centros de lectura y
escritura de otras universidades del país.

Principales logros

- Continuación de los procesos de concienciación de profe-
sores y estudiantes sobre la necesidad de una comunica-
ción efectiva, escrita y oral.
- Asesoría particular, según la necesidad de cada profesor y
de cada materia.
- Integración del trabajo de DIGA con el de cada profesor,
en aras de lograr resultados más efectivos en la escritura y
expresión oral de los estudiantes.

- Utilización del examen de nivelación para diagnosticar las fallas que tienen los estudiantes nuevos y así planificar de forma más adecuada los contenidos de las materias de Comunicación.
- Publicación del libro *La ortografía de Tarzán* (Murillo y Ramírez).
- Reedición del cuadernillo *Recomendaciones para escribir un ensayo*. Normas APA (Murillo, 2010).
- 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.
- Inicio de asesorías y programas para empresas.
- Afinación de herramientas pedagógicas que permiten un trabajo cada vez más claro y efectivo con los profesores y los estudiantes.
- Consolidación del trabajo con el Centro de Emprendimiento y Liderazgo – CLE en competencias escritas y orales.
- Aumento de la oferta de cursos de español para extranjeros.
- Revisión de estructura y desarrollo de los trabajos de grado de Especializaciones y Maestrías en Finanzas y Marketing.



■ Bienestar estudiantil

Promoción

Con el propósito de continuar con el proceso de dar conocer los programas de Pregrado y Eli+e, la Dirección de Bienestar atendió durante el primer semestre del año 20 visitas de diferentes colegios al CESA. Se visitaron seis más y se participó en tres ferias universitarias.

Durante el segundo semestre se realizaron algunos cambios al proceso de promoción y se modificó la presentación a los colegios. Esta se orientó a destacar los principales pilares del CESA: liderazgo, espíritu emprendedor, teoría aplicada a la práctica, internacionalización, ética y responsabilidad social; así como un énfasis en el plan de estudios y la carga académica del programa.

Como estrategia de acercamiento a los colegios se implementó el programa “Embajadores del CESA”, el cual da participación a alumnos del CESA en las charlas y visitas a los colegios de los cuales son egresados, lo que permite una comunicación más cercana entre alumnos e interesados en la Institución. Con esta iniciativa se atendieron, en el segundo semestre de 2013, 21 visitas de colegios a nivel nacional y se visitaron tres colegios. Así mismo, se participó en tres ferias y se invitó a cuatro rectores de colegio a almuerzos con Rectoría y Vicerrectoría, cubriendo una población de cerca de 560 estudiantes, que representan el mercado objetivo del CESA. En todas estas charlas y acercamientos se incluyó un espacio para explicar el programa Eli+e.

Selección

Teniendo en cuenta la creciente demanda de aspirantes al programa de Pregrado, y con el objetivo de mantener la línea diferenciadora del perfil del estudiante del CESA dentro de un marco de control de selectividad, se adelantó durante el segundo semestre una investigación sobre procesos de admisión en diferentes universidades y escuelas de negocios a nivel nacional e internacional. De acuerdo a lo encontrado en dicho estudio, y en aras de optimizar nuestro proceso de admisión, se implementó junto con la Dirección de Pregrado, como complemento al proceso de selección, la realización de una presentación personal del aspirante en forma figurativa y un *assessment* grupal; actividades que ayudan a determinar las competencias fundamentales dentro del perfil del CESA, lo que permite así mismo profundizar la entrevista personal. Dentro del proceso de selección se contempla la importancia de atraer aquellos estudiantes con un desempeño académico sobresaliente durante sus estudios de bachillerato. Estos casos se consideran especiales, siempre y cuando cumplan con los requisitos del perfil del CESA. Durante el primer semestre de 2013 se realizaron 656 entrevistas de admisión y en el segundo semestre se realizaron 325 procesos de selección.

Con respecto al proceso de selección de los estudiantes de Eli+e para ingresar al programa de Pregrado, la dirección de Bienestar acompañó durante el segundo semestre a los 52 alumnos del diplomado en sus visitas internacionales a las ciudades de Cancún y Monterrey, con el propósito de poder determinar en ellos las competencias que requiere el perfil del CESA. Se observaron sus comportamientos tanto en las visitas a empresas como en actividades y ejercicios programados, así como en su actuar diario. Adicionalmente, realizando *assessments* y entrevistas se dio soporte al área de Pregrado en el proceso de selección para los estudiantes que quieren ingresar al programa de inmersión que ofrece el CESA.

Actividades de Bienestar estudiantil

Durante el segundo semestre de 2013, y con el propósito de determinar las necesidades e intereses de los estudiantes de Pregrado con relación a la oferta de extracréditos por parte del CESA, se realizó, con el apoyo del representante estudiantil, una encuesta sobre la posibilidad de implementar nuevas actividades de Bienestar en diferentes campos deportivos y culturales. Como resultado de esta investigación, y con la participación activa de los estudiantes, se implementaron para el año 2014 ocho nuevas electivas: Hot Yoga, Mecánica Automotriz, Cata de Café, Crossfit, Boxeo, Entrenamiento Funcional, Pilates y Artes Plásticas, y se mantuvieron las existentes. Así, se completó una oferta de 21 extracréditos de Bienestar para los estudiantes del CESA. De esta forma, el área de Bienestar ha venido involucrando a los estudiantes, acercándose a ellos, haciéndolos partícipes, creado una relación de trabajo en equipo encaminada al cumplimiento de los objetivos del área.



diferentes actividades de Bienestar o extracréditos participaron. En ella, en un espacio abierto a los estudiantes, se brindó la oportunidad de conocer a fondo las opciones que se ofrecen y, a partir de ello, determinar los intereses de los alumnos. Como complemento a esta actividad, se contó con la participación de grupos de interés, como es el caso del Carnaval de Barranquilla y Aecesa, entre otros. Durante la Feria 300 alumnos tuvieron acceso a esta información, además de la oportunidad de compartir con profesores y compañeros sus intereses particulares en cada actividad.

Al finalizar el año se realizó una encuesta de satisfacción de los estudiantes con las electivas tomadas durante el semestre, con el propósito de orientar la gestión del área a satisfacer las necesidades de los estudiantes dentro de los objetivos propuestos (ver gráfica 5).

Actividades deportivas

Torneo Interno de Fútbol

Continuando con la tradición del CESA, se realizó con gran acogida dentro de la comunidad de alumnos, exalumnos y allegados el Torneo Interno de Fútbol. En este se reunieron más de 255 jugadores en el primer semestre, y 280 en el segundo, para competir sanamente con amigos y compañeros, manteniendo lazos de amistad mientras se hace deporte los sábados en la mañana.

Torneos de Cierre de Polo

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

Torneo de Bienestar

Se realizaron durante el año dos torneos de Bienestar, donde los estudiantes tuvieron la oportunidad de demostrar sus habilidades en las diferentes actividades que les ofrece la Casa Bienestar. Las actividades en las que se compite son ping pong, fútbolín, billar, billar pool y juegos electrónicos como Wii, Xbox y Nintendo. En estos torneos se contó con la participación de 60 alumnos en promedio.

Salida a escalar

Al cierre de la electiva de Escalada, se realizaron dos salidas a escalar en campo a las afueras de Bogotá, en el municipio de Suesca, para que los estudiantes se enfrentaran a la montaña y practicasen sus destrezas en esta disciplina al aire libre.



Torneo de Golf y Tenis

En el mes de octubre se llevó a cabo el Torneo de Golf y Tenis de alumnos, egresados y comunidad CESA, con la participación de 91 jugadores que se enfrentaron a la cancha del Club Guaymaral y pasaron un rato de esparcimiento. Con ello se logró integrar a alumnos y egresados en un ambiente informal dentro de un marco deportivo.

Torneo Cerros

La selección de fútbol masculino del CESA participó en el torneo organizado por Cerros, que reúne a las universidades del país. Durante la primera fase se ocupó el sexto puesto, mientras que en la segunda fase se llegó a las semifinales. Estas actividades competitivas hacen que los estudiantes desarrollen un sentido de pertenencia al CESA y representen a la Institución en distintas actividades deportivas. En cuanto a la selección de squash, en este mismo torneo el CESA logró, con Juan Felipe Acosta, el primer lugar de la Categoría A.

Patrocinios deportivos

Como un elemento fundamental para el CESA es el desarrollo integral de sus estudiantes, apoyamos y motivamos a los deportistas destacados. Durante el segundo semestre del año se le dio un patrocinio al estudiante Sebastián Donado, quien representa a nuestro país en la selección de bolos a nivel internacional y ha obtenido grandes logros.

Actividad outdoors

Como complemento a la formación formal, el área de Bienestar realiza dos salidas de campo enfocadas en generar habilidades de liderazgo y trabajo en equipo. Además, se pretende aprovechar el momento para unir lazos de amistad entre aquellos que participen, compartiendo con otros y dándose la oportunidad de conocer nuevas personas en la universidad. Junto con esto, los participantes generan una conciencia ambiental por medio de la práctica de deportes de aventura y actividades al aire libre. En el segundo semestre, 75 estudiantes de todos los semestres realizaron una regata en la laguna de Tominé. Con cinco veleros tuvieron la oportunidad de concursar por equipos en una carrera de aventura en la que se

enfrentaban a diferentes pruebas tales como kayak, una carrera a campo traviesa, agilidad, escalada, memoria y orientación dentro del campo por medio del manejo de coordenadas y una brújula.

Campañas y actividades educativas

Campaña de carpooling o carro compartido

El CESA hizo parte de una campaña cuyo principal objetivo es promover el uso de carro compartido, en la que participan varias empresas y universidades. Durante la semana del 7 al 11 de octubre, los miembros de la comunidad CESA participaron activamente compartiendo nuestros carros. El CESA resultó el gran ganador de esta campaña y recibió un premio como la universidad que realizó mayor número de viajes compartidos durante la semana: tres bicicletas portátiles, una charla y la organización de una ruta proporcionada por la iniciativa “Mejor en Bici”. Este tipo de actividades están encaminadas al logro de una conciencia en los estudiantes y en toda la comunidad, en pro de la conservación del medioambiente, la descongestión de las vías de la ciudad y el trabajo en equipo.

Campaña sobre adicciones

Durante el año se trabajó una gran campaña dirigida al tema de prevención de adicciones, principalmente alcoholismo y drogadicción, en la cual se abordaron estos temas desde distintos enfoques. El propósito fundamental fue concientizar a los estudiantes de los efectos de la droga y el alcohol en su cuerpo. Esta campaña se desarrolló en medios digitales y con la toma de espacios estratégicos dentro de la Institución.

Escuela de Líderes

A finales del mes de junio y durante diez días se llevó a cabo la Escuela de Líderes, con la participación de 20 niños entre siete y once años; hijos de egresados, profesores y personal administrativo. Se realizaron visitas a importantes empresas de servicios y del sector real, tales como Fiducor, Restaurante Wok, Biblioteca Julio Mario Santo Domingo, Delipavo, Quala y Matina Flowers. Adicionalmente, los niños tuvieron la oportunidad de tener clases con profesores del CESA, donde se trataron temas como principios de economía, responsabilidad social, mercadeo, comunicación y liderazgo. Participaron activamente y con gran interés en los talleres de Magia, Felicidad y en actividades artísticas.

Curso de maquillaje

Orientado a la población femenina del CESA, se organizó un curso de maquillaje y una tarde de spa, donde la compañía Percos trajo dos de sus maquilladoras profesionales, quienes dieron a las interesadas un curso de maquillaje, cuidado de la piel y algunos consejos de belleza. Como complemento a la actividad, cada una de las 25 estudiantes fue maquillada y se les regalaron muestras de productos, todo dentro de un ambiente de relajación, y en compañía de sus compañeras y amigas.

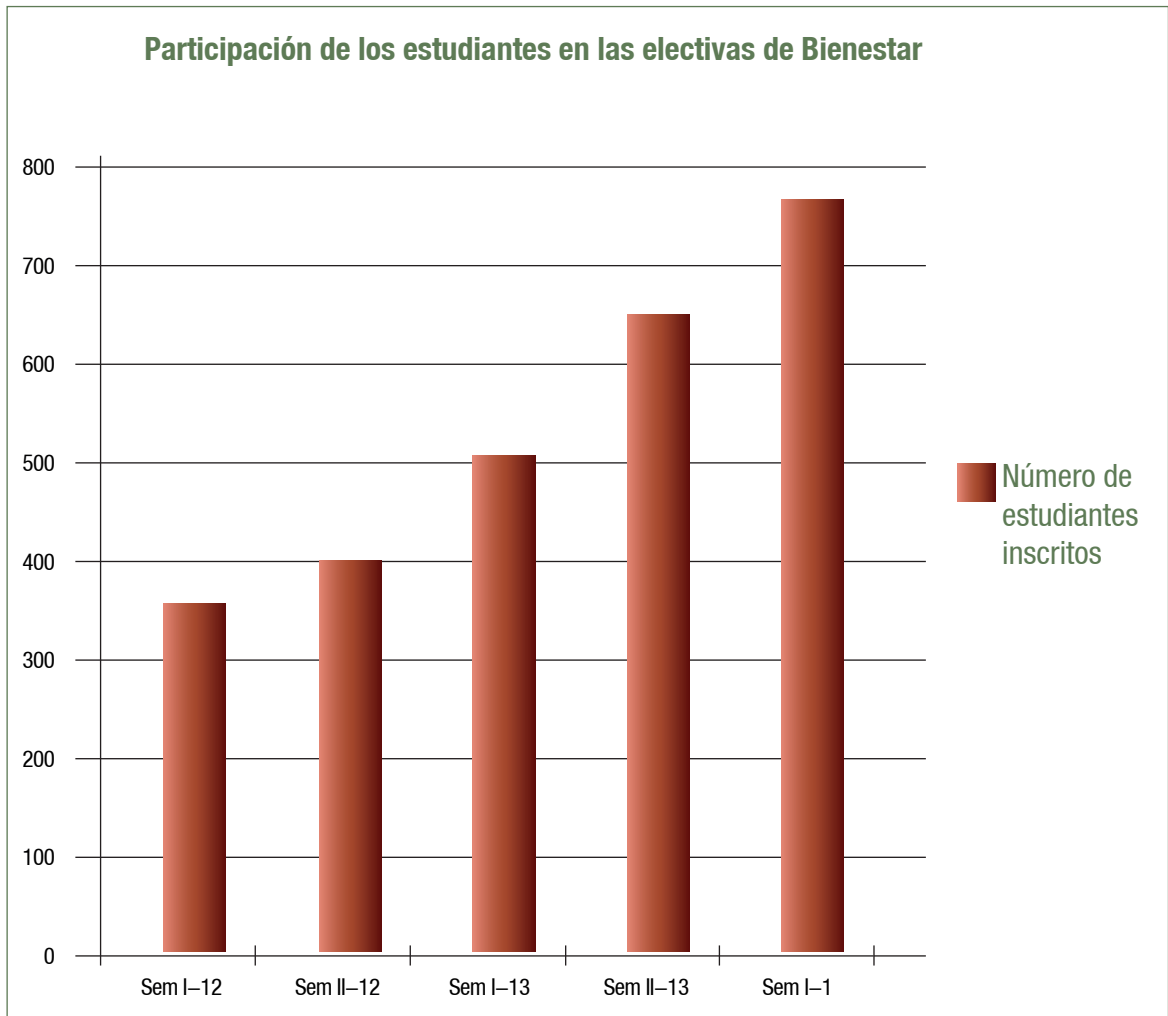


Actividades culturales

Exposiciones en la Biblioteca

Con el propósito de hacer de la Biblioteca un espacio de desarrollo cultural, punto de encuentro de alumnos, profesores, egresados, colegas y amigos de nuestra Institución; y dando continuidad al proceso de búsqueda de una integración y consolidación de nuestra comunidad en torno a la realización de eventos en el ámbito académico y cultural, se realizaron en el año 2013 dos exposiciones: una, con las fotografías de lugares y momentos en Australia, Tailandia e India del alumno Álvaro Ramírez Tannus; y durante el segundo semestre la exposición “Flora”, de Ana Elisa Fernández, reconocida egresada del CESA. En la noche de su inauguración se contó con la asistencia de cerca de 80 invitados, miembros de la comunidad, que tuvieron la oportunidad de conocer la remodelación de la Biblioteca y tener una experiencia cultural y artística.

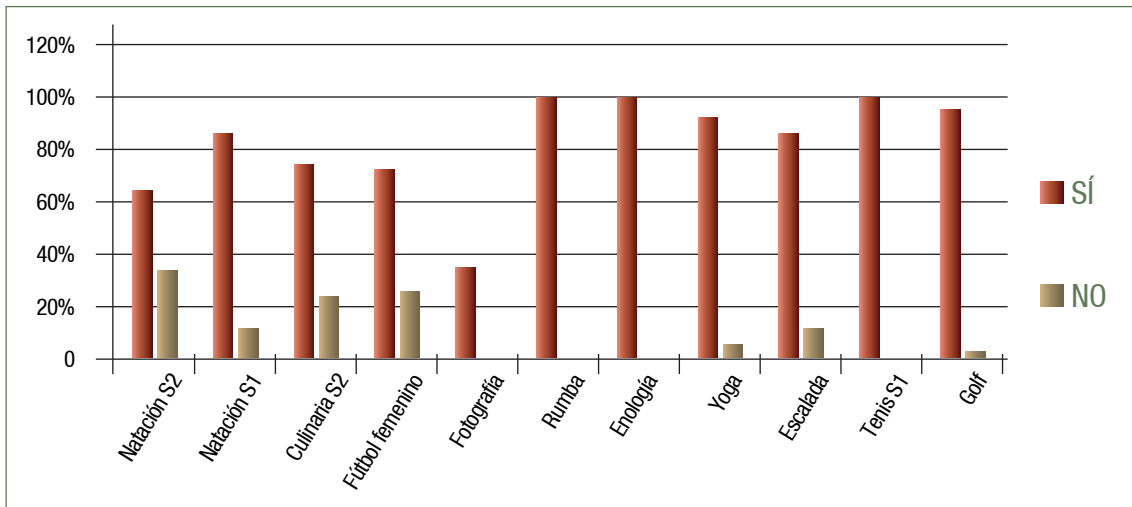
GRÁFICA 4 Participación de los estudiantes de Bienestar



FUENTE: CESA, elaboración Bienestar Estudiantil, 2013.



GRÁFICA 5 Satisfacción de los estudiantes



FUENTE: CESA, elaboración propia Bienestar Estudiantil, 2013.



Relaciones Internacionales..... 68

BUSCA (Center for Business Communication Arts).....81

2



Internacionalización



■ Relaciones Internacionales

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

El informe de Gestión de la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) del CESA consta de dos partes. La primera hace referencia al plan de internacionalización en donde se describen los ejes principales a trabajar en los próximos años. La segunda parte contiene un resumen de los avances que ha tenido el CESA en materia de internacionalización en el año 2013. En esta misma sección se enumeran los acuerdos internacionales vigentes, los nuevos acuerdos firmados y los que están en proceso de negociación. Así mismo, se hace una presentación de las estadísticas de movilidad, tanto de los estudiantes del CESA que se encuentran en intercambio y doble titulación en universidades extranjeras, como de los estudiantes internacionales que están en el CESA durante el año 2013. Hay una sección breve en donde se menciona a los profesores o expertos internacionales que han venido al CESA para dictar conferencias.

Avances en el proceso de internacionalización

Durante el 2013 la ORI trabajó fuertemente para consolidar el proceso de internacionalización y ha logrado avances en las siguientes áreas:

Acuerdos internacionales del CESA

Como eje principal de la estrategia de internacionalización, la ORI ha implementado acciones para fortalecer lazos con universidades socias. Así mismo, se han establecido contactos en países donde no existen convenios con universidades para instaurar alianzas y comenzar a enviar estudiantes. En el año 2013, la ORI logró consolidar la implementación de los convenios vigentes y negoció nuevos convenios. En total, se tuvieron 33 convenios vigentes al finalizar el año de 2013, lo que representa un crecimiento de 32% frente al número de convenios vigentes en 2012.

TABLA 4. Convenios internacionales vigentes

| Universidad | Tipo de acuerdo | País |
|--|---|-----------|
| Zeppelin University | Semester One to One (MOU) | Alemania |
| Upper Austria University of Applied Science School of Management | Semester One to One Agreement | Austria |
| Griffith University (GU) | Double Degree Agreement both at the Bachelors and Masters Program (MOU) | Australia |
| Vesalius College | Semester Abroad (Study Abroad Agreement) | Bélgica |
| Sprott School of Business, Carleton University | Memorandum of Understanding (Broad Based) - Student Exchange and MBA Degree Agreement | Canadá |

| Universidad | Tipo de acuerdo | País |
|--|--|---------------------------|
| Nova Scotia Community College | Student Exchange Program Agreement | Canadá |
| Heart For Change and Partners of the Americas | Internships/Volunteer Work | Colombia y Estados Unidos |
| Kyung Hee University | Broad Based Agreement | Corea |
| Universidad Internacional del SEK | Framework Agreement (Broad Based) | Ecuador |
| Universidad Francisco Vitoria | Double Degree Agreement and Student and Faculty Exchange | España |
| Escuela Europea de Dirección y Empresa (EUDE) | Double Degree (Framework Agreement) | España |
| Escuela Superior de Estudios Internacionales (ESEI) | Semester Abroad Agreement (Student and Staff Exchange) | España |
| ESIC Business and Marketing School | Student Exchange Agreement | España |
| Instituto de Estudios Bursátiles (IEB) | Framework Agreement (Broad Based) | España |
| EAE Business School | Student Exchange Agreement | España |
| EADA Business School | Summer program | España |
| European University | Double Degree Agreement at Masters Level and Student Exchange Agreement at this 3 campuses | España, Suiza, Alemania |
| American University | Special Agreement (MOU) Washington Semester Program and Study Abroad at AU | Estados Unidos |
| Whitman School of Management, Syracuse University | Memorandum of Understanding (Broad Based) | Estados Unidos |
| University of Pennsylvania English Language Programs | Agreement for English Language Programs | Estados Unidos |
| California State University Fullerton | Study Abroad Program Agreement | Estados Unidos |
| IESEG School of Management | Double Degree Agreement at Masters Level and Student Exchange Agreement | Francia |

| Universidad | Tipo de acuerdo | País |
|---|---|-------------------------------|
| ROUEN Business School (RBS) | Double Degree Agreement at Masters Level and Student Exchange Agreement | Francia |
| École Supérieure du Commerce Extérieur (ESCE) | Memorandum of collaboration promoting student exchange at the undergraduate and graduate levels | Francia |
| The Interdisciplinary Center Herzliya (IDC Herzliya) | Exchange and Cooperation Agreement | Israel |
| Università Cattolica del Sacro Cuore | Student Exchange (To be signed) but implementation has started | Italia |
| Kansai Gaidai University | Special Agreement (Student Exchange, CESA students can study Asian Studies Program) | Japón |
| Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM - Campus Monterrey) | Semester Abroad Agreement (Interinstitutional Cooperation Agreement) | México |
| Facultad de Economía, Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango (FECA) | Cooperation Agreement Faculty Exchange | México |
| The Hague University of Applied Science The Netherlands | Semester One to One (Student/Faculty Exchange Agreement) | Países Bajos |
| Arnhem Business School | Semester Abroad Agreement | Países Bajos |
| Universidad Americana de Paraguay | Semester Abroad Agreement | Paraguay |
| University of New Castle Upon Tyne (NU) | Semester Abroad Agreement | Reino Unido |
| Istanbul Kültür University | Student Exchange Agreement. | Turquía |
| Banco Santander S.A. | Becas Iberoamérica, Estudiantes de Grado | Universidades Iberoamericanas |

FUENTE: CESA, elaboración propia Oficina de Relaciones Internacionales, 2013.

Nuevos convenios

Durante el año 2013 se realizaron acercamientos importantes con varias universidades para fortalecer lazos y renegociar convenios con el objetivo de lograr mayores beneficios para nuestra comunidad. Varios nuevos convenios se firmaron para crear nuevos destinos y oportunidades de estudios para nuestros estudiantes, con exención o importantes descuentos en la matrícula. Esto incluye California State University Fullerton, en Estados Unidos; EADA Business School (cursos de verano), ESIC Business School (a nivel de intercambio en Pregrado) y EAE Business School, en España; Istanbul Kültür University, en Turquía; y Università Cattolica del Sacro Cuore, en Italia (no está firmado pero ya se empezó a implementar el intercambio). Así mismo, se firmaron nuevas oportunidades de becas con el Banco Santander Universia, afianzado nuestro compromiso de expandir el acceso para los estudiantes de estudiar en el exterior con ayudas financieras. En otra esfera, el CESA firmó un convenio con una entidad sin ánimo de lucro (Heart for Change y Partners of the Americas) para generar oportunidades de voluntariados para nuestros estudiantes tanto en Colombia como en el exterior, y atraer estudiantes internacionales al CESA a través de estas dos instituciones.

TABLA 5 Convenios firmados durante el 2013

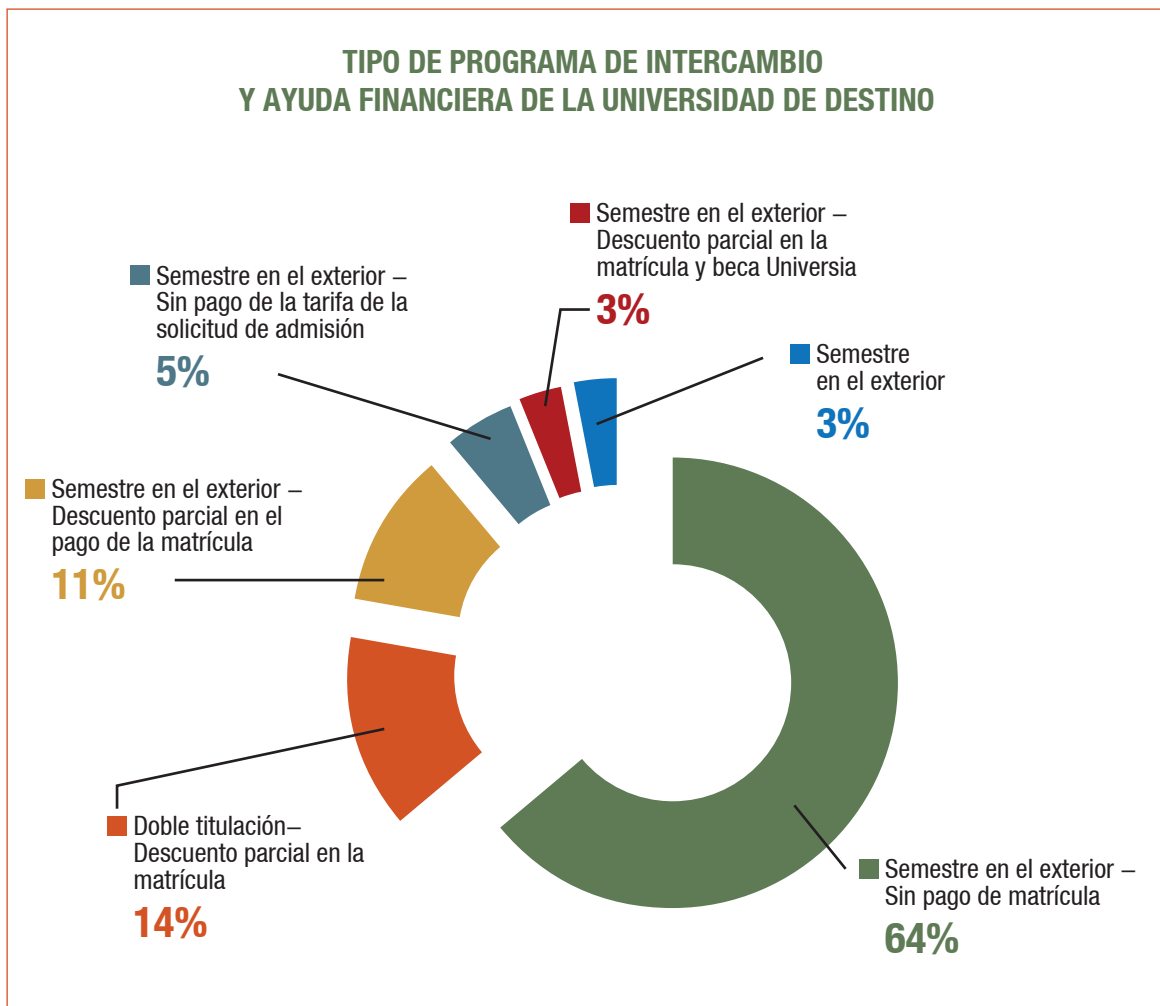
| Universidad | Tipo de Acuerdo | País |
|---|--|-------------------------------|
| Heart For Change and Partners of the Americas | Internships/Volunteer Work | Colombia y Estados Unidos |
| ESIC Business and Marketing School | Student Exchange Agreement | España |
| EAE Business School | Student Exchange Agreement | España |
| EADA Business School | Summer program | España |
| California State University Fullerton | Study Abroad Program Agreement | Estados Unidos |
| Università Cattolica del Sacro Cuore | Student Exchange (to be signed but implementation has started) | Italia |
| Istanbul Kültür University | Student Exchange Agreement | Turquía |
| Banco Santander S.A. | Becas Iberoamérica, Estudiantes de Grado | Universidades Iberoamericanas |

FUENTE: CESA, elaboración propia Oficina de Relaciones Internacionales, 2013.

Nuevas becas para estudiantes del CESA

Una de las barreras para estudios en el exterior es el aspecto financiero. A través de la gestión de la ORI, se lograron becas parciales para matrícula y/o sostenimiento con varias universidades, con el gobierno canadiense a través de Emerging Leaders of the Americas Program (ELAP), y con el Banco Santander. Abajo se muestran las cifras de exenciones otorgadas a nuevos estudiantes durante todo el año de 2013.

GRÁFICA 6 Becas ofrecidas por las universidades destino



FUENTE: CESA, elaboración propia Oficina de Relaciones Internacionales, 2013.

Asesoría académica

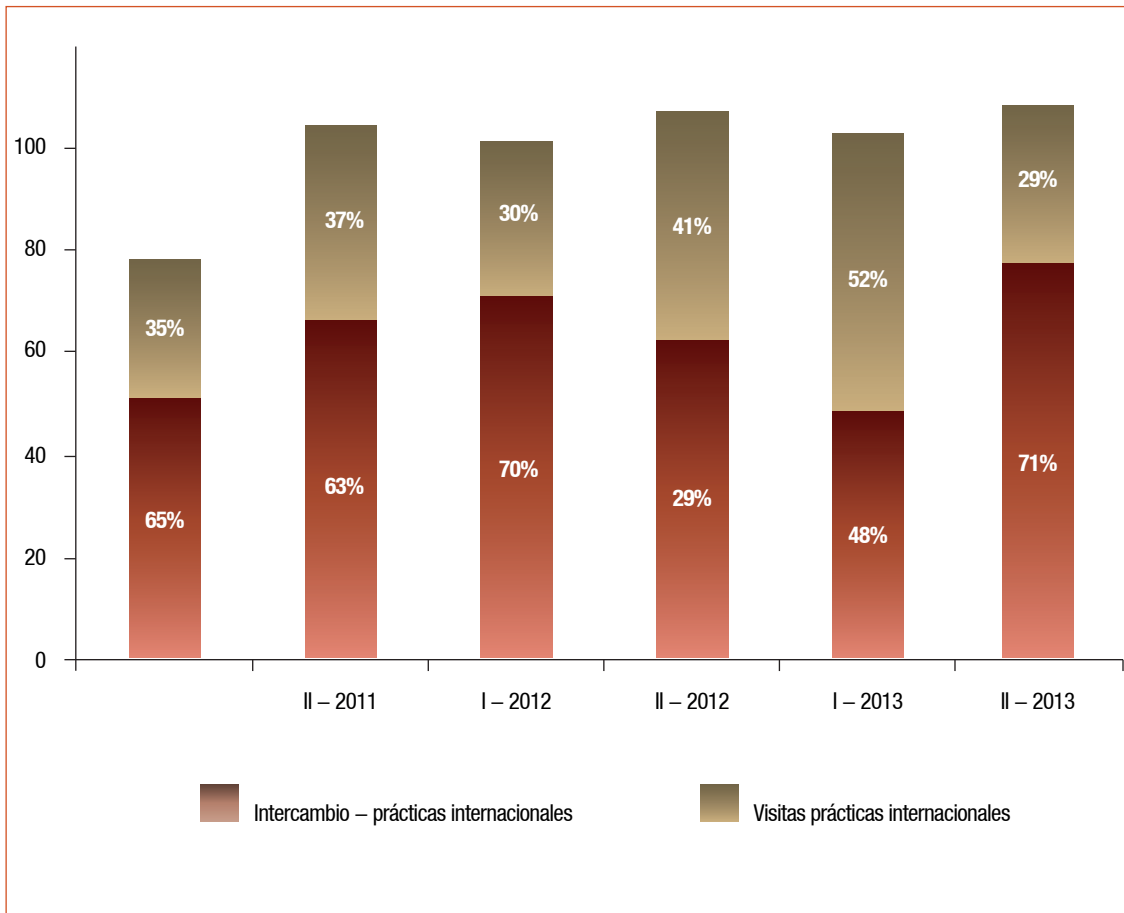
La ORI brindó asesoría académica sobre oportunidades de estudios en el exterior (semestre por fuera o doble titulación) a un gran número de estudiantes durante todo el año 2013. Esta actividad fue clave para incrementar el número de estudiantes con planes para estudiar o hacer prácticas en el extranjero. En ese año se vio la consolidación del número de estudiantes del CESA en el exterior, siendo el 2013 el año con mayor cifra de intercambios.

Estadísticas sobre estudiantes en intercambio y estudiantes internacionales en el CESA

Como resultado del esfuerzo para fortalecer las relaciones con universidades en convenio con el CESA y promover nuestra Institución como destino de estudiantes internacionales, en los tres últimos semestres se ha observado en esta cifra un crecimiento importante con la llegada de estudiantes provenientes de diferentes nacionalidades y universidades en convenio con el CESA.

El número de estudiantes con experiencia internacional

El esfuerzo para promover la internacionalización, no solamente de la ORI sino de las demás áreas en el CESA como la Rectoría, Dirección de Pregrado y visitas empresariales, ha resultado en la consolidación del número de estudiantes que tienen experiencia internacional directa a través de intercambio, práctica y visitas empresariales en el exterior en diferentes partes del mundo, representando hoy en día cerca del 30% de los estudiantes de quinto a noveno semestre.

GRÁFICA 7 Estudiantes con experiencia internacional

FUENTE: CESA, elaboración Oficina de Relaciones Internacionales, 2013.

Pre-departure orientation

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

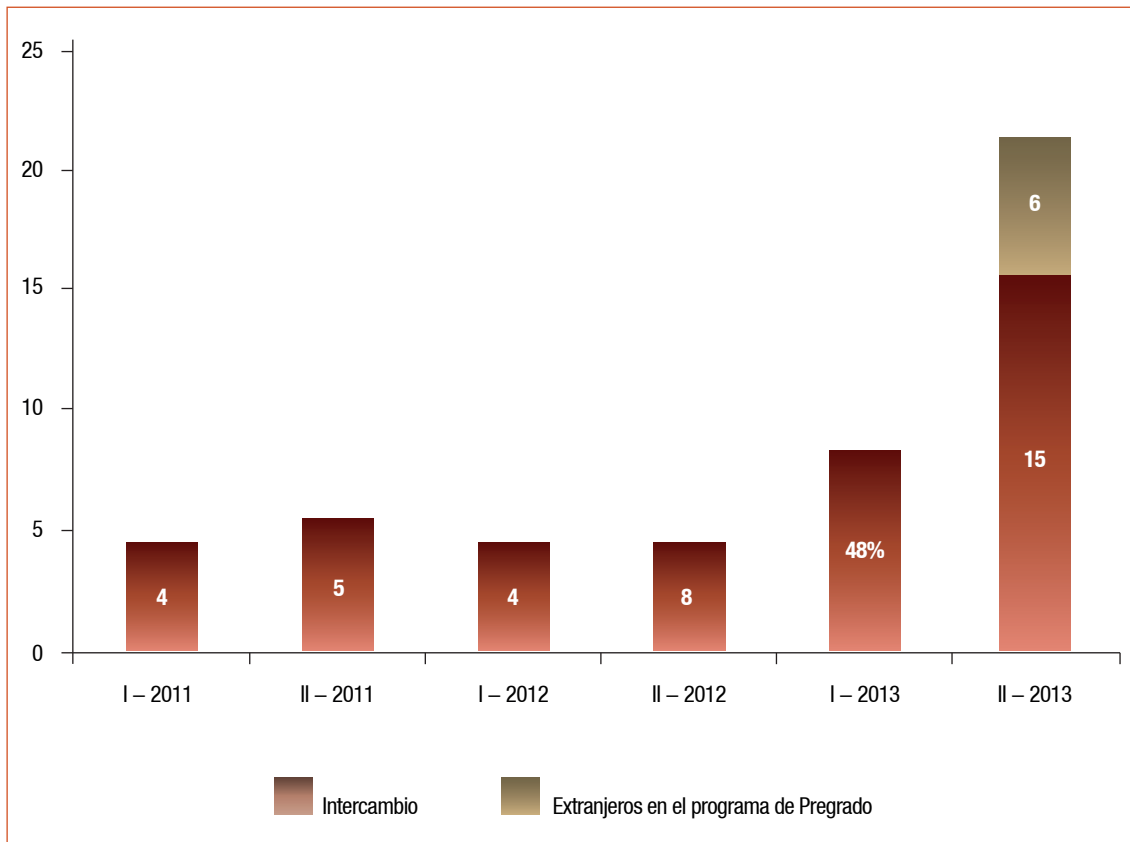
Promoción de bilingüismo en el CESA

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

Estudiantes internacionales en el CESA

Se brindó asesoría y servicio de información para los estudiantes internacionales que querían solicitar admisión al CESA. En colaboración con la Directora de Pregrado, se hizo el proceso de admisión para ocho estudiantes internacionales de modalidad intercambio en el primer semestre, y quince estudiantes en el segundo semestre de 2013. Estas cifras demuestran un crecimiento significativo en relación a las cifras de años anteriores. Para incrementar el número de estudiantes internacionales y la diversidad cultural en el CESA, la ORI continúa con el esfuerzo de promover el CESA como destino para estudiantes internacionales. Como resultado del trabajo cercano con las universidades del exterior, hay un creciente interés por parte de estas de enviar estudiantes al CESA. Se espera que, durante el año 2014, el CESA tenga un mayor número de estudiantes internacionales.

GRÁFICA 8. Estudiantes extranjeros en intercambio



FUENTE: CESA, elaboración propia Oficina de Relaciones Internacionales, 2013.

Visitantes internacionales

Por gestión de varias dependencias en el CESA y de la ORI, han venido varios profesores internacionales para dictar seminarios/ conferencias a la comunidad del CESA. Tanto el Pregrado como los programas de maestría contaron con varios profesores internacionales para dictar cursos para su población de estudiantes. El año 2013 fue muy concurrido en términos de visitas internacionales por parte de profesores y expertos en diferentes temáticas.

De otra parte, a través de los contactos de la ORI, hubo varias conferencias en el CESA a lo largo del año: i) “Global Megatrends: A Snapshot”, conferencia internacional sobre las principales tendencias en el entorno internacional de los negocios, dictada por un profesor internacional de EAE Business School; ii) sobre periodismo en China, ofrecida en conjunto con la Cámara Colombo China de Inversión y Comercio; iii) conferencias del Sr. Thomas Wong, un importante empresario de China, acerca de las oportunidades de negocio en este país; iv) la ORI también prestó colaboración activa a la Cámara Colombo China de Inversión y Comercio para la organización de la conferencia sobre “El Sueño Chino y la Década de Xi Jinping – Reforma de la Economía China y Su impacto en Latino América”; v) conferencia por parte de representantes de la Unión Europea en Colombia sobre oportunidades de comercio exterior para Colombia; y vi) visita y conferencia del Ministro de Empresa de Cataluña sobre Cataluña como puerta de entrada al TLC con Europa.

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, que conocieran más de cerca nuestro proceso de internacionalización y ofrecer charlas informativas acerca de la Institución y sus programas. Entre ellos, se recibieron representantes de universidades de distintos países como Rouen Business School (ahora NEOMA Business School), SKEMA Business School, IESEG School of Management (Francia), University of Maastricht (Holanda), EADA, EAE, European University, La Universidad Internacional de Cataluña y Universidad Francisco Vittoria (España), University of Portsmouth, London School of Economics and Political Science, University of

Bath, Queen Mary University, University of Edinburgh de Escocia (Reino Unido), Duke University- Fuqua School of Business, University of Husson Maine, University of Pennsylvania, California State University Fullerton (CSUF) y Williams College (Estados Unidos), Griffith University y otras universidades en Australia. De la misma forma, se celebraron reuniones con representantes de Tec Monterrey (Mexico), Canadian Bureau for International Education (CBIE), Nova Scotia Community College y la delegación de Carleton University (Canada). El CESA se ha consolidado como destino de visitas de varias delegaciones tanto de universidades como de instituciones bilaterales. Este mismo año, el CESA recibió una delegación de jóvenes coreanos acompañada por el Ministerio de Educación de Colombia, de Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA), para explorar áreas de cooperación y fortalecer lazos con Corea y otras instituciones de educación superior.

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

Durante todo el año la ORI se reunió o participó en reuniones con British Council, *Australian Trade Commission* y Embajada de Estados Unidos, y divulgó algunas convocatorias de becas o estancias de investigación del DAAD y de la embajada de Corea. La Rectoría del CESA también organizó reuniones con la Cámara Colombo China y con la embajada de Corea.

La ORI brindó apoyo al Rector en sus ponencias y conferencias internacionales acerca de educación superior, como, por ejemplo, en la Latin American and the Caribbean Higher Education Conference (LACHEC).

Internacionalización de profesores

La ORI ha brindado apoyo al proceso de selección de profesores internacionales en el CESA y ha coordinado la organización de la capacitación de los docentes del CESA con un profesor internacional (Prof. Brian Till). El Profesor Brian Till ofreció una capacitación sobre diferentes temas; “The Art of Teaching, Experiential Learning and Designing your Course” fue programada por la ORI y financiada por Pregrado.

Presencia en conferencias internacionales sobre educación internacional

A través de la membresía a NAFSA y EAIE, la ORI ha participado en algunas conferencias internacionales, y como resultado ha conseguido nuevos contactos para nuevos acuerdos internacionales con universidades en diferentes partes del mundo. De la misma forma, en estos eventos la ORI ha tenido la oportunidad de reunirse con representantes de las universidades socias para fortalecer lazos. En 2013, fue invitada para participar en una misión académica en Brasil, organizada por el Ministerio de Educación de Colombia, y en el panel internacional de Rouen Business School.

BUSCA (Center for Business Communication Arts)

Los cambios en el perfil del estudiante en el CESA y el cambio al BUSCA

El 2013 fue el año en que la transición de BUSCA empezó a ser realidad con *Advanced Public Speaking* en el primer semestre, e *Intercultural Communication* en el segundo semestre.

Durante la época del Departamento de Inglés, hubo alrededor de 40 estudiantes inscritos en los requisitos de idiomas, y para el 2013 esta cifra se incrementó gracias a la nueva estructura en un 90% para el primer semestre, y 282% para el segundo semestre.

TABLA 6 Estudiantes en requisitos de inglés

| | Requisito I | Requisito II | Requisito III | Requisito IV* | Total Estudiantes |
|---------|-------------|--------------|---------------|---------------|-------------------|
| I-2013 | 66 | n/a | 5 | 5 | 76 |
| II-2013 | 92 | 61 | n/a | n/a | 153 |

*El curso fue eliminado para el TOEFL/IELTS Oficial

Fuente: CESA, elaboración propia BUSCA, 2013.

Cursos de idiomas extranjeros

El uso de Rosetta Stone incrementó durante el año 2013 en los idiomas de portugués y francés, lo que permitió que los estudiantes pudieran mejorar de semestre a semestre.

TABLA 7 Estudiantes de idiomas extranjeros

| | Francés | Portugués | Mandarín | Total estudiantes |
|---------|---------|-----------|----------|-------------------|
| I-2013 | 26 | 26 | 0 | 52 |
| II-2013 | 28 | 28 | 6 | 50 |

FUENTE: CESA, elaboración propia BUSCA, 2013.

También se identificó que es necesario realizar una capacitación más fuerte para el idioma mandarín y el software ayuda bastante al principio con un idioma tan difícil.

Durante el segundo semestre de 2013 se puede observar una gran demanda en los niveles básicos, pero muy poca demanda en los niveles intermedios.

TABLA 8. Estudiantes por idioma

| | Port. I | Port. II | Port. III | Francés I | Francés II | Francés III | Mandarín I | Mandarín II |
|---------|---------|----------|-----------|-----------|------------|-------------|------------|-------------|
| I-2013 | 22 | 4 | 0 | 19 | 3 | 4 | n/a | n/a |
| II-2013 | 11 | 5 | 0 | 14 | 6 | 8 | 4 | 2 |

FUENTE: CESA, elaboración propia BUSCA, 2013.

Medición de habilidades en inglés y otros idiomas

Desde el 2013 se decidió no calificar el nivel de inglés de los estudiantes de primer semestre como se venía haciendo en los años anteriores; solamente se medirá el TOEFL/IELTS oficial a los estudiantes de noveno semestre que se van graduar.

Como se puede observar, el nivel sigue siendo alto: 82% con un nivel B2 y arriba, y otro 9% en el nivel B1. Solamente 9% tenían un nivel deficiente. El plan sigue igual: los estudiantes deficientes van a recibir más atención en las clases de BUSCA y se va a poner más presión para que estudien inglés por fuera durante su carrera.

TABLA 9. Nivel de inglés de los estudiantes

| PERFIL DEL ESTUDIANTE | | | | |
|-----------------------|--------------------------|---------|---------------------|-------------|
| Sem 1: 147 | | | | |
| Sem 2: 148 | | | | |
| Total : 295 | | | | |
| Nivel de inglés (CEF) | Estudiantes por semestre | | Estudiantes por año | Porcentajes |
| | 2013-I | 2013-II | Total 2013 | Total 2013 |
| A1 | 4 | 1 | 5 | 2% |
| A2 | 12 | 8 | 20 | 7% |
| B1 | 20 | 8 | 28 | 9% |
| B2 | 38 | 36 | 74 | 25% |
| C1 | 55 | 64 | 119 | 40% |
| C2 | 18 | 31 | 49 | 17% |

FUENTE: CESA, elaboración propia BUSCA, 2013.

TOEFL oficial

Con la aprobación del MBA, fue necesario ofrecer el TOEFL oficial en la Institución para facilitar el proceso de admisión y que fuera más atractivo a los aspirantes. Con el apoyo del área de Infraestructura, se creó el laboratorio de TOEFL, que fue diseñado y ubicado en la Biblioteca. El Centro tiene capacidad para 16 personas. Adicionalmente, BUSCA sigue con el convenio del British Council para los estudiantes y aspirantes que prefieren este examen.

Centro de apoyo

Como un centro de apoyo, no hubo mayor cambio en la demanda de ayudas para estudiantes con revisiones gramaticales, etc. El gran impacto del centro de apoyo se concentró en la preparación para el TOEFL real.

BUSCA siguió con un fuerte apoyo a los profesores que dictaron en inglés, en términos de asuntos administrativos, disciplinarios y consejo general. Sirvió bastante como un punto de comunicación e información general.

Para la ORI, se contó con 44 estudiantes que tomaron el TOEFL *inhouse* durante el primer semestre, y 68 estudiantes tomaron el TOEFL *inhouse* durante el segundo semestre. Un TOEFL *inhouse* demora entre 2.5 – 3 horas, y por eso se organizaron los grupos con la ORI. En caso de que el grupo continúe creciendo, el próximo semestre se estudiará la posibilidad de horarios de noche o sábados para aplicar el examen.





| | |
|--|-----|
| Posgrados en marketing | 88 |
| Maestría en Dirección de Marketing (MDM) | 89 |
| Especialización en Mercadeo Estratégico (EME) | 102 |
| Posgrados en Finanzas Corporativas | 114 |
| Maestría en Finanzas Corporativas | 120 |
| Investigación | 125 |

3



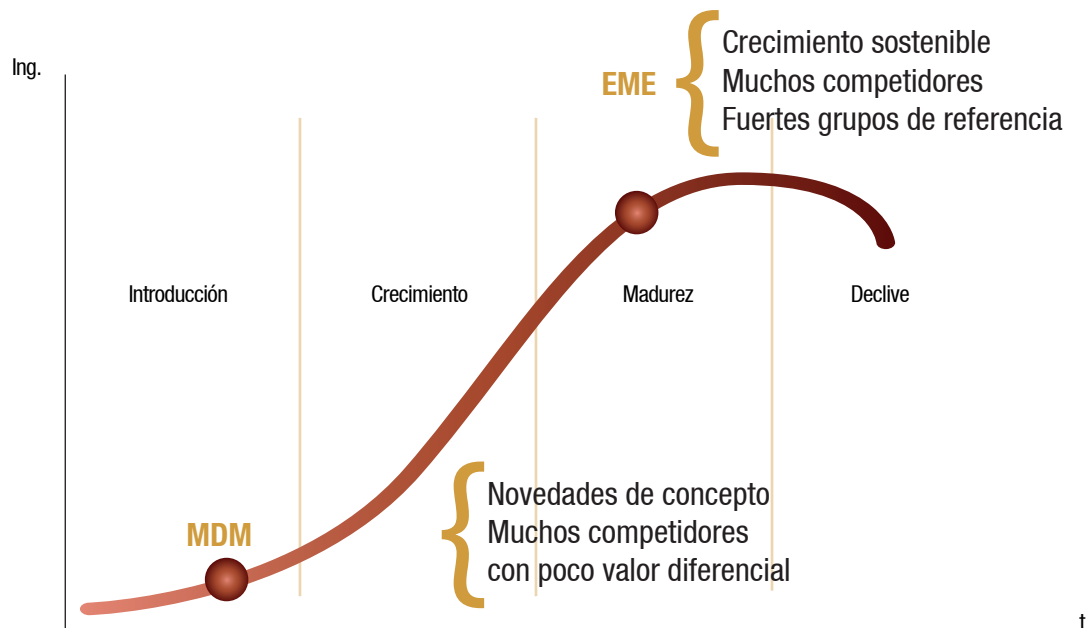
Calidad Académica



Posgrados en marketing

El CESA ofrece dos posgrados en marketing en el mercado educativo colombiano. La Especialización en Mercadeo Estratégico desde 1996 y la Maestría en Dirección de Marketing desde 2013. Cada programa se encuentra en una etapa diferente de su ciclo de vida (ver ilustración 1). La Maestría es un programa joven, que cumple dos años de trayectoria, y que entra a competir con maestrías en mercadeo y MBA en Colombia. En lo referente a la especialización, esta se encuentra en una etapa de madurez; después de 18 años, mantiene su liderazgo en programas similares con un fuerte enfoque en mercadeo y estrategia. Colombia cuenta con 60 especializaciones en mercadeo, y solo doce con la denominación de mercadeo estratégico. La favorabilidad con la que cuenta el programa hace que se atiendan cerca de 100 inscripciones semestrales.

ILUSTRACIÓN 1. Ciclo de vida de los posgrados en marketing



FUENTE: CESA, adaptado de Archivos Internos de la Dirección del Programa de posgrados en Marketing, 2013.

Maestría en Dirección de Marketing (MDM)

Entendemos por dirección de marketing el proceso sistemático de toma de decisiones y la formulación y ejecución de estrategias competitivas en la función de marketing de una empresa. Un director de marketing tiene la fuerza vital creadora, capacidad de realización, deseo de superación y progreso, habilidad innovadora, facilidad para administrar recursos, coraje para enfrentar situaciones adversas e inciertas, actitud mental que orienta positivamente hacia el éxito, aceptación del cambio, convicción de confianza en las propias capacidades, y facilidad para integrar hechos y circunstancias que permitan tomar decisiones en un entorno de incertidumbre.

Por este motivo, el CESA, acorde con su Proyecto Educativo Institucional, y consciente de las crecientes necesidades de formación de profesionales competentes en el área de marketing, ofrece a la comunidad nacional el programa de Maestría en Dirección de Marketing. Cada semestre se abre convocatoria para inscribirse al programa y se ejecuta el proceso de admisión, como se evidencia en la tabla 10:

TABLA 10. Resultados del proceso de inscripción para la Maestría en Dirección de Marketing 2013

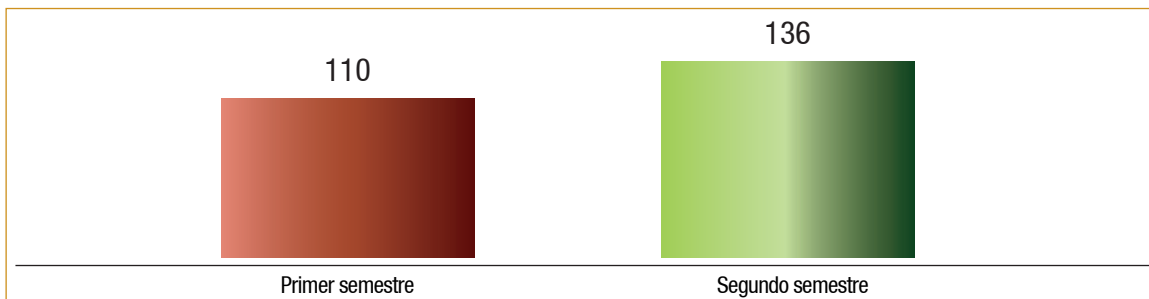
| Descripción | I-2013 | II-2013 |
|-----------------------------------|--------|---------|
| Aspirantes - Nuevos estudiantes | 49 | 53 |
| Aspirantes - Egresados | 10 | 14 |
| Entrevista | 59 | 47 |
| Estudiantes aceptados - Nuevos | 18 | 30 |
| Estudiantes aceptados - Egresados | 10 | 14 |
| Total aceptados | 28 | 44 |
| Estudiantes matriculados | 27 | 38 |

| Descripción | I-2013 | II-2013 |
|----------------------------------|--------|---------|
| Alumnos admitidos/inscritos | 47% | 94% |
| Alumnos matriculados / admitidos | 96% | 86% |

FUENTE: CESA, adaptado de *Boletín Estadístico 2013 de la Dirección de Desarrollo Institucional*, 2013.

Para el primer semestre de 2013 se matricularon 110 alumnos, y en el segundo semestre se presentaron un total de 136 matrículas al programa de maestría.

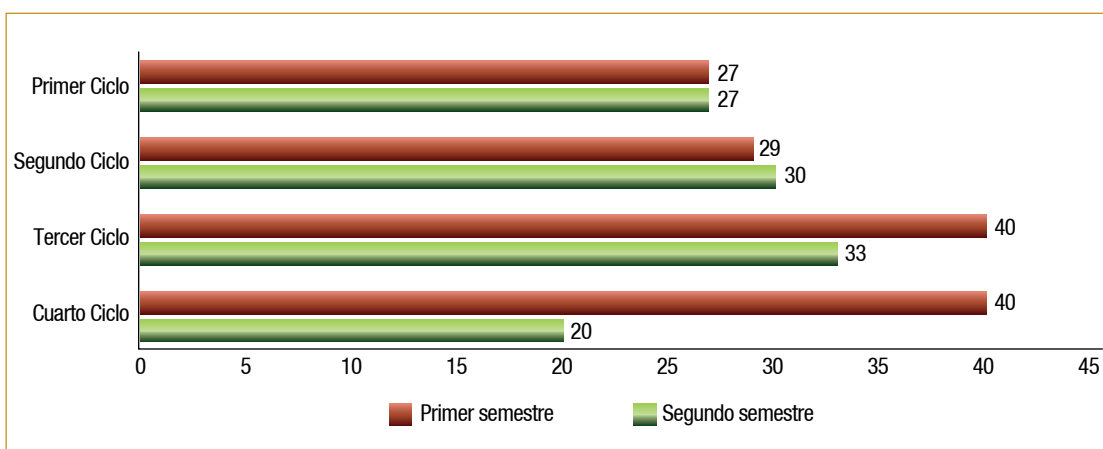
GRÁFICA 9. Población estudiantil en la Maestría en Dirección de Marketing 2013



FUENTE: CESA, elaboración propia con datos de Coordinación de Posgrados en Marketing, 2013.

Para el 2013, el programa tuvo activos los cuatro ciclos académicos que lo componen:

GRÁFICA 10. Número de estudiantes por ciclo académico del programa de maestría 2013



FUENTE: CESA, adaptado de Información Estadística de la Oficina de Registro y Control, 2013.

Cerrando el 2013, el programa de maestría tenía un total de 22 graduados. Este grupo corresponde a egresados de la especialización que optaron por continuar con la maestría.

En el estudio sobre el *Análisis de Competencia Directa e Indirecta de Programas de Maestría en Colombia 2013*, realizado por la Dirección del Programa, se encontró que en Colombia hay un total de 18 programas en el área, 17 son maestrías en mercadeo registradas en SNIES. Entre ellas se destaca la Maestría en Dirección de Marketing del CESA, ya que se diferencia en su objeto de estudio por profundizar en la función de marketing de las empresas. La mayoría de los programas de maestría en mercadeo en Colombia se focalizan en el estudio del comportamiento de compra del consumidor. Como se puede observar en las tablas 11 y 12, la competencia directa son maestrías en mercadeo y la indirecta programas de MBA:

TABLA 11. Análisis de competencia directa de programas de maestría en Colombia 2013

| Universidad | Denominación del Programa | Reconocimiento del Ministerio | Vigencia (Años) | Metodología | Número créditos | Municipio de oferta del programa |
|---|-------------------------------------|-------------------------------|-----------------|-------------|-----------------|----------------------------------|
| ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 48 | ENVIGADO |
| FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ - JORGE TADEO LOZANO | MAESTRÍA EN MERCADEO AGROINDUSTRIAL | N/A | N/A | Presencial | | BOGOTÁ |
| FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ - JORGE TADEO LOZANO | MAESTRÍA EN MERCADEO AGROINDUSTRIAL | Registro calificado | 7 | Presencial | 58 | PASTO |
| FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DEL NORTE - UNIVERSIDAD DEL NORTE | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 60 | B/QUILLA |

| Universidad | Denominación del Programa | Reconocimiento del Ministerio | Vigencia (Años) | Metodología | Número créditos | Municipio de oferta del programa |
|--|------------------------------------|-------------------------------|-----------------|-------------|-----------------|----------------------------------|
| FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ESUMER | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 46 | MEDELLÍN |
| UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 50 | B/QUILLA |
| UNIVERSIDAD DE LOS ANDES | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 42 | BOGOTÁ |
| UNIVERSIDAD DE MANIZALES | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 56 | V/CENCIO |
| UNIVERSIDAD DE MANIZALES | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Virtual | 56 | MANIZALES |
| UNIVERSIDAD DE MANIZALES | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 56 | MANIZALES |
| UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 48 | MEDELLÍN |
| UNIVERSIDAD DE NARIÑO | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 56 | PASTO |
| UNIVERSIDAD EAFIT | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 51 | MEDELLÍN |
| UNIVERSIDAD EAN | MAESTRÍA EN MERCADEO DIGITAL | Registro calificado | 7 | Presencial | 52 | BOGOTÁ |
| UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 58 | BOGOTÁ |
| UNIVERSIDAD ICESI | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 7 | Presencial | 48 | CALI |
| UNIVERSIDAD LIBRE | MAESTRÍA EN MERCADEO | Registro calificado | 5 | Presencial | 49 | CALI |
| COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN | MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE MARKETING | Registro calificado | 7 | Presencial | 52 | BOGOTÁ |

FUENTE: MEN, adaptado de Sistema Nacional de Información para la Educación Superior, 2013.

En lo referente a la competencia indirecta, según el SNIES hay 16 programas de MBA y 60 programas de maestrías en Administración. Para efecto del presente informe, solo se consultaron los programas de MBA.

TABLA 12. Análisis de competencia indirecta de programas de maestría en Colombia 2013

| Universidad | Denominación del Programa | Reconocimiento del Ministerio | Vigencia (Años) | Metodología | Número créditos | Municipio de oferta del programa |
|--|--|-------------------------------|-----------------|-------------|-----------------|----------------------------------|
| COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN- CESA | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA INTERNACIONAL | Registro calificado | 7 | Presencial | 64 | BOGOTÁ |
| FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGO FUNLAM | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 51 | MEDELLÍN |
| UNIVERSIDAD DE LA SABANA | MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 65 | CHÍA |
| UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 48 | CÚCUTA |
| UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 48 | SINCELEJO |
| UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 48 | QUIBDÓ |
| UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 48 | CARTAGENA |
| UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 48 | MEDELLÍN |
| UNIVERSIDAD EAFIT | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 67 | BOGOTÁ |
| UNIVERSIDAD EAFIT | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 67 | ARMENIA |
| UNIVERSIDAD EAFIT | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN GLOBAL – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 67 | MEDELLÍN |
| UNIVERSIDAD EAFIT | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 67 | PEREIRA |

| Universidad | Denominación del Programa | Reconocimiento del Ministerio | Vigencia (Años) | Metodología | Número créditos | Municipio de oferta del programa |
|-------------------------------------|--|-------------------------------|-----------------|-------------|-----------------|----------------------------------|
| UNIVERSIDAD EAN | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE SALUD – MBA EN SALUD | Registro calificado | 7 | Presencial | 52 | BOGOTÁ |
| UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER | MAESTRÍA EN GERENCIA DE NEGOCIOS – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 51 | B/MANGA |
| UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 48 | BOGOTÁ |
| UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA | MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA | Registro calificado | 7 | Presencial | 45 | BOGOTÁ |

FUENTE: MEN, adaptado de Sistema Nacional de Información para la Educación Superior, 2013

Primeros pasos en la internacionalización de la maestría

En el mes de noviembre de 2013 se realizó la visita a las instalaciones de ESIC en Madrid, España. ESIC, Business & Marketing School, tiene un posicionamiento notable en España y en Europa. Su especialidad es el estudio del marketing. Su sede principal queda en el municipio de Pozuelo de Alarcón, muy cerca de la capital.

ILUSTRACIÓN 2. Ingreso al campus de ESIC en Pozuelo de Alarcón



FUENTE: CESA, Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

ILUSTRACIÓN 3. Business & Marketing School



FUENTE: CESA, Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

El grupo de visitantes estuvo conformado por 14 alumnos de la maestría y la directora del programa. Durante dos semanas, los alumnos finalizaron el plan de estudios de la maestría con la asignatura de énfasis en Estrategias de Negocios Digitales, a cargo de profesores de alto nivel en España.

ILUSTRACIÓN 4. Grupo de alumnos que conforman la primera promoción con doble titulación CESA-ESIC



FUENTE: CESA, Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

Durante la estadía en España se programaron dos visitas empresariales. La primera fue con la firma consultora en Branding Saffron, propiedad del gurú Wally Ollins; y la segunda fue una visita cultural a la Ciudad Financiera del Banco Santander.

En la primera se conocieron los casos desarrollados por esta firma de origen londinense liderada por Wally Olins. Olins se ha convertido en uno de los pocos líderes en marketing que entiende la naturaleza de la identidad de las empresas y su impacto en el entorno. Sus conocimientos, experiencias y trayectoria lo convierten en un gurú del *branding* en el ámbito mundial.

ILUSTRACIÓN 5. Alumnos de la maestría durante su visita a Saffron



FUENTE: CESA, Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

En la segunda visita se hizo un recorrido cultural sobre la Ciudad Financiera del Banco Santander. Los avances tecnológicos y las condiciones para mejorar la calidad de vida de sus empleados fueron dos atributos que sorprendieron al grupo de visitantes. El Banco Santander construyó esta ciudad en 2004, en un terreno de 250 hectáreas.

ILUSTRACIÓN 6. Visita cultural a la Ciudad Financiera



FUENTE: CESA, Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

ILUSTRACIÓN 7. Alumnos de la maestría durante su visita a la Ciudad Financiera del Banco Santander



FUENTE: CESA, Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

La experiencia de la visita internacional con la primera promoción permitió evidenciar la fortaleza en el relacionamiento institucional con ESIC en España. Los alumnos aprovecharon el ingreso a este país para hacer un recorrido por las principales ciudades europeas. Los resultados en contenidos de actualidad desde el modelo educativo europeo es una magnífica combinación de dos prácticas pedagógicas compartidas por dos continentes.

ILUSTRACIÓN 8. Primera promoción de la Maestría en Dirección de Marketing con doble titulación

FUENTE: CESA, Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

La alianza estratégica con ESIC refleja resultados favorables para el CESA, dado que cada año es notable su posicionamiento internacional. ESIC Business & Marketing School obtuvo el puesto 16 entre las 20 mejores escuelas de negocio del mundo en la formación de ejecutivos; consiguiendo, además, el cuarto puesto entre las mejores escuelas españolas en el ranking internacional que, por décimo año consecutivo, elabora la prestigiosa revista chilena América Economía (ESIC Business & Marketing School, 2013). Relevantes medios de comunicación nacional e internacional, así como otras instituciones de prestigio, han valorado la calidad de los programas de ESIC y han reconocido su liderazgo, situándola en las listas de los rankings en los primeros puestos.

TABLA 13. Ranking Internacional de los programas de ESIC año 2013

| Publicación | Tipo | Fecha | Clasificación/Reconocimiento |
|------------------|---|-------|--|
| América Economía | Executive Education | 2013 | ESIC se posiciona 16a Escuela de Negocio del Mundo |
| El Mundo | Posgrados especializados | 2013 | 1er Puesto. Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (GESCO) |
| QS | QS GLOBAL 200 Business Schools Report 2013/2014 | 2013 | Los MBA de ESIC se sitúan en la 23a posición a nivel internacional |
| Merco España | Ranking Merco Empresas | 2013 | ESIC es la 4a Escuela de Negocios con mejor reputación |
| CNN Expansión | MBA Ranking | 2013 | Reconocimiento MBA |

FUENTE: ESIC, adaptado de Relaciones Institucionales, 2013.

Un atributo importante en este proceso de internacionalización del programa de maestría es la vinculación de profesores visitantes, independiente del programa en convenio. En 2013 nos acompañaron:

TABLA 14 Profesores internacionales visitantes al programa de maestría 2013

| Profesor internacional | Tópico de marketing |
|------------------------|--------------------------|
| Néstor Braidot | Neuromarketing |
| Manuel Tessi | Comunicación Corporativa |
| Claudio Pizarro | Gestión de Retail |
| Andy Stalman | Brandoffon |

FUENTE: CESA, adaptado de Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

■ Especialización en **Mercadeo Estratégico (EME)**

En el CESA entendemos el mercadeo estratégico como una forma extraordinariamente efectiva de crear valor diferencial para los clientes. En este sentido, el programa de especialización tiene como propósito desarrollar las siguientes competencias en nuestros alumnos:

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

TABLA 15 Programas de Especialización en Mercadeo Estratégico y Gerencia de Mercadeo Estratégico con registro calificado ofrecidos por instituciones universitarias nacionales 2013

| Universidad | Denominación del Programa | Reconocimiento del Ministerio | Vigencia (Años) | Metodología | Número créditos | Municipio de oferta del programa |
|--|--|-------------------------------|-----------------|-------------|-----------------|----------------------------------|
| COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN- CESA | ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO ESTRATÉGICO | Registro calificado | 5 | Presencial | 34 | BOGOTÁ |
| CORPORACIÓN UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA | ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO | Registro calificado | 7 | Presencial | 28 | BOGOTÁ |
| CORPORACIÓN UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA | ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO | Registro calificado | 7 | Virtual | 28 | BOGOTÁ |
| FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE SAN GIL - UNISANGIL | ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO ESTRATÉGICO | Registro calificado | 7 | Presencial | 30 | SAN GIL |
| FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA | ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO ESTRATÉGICO | Registro calificado | 5 | Presencial | 26 | BOGOTÁ |
| FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA | ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO ESTRATÉGICO DE SERVICIOS | Registro calificado | 7 | Presencial | 27 | PEREIRA |
| FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGO FUNLAM | ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO ESTRATÉGICO | Registro calificado | 7 | Presencial | 30 | MEDELLÍN |
| INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA SALAZAR Y HERRERA | ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO | Registro calificado | 7 | Presencial | 32 | MEDELLÍN |
| UNIVERSIDAD DEL SINU - ELIAS BECHARA ZAINUM - UNISINU | ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO | N/A | N/A | Presencial | N/A | MONTERÍA |
| UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR | ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO | N/A | N/A | Presencial | N/A | B/QUILLA |

| Universidad | Denominación del Programa | Reconocimiento del Ministerio | Vigencia (Años) | Metodología | Número créditos | Municipio de oferta del programa |
|---------------------------|---|-------------------------------|-----------------|-------------|-----------------|----------------------------------|
| UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR | ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO | N/A | N/A | Presencial | N/A | B/QUILLA |
| UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA | ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO | Registro calificado | 5 | Presencial | 26 | NEIVA |

FUENTE: MEN, adaptado de Sistema Nacional de Información de la Educación Superior, 2013.

Los estudiantes de la Especialización en Mercadeo Estratégico son el eje central del desarrollo del programa. Su proceso de enseñanza-aprendizaje es fundamental en la construcción de currículo. Desde la admisión y el ingreso, pasando por la permanencia y llegando a la graduación, los estudiantes y profesores son artífices de un modelo educativo contextualizado en una efectiva mezcla entre lo teórico y lo práctico. Cada semestre se abre convocatoria para inscribirse al programa y se ejecuta el proceso de admisión, como se evidencia en la tabla 16:

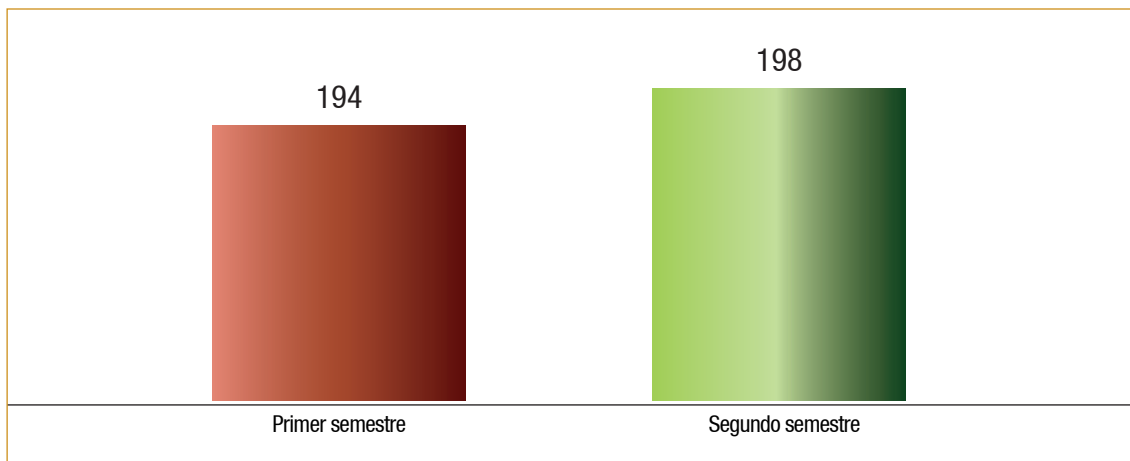
TABLA 16. Resultados del proceso de inscripción para la Especialización en Mercadeo Estratégico 2013

| Descripción | I-2013 | II-2013 |
|---------------------------------|--------|---------|
| Aspirantes | 122 | 132 |
| Entrevistas | 102 | 108 |
| Estudiantes aceptados | 64 | 67 |
| Estudiantes matriculados | 56 | 66 |
| Alumnos admitidos/inscritos | 63% | 62% |
| Alumnos matriculados /admitidos | 88% | 99% |

FUENTE: CESA, adaptado de Boletín Estadístico 2013 de la Dirección de Desarrollo Institucional, 2013.

Para el primer semestre de 2013 se matricularon 194 alumnos, y en el segundo semestre se registraron un total de 198 matrículas al programa de especialización.

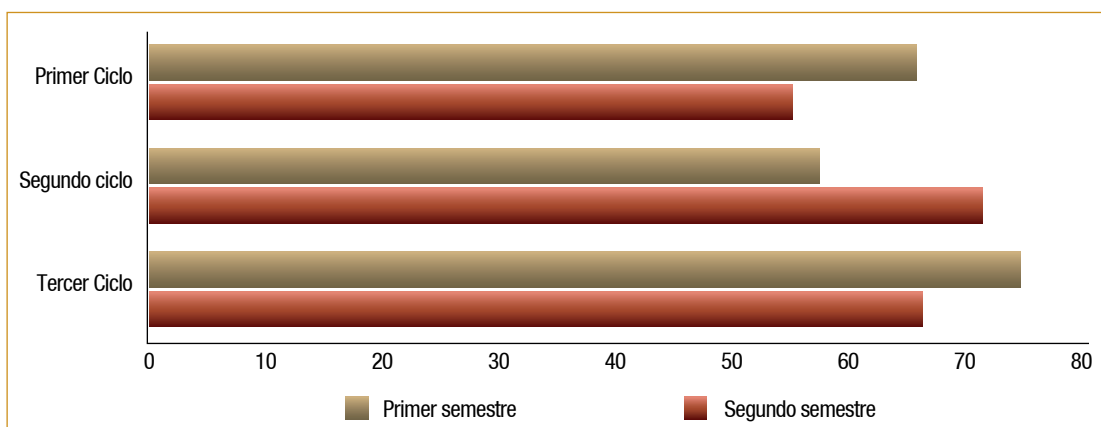
GRÁFICA 11. Población estudiantil en la Especialización en Mercadeo Estratégico 2013



FUENTE: CESA, adaptado de Boletín Estadístico 2013 de la Dirección de Desarrollo Institucional, 2013.

El programa de especialización tiene un total de 34 créditos, es decir, el plan de estudios tiene una duración de 15 meses y está compuesto por tres ciclos académicos: tres semestres.

GRÁFICA 12. Número de estudiantes por ciclo académico del programa de especialización 2013



FUENTE: CESA, adaptado de Información Estadística de la Oficina de Registro y Control, 2013.

Los resultados en términos de deserción y retención estudiantil se mejoraron notablemente. A diciembre de 2013, el programa de especialización tenía un total de 1.676 graduados.

La especialización en el marco de la globalización

La creación y consolidación del programa de profesores visitantes ha permitido que la especialización fortalezca su calidad académica y pueda ofertar cursos electivos, donde se promueven contenidos de última generación en marketing a cargo de profesores internacionales que participan como conferencistas. Los siguientes profesores fueron invitados durante 2013:

TABLA 17. Profesores internacionales visitantes al programa de especialización 2013

| Profesor internacional | Tópico de marketing |
|------------------------|---|
| Néstor Braidot | Neuromarketing |
| Brian Till | Building Strong Brands |
| Manuel Tessi | Management de la Comunicación interna |
| Claudio Pizarro | Gestión de Retail |
| Fernando Ansurez | Tendencias que demuestran que el consumidor es el medio en un mundo digital |
| Hugo Brunetta | Customer Experience Management |
| Andy Stalman | Brandoffon |

FUENTE: CESA, adaptado de Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

Durante el 2013 se firmó el convenio con la Universidad del Pacífico de Perú, una de las mejores escuelas de negocios en Latinoamérica. La duración del convenio es de tres años, y su propósito es acordar un marco general de cooperación institucional que conlleve a la realización de actividades conjuntas como las siguientes:

- Intercambio de estudiantes y profesores.
- Intercambio de información y material bibliográfico.
- Intercambio de investigaciones y estudios.
- Realización conjunta de investigaciones.
- Realización de eventos académicos, conferencias, seminarios, charlas, y cursos relacionados con los aspectos económicos y sociales de interés para ambas instituciones.
- Realización de viajes de estudios.

Valor extraordinario en el currículum de los posgrados en marketing

El 2013 fue un año propositivo y de alta ejecución; se incorporaron las visitas empresariales. Entre ellas, cabe destacar la visita a La Recetta, empresa del grupo Nutresa. Guillermo Rocha, gerente general, fue el anfitrión de la visita en el mes de octubre, que fue realizada por el Grupo 35B de la Especialización en Mercadeo Estratégico.

Se realizaron nueve cursos libres a los alumnos de los dos posgrados en marketing.

TABLA 18. Cursos libres posgrados en marketing 2013

| Profesor | Tópico de marketing |
|----------------------|--|
| José Roberto Herrera | Derecho, mercadeo y publicidad |
| Walter Schupnik | Estrategia de promoción de ventas |
| Julián Posse | Negociación |
| Armando Barrios | Estrategia y modelos de negocio |
| Manuel Tessi | Management de la comunicación interna |
| Rubén Baena | Diseño e implementación del plan de acciones comerciales |
| Lina María Echeverri | Tips y técnicas en investigación de mercados |
| Javier Cadena | Estrategias de fijación de precios |
| Andy Stalman | Brandoffon |

FUENTE: CESA, adaptado de Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

Cursos relacionados no solo con la disciplina de estudio sino con su bienestar fueron parte central de la oferta académica. Con el apoyo de la Dirección de Bienestar del CESA, se ofertaron con éxito los cursos de cocina y enología.

Adicional a los cursos, se realizaron cinco eventos con un gran impacto en estudiantes y egresados de los posgrados:

- 1. FORO MARKETING MOBILE – ALIANZA CESA Y REVISTA P&M [26.09.2013].** Conversatorio dedicado a tratar temas de actualidad en marketing. En el conversatorio se trataron temas como la definición del marketing mobile, cuáles son sus usos, alcances, requerimientos y funcionalidad para el sector de la publicidad y el mercadeo. Nohra Ramírez, Directora Editorial; y José Ignacio Ardila, Director del Área

Digital de P&M, fueron los encargados de moderar la conversación, en la cual participaron los expertos Rodrigo Bolívar, Vicepresidente creativo del grupo DDB; y Juan Guillermo Vélez, CEO de Virgin Mobile Colombia.

2. **CESA DIGITAL DAY [29.08.2013]**. Fue un día dedicado a conocer y discutir las principales novedades y tendencias del mundo digital en Colombia y en Latinoamérica. Participaron ponentes, profesionales de reconocimiento nacional e internacional que compartieron, más que conceptos, casos y experiencias propias relacionadas con el marketing digital. Esta segunda edición tuvo un enfoque de prospectiva, de comprender hacia dónde va la industria digital en nuestro país y las tendencias que debemos considerar para lograr ejecuciones exitosas. Se desarrollaron cuatro temas:

Conferencia 1. Prospectiva digital, hacia dónde va la industria

Exposición de casos prácticos y muestra de cómo opera

Expositor: Tuyo Isaza

Director Estratégico de BRM

Conferencia 2. Una visión diferente de los medios Digitales

(POE) Medios propios, pagos y ganados

Los medios propios, pagos y ganados

Expositor: Sandra Soledad Martínez Morales

Directora Digital Mindshare Colombia

Conferencia 3. Connect & Collaborate

Cambios en los modelos de comando y control

Expositor: Juan Felipe Castaño Velásquez

Chief Creative Strategist Platafor.ma

Conferencia 4. Ideal

En la búsqueda del territorio desconocido

Expositor: Matías Jaramillo Von Lojewski

Director Creativo Digital Ogilvy One

ILUSTRACIÓN 9. CESA Digital Day 2013



FUENTE: CESA, adaptado de Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

3. PREMIO A LA INNOVACIÓN EN MERCADEO [15.09.2013].

En el segundo semestre de 2013 se hizo el lanzamiento del Premio a la Innovación en Mercadeo. En una renovada prueba de producto, los alumnos de la Especialización en Mercadeo Estratégico compitieron por la premiación. Se realizaron dos pruebas por semestre. Las Pruebas de Producto fueron una demostración de la innovación que se

está dando dentro del CESA, pues todos los productos eran únicos y nuevos en Colombia y fueron calificados por el público con base en su nivel de originalidad e innovación. Los productos fueron resultado de un proceso de cuatro semanas de la asignatura Gerencia de Producto, del segundo ciclo de la especialización. Los estudiantes perfeccionaron varios conceptos, y luego, a través del tamizado de ideas y la aplicación de encuestas, definieron cuál era más viable. Finalmente, desarrollaron el producto, su respectiva campaña publicitaria y de marketing, y lo lanzaron en la Feria. Los ganadores del Premio a la Innovación en Mercadeo en el segundo semestre fueron:



TABLA 19. Ganadores del Premio a la Innovación en Mercadeo 2013

| Producto | Estudiantes |
|--|---|
| 2Heels: un zapato con tacón convertible, es decir, el tacón alto se convierte en tacón bajo o “valeta” con un solo clic. | María Alexandra Reyes, Sofía Durán, Adriana Mendieta, Ivonne Mallorca y Angélica Daza |
| Easy Wall: paneles tridimensionales para recubrimientos de paredes y acabados interiores. Logró atrapar la atención de los más de 200 asistentes, quienes por votación le otorgaron el primer lugar. | Daniel Báez, Leonardo Simbaqueba, Álvaro Díaz y Felipe Reyes |

FUENTE: CESA, adaptado de Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing, 2013.

4. **WALLY OLINS, EL GURÚ DEL BRANDING EN EL CESA**

[12.11.2013]. En pocas ocasiones se tiene la oportunidad de conocer a una leyenda del marketing y de las comunicaciones como lo es Wally Olins. Su dedicación y entusiasmo ha logrado transformaciones importantes en las prácticas empresariales de grandes compañías. Motivó a los profesionales en marketing a pensar y a amar el *branding*, a definir estrategias inteligentes en la construcción de una marca que lograra evolucionar la empresa y el mercado. Olins se ha convertido en uno de los pocos líderes en marketing que entiende la naturaleza de la identidad de las empresas y su impacto en el entorno. Sus conocimientos, experiencias y trayectoria lo convierten en un gurú del *branding* en el ámbito mundial. En una sesión privada y exclusiva para el CESA, Wally Olins dio una conferencia sobre el futuro de las marcas.

5. **MR. BRANDING [25.11.2013].**

Por primera vez y en exclusiva para el CESA Andy Stalman, conocido como Mr. Branding, ofreció un seminario que invitó a los alumnos de posgrado en marketing a entender la importancia del *branding* en el actual entorno competitivo. Stalman es experto en identidad y creación de marcas, con más de

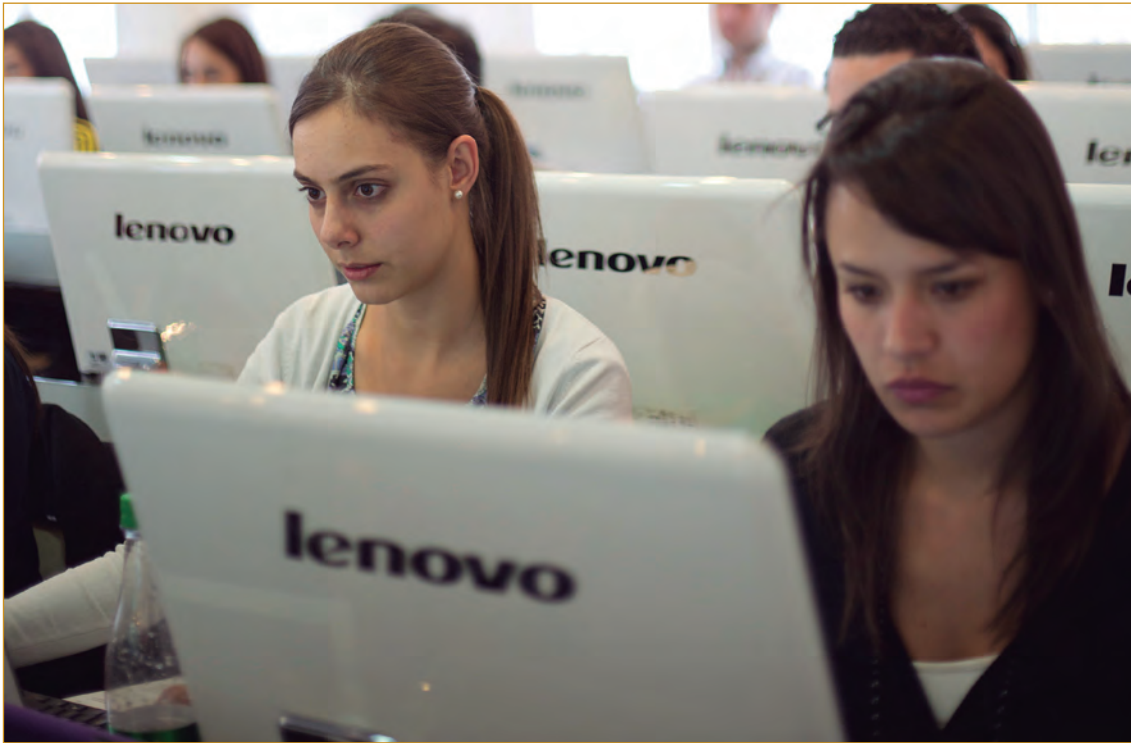
20 años de experiencia, y ha desarrollado proyectos en más de 25 países. Es profesor del Executive MBA del Instituto de Empresa (IE) y actualmente es Director de Cato Partners Europe.

“El 2013 fue un año de oportunidades.

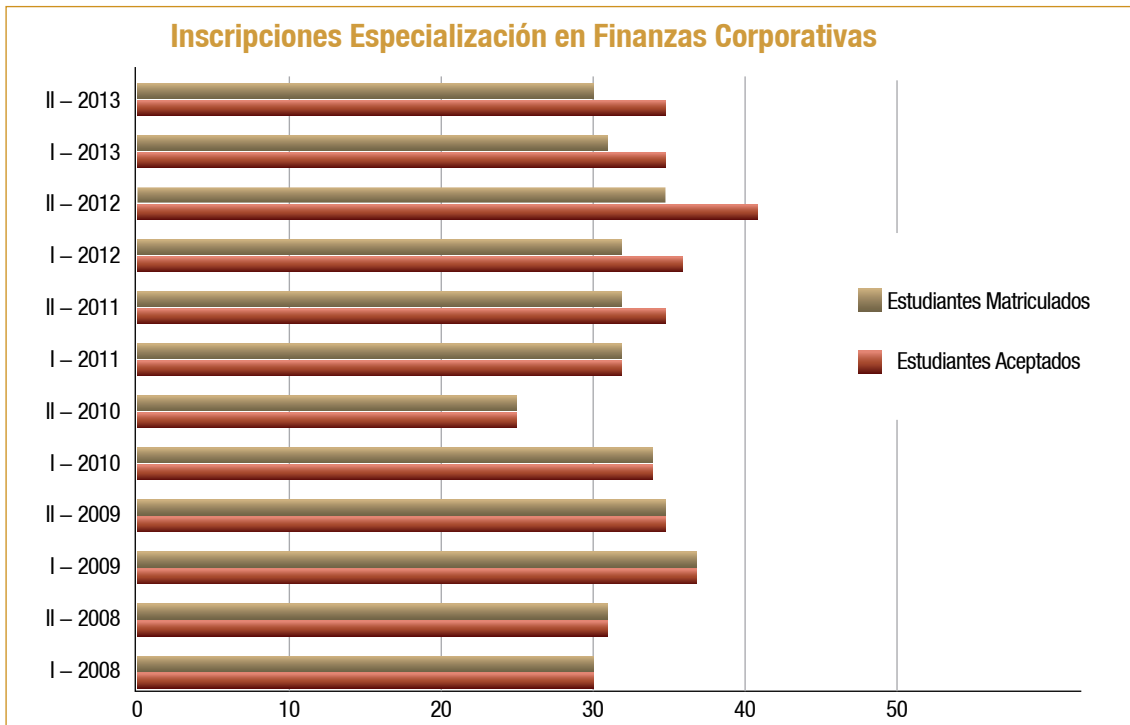
Un año en que los posgrados de marketing confirmaron la razón de su existencia. Un año en que la formación en marketing mostró relevancia en el campo profesional. La fuerza con la que el CESA ha consolidado sus programas y ser reconocida como la mejor en marketing, solo se evidencia en las expresiones de quienes aspiran a titularse en nuestra institución”.



■ Posgrados en Finanzas Corporativas Especialización en Finanzas Corporativas



En términos generales, el tamaño de los nuevos grupos está en un promedio de 30 alumnos. La relación de aceptados dividido por aspirantes se encuentra, en el primer semestre de 2013, en 75%; y para el segundo semestre, en 50%. En el año 2013, de los 70 alumnos aceptados se matricularon finalmente 61; es decir, el 87%.

GRÁFICA 13 Inscripciones Especialización en Finanzas Corporativas

FUENTE: CESA, adaptado de Boletín Estadístico 2013 de la Dirección de Desarrollo Institucional, 2013.

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

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

Grados en el 2013:

Se graduaron 31 estudiantes en marzo de 2013 de la promoción 31, y de la promoción 32 se graduaron en septiembre 32 alumnos.

Grupo 33:

Esta cohorte comenzó sus estudios en julio de 2012. Son 35 alumnos que completaron sus estudios en noviembre de 2013 y estarán para graduarse en marzo de 2014.

Grupo 34:

Corresponde a 31 alumnos, quienes terminarán el programa en junio de 2014, quedando pendientes 11 créditos para cubrir la totalidad de la exigencia académica.

Actualmente, además del grupo 34 están cursando otros dos grupos el programa, a saber: cohorte 35 y 36, con 30 y 32 alumnos respectivamente.

Currículos

En el Consejo Académico se decidió no continuar con la exigencia académica en cuanto a la elaboración de un trabajo de grado, y estos tres créditos fueron reemplazados por la materia Estrategia Corporativa, muy importante desde la perspectiva de la formación administrativa de nuestros profesionales.

A mediados de 2013 se contrataron los servicios profesionales del Dr. Francisco Venegas, Ph.D. profesor Internacional con sede en el Politécnico Nacional de México, exdecano fundador de los programas de posgrado de EGADE del Instituto Tecnológico de Monterrey, con el fin de examinar los programas académicos tanto

de la Especialización así como los de la Maestría en Finanzas Corporativas dentro del programa de Autoevaluación y revisión de malla curricular del CESA.

El informe arrojó resultados altamente satisfactorios puesto que los ajustes a los contenidos de los dos programas, así como la bibliografía y profesores empleados, fueron mínimos.



Profesores

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

Profesores del Posgrado en Finanzas Corporativas

- José Ricardo Romero Avilez
- Werner Zitzman Riedler- Planta
- Carlos Felipe Serrano
- Bernardo León Camacho
- Fernando Eduardo Suescun Mutis
- Carlos Fradique
- Clara Bruckner Borrero
- Juan Pablo Rodríguez Cárdenas
- José Roberto Acosta
- Javier Cadena
- Jaime Ricaurte J.
- Ana María Ricaurte
- Esperanza Hernández
- Mauricio Rojas
- Carlos Gustavo Cano
- Juan Santiago Correa
- Alexander Guzmán- Planta
- Ricardo Salas
- Carlos Huertas
- Arturo Riaño
- Armando Barrios
- José Luis Sandoval
- Juan Carlos Jaramillo

Profesores internacionales

Se han hecho contactos muy importantes a nivel internacional con el fin de enriquecer el abanico de conferencistas de otras universidades del exterior y consultores inmersos en el mundo de las finanzas corporativas:

- Francisco Venegas (UNAM)
- Eduardo Herrera
- Simón Benninga
- Roberto Santillán (EGADE)
- Lorenzo Dávila

Renovación del registro calificado

El MEN, una vez realizada la visita de los pares durante el último trimestre de 2012 para la renovación del registro calificado, le otorgó al programa de la Especialización en Finanzas Corporativas otros siete años.

■ Maestría en Finanzas Corporativas

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

Este programa viene funcionando desde el segundo semestre de 2011, fecha en la cual se inició con la primera promoción. Las estadísticas de los respectivos grupos se explican a continuación:



TABLA 20 Admisiones programa en Maestría en Finanzas

| | II-2011 | I-2012 | II-2012 | I-2013 | II-2013 |
|-----------------------------------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Entrevista | 37 | 52 | 41 | 67 | 48 |
| Estudiantes aceptados - nuevos | 18 | 28 | 34 | 35 | 35 |
| Estudiantes aceptados - egresados | 17 | 13 | 6 | 11 | 4 |
| Total aceptados | 35 | 41 | 40 | 46 | 39 |
| Matriculados | 34 | 38 | 36 | 42 | 34 |
| Alumnos admitidos/inscritos | 95% | 79% | 98% | 69% | 81% |
| Alumnos matriculados /admitidos | 97% | 93% | 90% | 91% | 87% |

FUENTE: CESA, adaptado de Boletín Estadístico 2013 de la Dirección de Desarrollo Institucional, 2013.

La composición del alumnado de la Maestría en Finanzas Corporativas por procedencia:

TABLA 21 Alumnos de la especialización por universidad de procedencia

| | II-2011 | I-2012 | II-2012 | I-2013 | II-2013 |
|-----------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Javeriana | 2 | 7 | 3 | 11 | 6 |
| CESA | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 |
| Andes | 6 | 8 | 3 | 2 | 1 |
| Rosario | 5 | 2 | 3 | 1 | 4 |
| Externado | 4 | 5 | 9 | 9 | 3 |
| Otras | 15 | 14 | 15 | 15 | 15 |
| | 35 | 40 | 35 | 42 | 34 |

FUENTE: CESA, adaptado de Boletín Estadístico 2013 de la Dirección de Desarrollo Institucional, 2013.

OTROS TEMAS A DESTACAR

- El director del Posgrado de Finanzas continúa como miembro principal en el Consejo Académico del Autoregulador del Mercado de Valores desde principios del año 2011, por un periodo de tres años, y acaba de ser ratificado por periodo adicional de un año a petición de la AMV. Adicionalmente, forma parte del Comité Técnico de BRC Services de Colombia.

- A inicios de 2013 el Director del Posgrado de Finanzas Corporativas fue invitado por segunda vez por la Universidad de Tel Aviv a participar con un grupo de estudiantes en la “Case Competition” versión 2013.
- En esta ocasión, con base en la experiencia adquirida en la competencia anterior en el año 2011, la dirección del programa de Finanzas Corporativas decidió conformar un grupo de estudiantes provenientes del Posgrado de Marketing y del Posgrado de Finanzas Corporativas, en razón de la orientación estratégica de los casos que son materia de competencia. Para este efecto se invitó al Dr. Armando Barrios para impartir un seminario intenso sobre temas de Estrategias Corporativas, el cual se llevó a cabo tres semanas antes del viaje.
- En el mes de mayo viajaron a Tel Aviv los alumnos: Daniel Obregón y Fritz Bischoff, de Finanzas; y Daniel Artunduaga y Camilo Argüello de la Maestría en Dirección de Marketing, en compañía del Director, Werner Zitzmann. El 19 de mayo se dio inicio a la competencia en las instalaciones de la escuela Recanati Business School, con la participación de escuelas de negocios de diferentes partes del mundo, estudiantes y profesores acompañantes.
- El día 19, una vez recibido el caso correspondiente a una multinacional israelí, el grupo fue llevado a las instalaciones de la empresa con el fin de conocer el proceso de producción y recibir retroalimentación de parte de los directivos de esta compañía.
- Durante dos días los alumnos participantes debían resolver el caso y presentar sus soluciones al director de la competencia.

- El miércoles 22 se llevaron a cabo las presentaciones de todas las universidades en grupos de a tres, y los jueces fueron los profesores acompañantes de las otras universidades. De la ronda inicial salieron tres finalistas, los cuales, en la tarde, tuvieron que presentar nuevamente ante el grupo del total de los jueces. De este último grupo salió seleccionado el ganador de la competencia del año 2013, correspondiente a la Universidad UCLA de California, ganador por segunda vez del certamen.

La experiencia de participar en este evento arrojó como resultado la iniciativa de suprimir los trabajos de grado en la Especialización en Finanzas Corporativas y proporcionarle a los alumnos una experiencia de inmersión en los temas de Estrategia Corporativa, dado que el foco netamente financiero puede complementarse, aunque sea breve, con un tema importante como es disponer de herramientas conceptuales académicas para la toma de decisiones gerenciales.

Uno de los participantes dejó las siguientes anotaciones:

SOFAER CASE COMPETITION –Daniel Obregón

“Haber tenido la oportunidad de estar en una competencia de casos de MBA de varios países del mundo fue altamente gratificante. La experiencia de principio a fin tuvo una exigencia notoria en el nivel de concentración y dedicación para poder atender los criterios de evaluación requeridos.

Todo el tiempo estuvimos ansiosos por conocer el nombre de la empresa que nos sería asignada y, aunque no teníamos ningún indicio

del sector, sí preferíamos empresa del sector tecnológico. La preparación incluyó algunas sesiones con el Dr. Barrios, experto en estrategia, quien nos brindó el marco teórico para sentar nuestras bases.

El hecho de haber conformado un grupo multidisciplinario realmente nutrió la experiencia, generando complementariedad en todos los análisis en la medida que el caso se fue desarrollando. El CESA, en la medida de lo posible, debería seguir adoptando este criterio en la escogencia de los futuros competidores para conformar un grupo robusto y competente...

¡En definitiva, es una oportunidad que recomiendo sea tomada porque es una experiencia inolvidable!”



Investigación

El CESA entiende la investigación como un medio privilegiado para la realización de su Misión de formación de los mejores líderes empresariales, pues una formación de excelencia en el mundo actual y de cara al futuro supone, ante todo, por una parte, manejar el conocimiento de punta y, por otra, desarrollar la capacidad de aprender para mantenerse actualizado y estar así en permanente disposición de utilizar el mejor conocimiento disponible en la práctica de la administración.

El hecho de que el CESA sea una escuela de administración de empresas acota de manera clara el campo del conocimiento objeto de investigación: la realidad empresarial colombiana y su contexto nacional e internacional. Es decir, es una investigación enfocada a conocer a fondo, de manera crítica y creativa, las prácticas empresariales colombianas, sus modalidades, su eficiencia, su eficacia, su historia, su competitividad internacional, sus motivaciones y su ética, entre otros, por medio de la utilización de las mejores prácticas científicas, pues es claro que Colombia adolece de un inmenso desconocimiento científico de su mundo empresarial.

En suma, la práctica de la investigación genera un incuestionable valor agregado tanto para la formación de los estudiantes del CESA y, por consiguiente, para el desarrollo de la Misión institucional, como para la sociedad en general y el mundo empresarial en particular. Esto, sin duda, contribuye a validar y legitimar la existencia de la Institución en la sociedad, para hacer de ella una entidad socialmente responsable.

En este orden de ideas, el CESA creó el Grupo de Investigación en Innovación y Gestión Empresarial en agosto de 2005, con el propósito de establecer y fortalecer una comunidad académica dedicada al estudio de las organizaciones. En la actualidad, el grupo reúne sus proyectos en la línea de investigación en Finanzas, coordinada por María Andrea Trujillo; la línea de Mercadeo, coordinada por Lina María Echeverri; la de Globalización y Gestión, coordinada por Edgar Vieira; y la de Economía, coordinada por Juan Santiago Correa.

En paralelo al desarrollo del grupo de investigación, se ha consolidado el sello editorial en el CESA como una fortaleza en la capacidad de gestionar y poner a disposición de la comunidad académica conocimiento nuevo y pertinente a la realidad empresarial. Como consecuencia de este proceso, la Editorial CESA fue reconocida por Colciencias en el 2013 como una organización capaz de garantizar la calidad científica y académica de sus publicaciones.

La producción del Grupo ha venido mostrando, en los últimos tres años, una recomposición hacia aquellos de mayor exigencia académica (artículos en revistas indizadas nacional o internacionalmente y libros de investigación), sin perjuicio de continuar trabajando en aquellos productos que garantizan una divulgación mayor a un público más amplio. De la misma manera, se ha avanzado en los procesos de mejora de la visibilidad de la investigación en el ámbito internacional mediante la presentación de ponencias en congresos de alto nivel y la publicación de artículos en revistas internacionales en los cuartiles más altos de índices como ISI o Scopus.

En la actualidad, el mayor peso relativo en producción lo tienen las líneas de Economía (31%), Marketing (26%) y Finanzas (30%), lo cual ha permitido, en los últimos tres años, la creación y puesta en marcha de las maestrías en Finanzas en Finanzas Corporativas, en Dirección de Marketing y el MBA Internacional. En conjunto, se pueden apreciar los resultados en la consolidación de los procesos de investigación en los últimos años.

Los retos más importantes en 2014 estarán en la estabilización de la volatilidad en la producción, con el fin de lograr una mayor estabilidad de mediano y largo plazo. Así mismo, continuar fortaleciendo la producción de la línea de investigación en Globalización y Gestión, con producción científica y de análisis del entorno internacional, en particular de los tratados de libre comercio que ha firmado Colombia en los últimos años.

Publicaciones



A continuación se muestran las publicaciones del Grupo durante 2013:

LIBROS EDITORIAL NACIONAL

Restrepo Torres, Marta Lucía (2013). *Mística por el cliente: Caso Colpatria sobre CRM y gestión de clientes*. Bogotá: Editorial CESA, ISBN: 978-958-8722-37-5.

PUBLICACIONES SERIADAS INTERNACIONALES

Cayón, Edgardo, Sarmiento, Julio, Villegas, Daniel, Hoyos, Alejandro, Altamar, Juan D. "Economic News and Colombian Sovereign Bonds" *International Research Journals of Economics and Finance* May 2013, vol. 109 156-167 ISSN 1450-2887.

Cayón, Edgardo. Financial autarchy as contagion protection: The case of Colombian pension funds. *Emerging markets, finance and trade*. Special issue (forthcoming).

Correa, Juan Santiago (sept. 2013). Reseña Empresariado colombiano en Colombia: perspectiva histórica y regional. *Business History* (doi:10.1080/00076791.2013.828423) 1-2.

Lina María Echeverri y Christian Estay-Niculcar (2013). El Rol del Turismo en la Consolidación de la Marca País de Argentina. *Revista Científica Visión de Futuro*, 2(17), 186-199. ISSN: 1668 – 8708.

Echeverri, L. Estay-Niculcar, C. Santamaría, J. y Herrera, C. (2013). Desarrollo de marca país y turismo: el caso de estudio de México. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(6), 1121-1139. ISSN: 1851-1732.

Trujillo, María Andrea, Guzmán, Alexander, González, Maximiliano, Pombo, Carlos (2013). Family firms and debt: risk aversion versus risk of losing control. *Journal of Business Research*, 66(11), ISSN: 0148-2963.

Trujillo, María Andrea, Alexander Guzmán, Urbi Garay y Maximiliano González (2013). Internet-based corporate disclosure and market value: evidence from Latin America. *Emerging Markets Review*, 17(1), 150-168. ISSN: 1566-0141.

PUBLICACIONES SERIADAS INDEXADAS NACIONALES

Cadena, Javier y Miller Ariza (julio-diciembre-2013). Selección de portafolios de renta variable: una propuesta a través de betas al alza y a la baja en el mercado colombiano. *Criterio Libre*. 19.

Correa, Juan Santiago (2013). Modelos de contratación férrea en Colombia: el Ferrocarril del Cauca en el siglo XIX. *Historia Crítica*, 51, 199-222. Doi: [dx.doi.org/10.7440/histcrit51.2013.09](https://doi.org/10.7440/histcrit51.2013.09).

_____ (2013). Café y transporte en Colombia: el ferrocarril de Cúcuta. *Revista de Economía Institucional* (Forthcoming).

Creutzfeldt, Benjamín. (2013). América Latina en la política exterior china. *Papel político*, 18(2), 599-611.

_____. (2013). Exploring New Territory: Recent Contributions to the Study of the Relations between China and Latin America. *Revista Científica "General José María Córdova"*. 11(12), 23-37.

Restrepo, Marta Lucía y Parra, Juan Felipe (enero-junio de 2013) La gestión de clientes: exploración sobre la práctica entre un grupo de profesionales de mercadeo en Colombia. *Cuadernos de Administración (PUJ)*. 26(46), 83-106. ISSN: 0120-3592.

CAPÍTULOS EN LIBROS

Vieira, Edgar (2013) Dificultades en la integración latinoamericana. En Varios Autores. *Investigación Económica: integración económica y sostenibilidad*. Quito PPL Impresores, pp. 51-76. ISBN: 978-9978-77-194-5.

_____ (2013). La política comercial de la República Popular China y su impacto en las relaciones con Colombia. En Edgar Vieira (editor), *La transformación de China y su impacto para Colombia*. Bogotá: Editorial CESA, pp. 177-222. ISBN: 978-958-8722-44.

PUBLICACIONES SERIADAS NO INDEXADAS

Cayón, Edgardo y Susan Thorp (January, 2013). Financial Autarchy as contagion prevention: the case of Colombian pension funds. Research Paper, 322, Sydney: University of Technology. ISSN: 1441-8010.

Echeverri, Lina María (enero, 2013). Las aplicaciones para Smartphone como estrategia de branding. Revista M2M. Bogotá: Legis. ISSN: 2145-0560.

Restrepo Torres, Marta Lucía (octubre, 2013). Construyendo el Capital Cliente en las empresas innovadoras. Revista América Empresarial, Management Review, Vol.8. Bogotá. ISSN: 2017-3649.

PONENCIAS INTERNACIONALES

Echeverri, L. M., Estay-Niculcar, C. y Parra, J. H. (2013). Estudio sobre la imagen país de Colombia desde la perspectiva mexicana. XVIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. UNAM: México.

Correa, Juan Santiago (2013). Foreign investment and Colombian ports: the case of the Railway of the Province of Bolivar (1865-1941). En BAM 2013 Conference, Managing to make a difference. Liverpool: University of Liverpool, 11 al 13 de septiembre.

Malone, Samuel, ter Horst, Enrique, Gramacy, Robert (2013). Timing Foreign Exchange Markets. En European Seminar on Bayesian Econometrics. Oslo, Noruega: 22 y 23 de agosto de 2013.

Correa, Juan Santiago (2013). Desarrollo ferroviario y puertos en el Caribe Colombiano: el caso del Ferrocarril de Bolívar. En II Congreso Internacional de la Asociación de Historia Económica del Caribe (ACHE): El Caribe en cuatro tiempos: los modelos que se suceden (Siglos XVI-XX). Santo Domingo, República Dominicana: AHEC, ADH y PUCMM: 26 a 29 de junio.

Gómez, Claudia y Van der Wood, David. (2013, junio 26 al 30). Visitors and Sensory Marketing in Heritage Museums in Bogotá. AIMAC 2013 – XII International Conference on Arts and Cultural Management. Universidad de Los Andes.

Trujillo, María Andrea, Alexander Guzmán (2013). The Reconstruction of Institutions in Colombia: Evidence from the Last Decade. En NUS 2013. Singapur (Singapur): 16 y 17 de mayo de 2013.

Vieira, Edgar (2013). Desarrollo de regiones en un contexto de infraestructura suramericana. En VII Congreso de CEISAL – Consejo Europeo de Investigaciones Sociales de América Latina: Universidad Fernando Pessoa, Porto – Portugal, 12 a 15 de junio de 2013.

Trujillo, María Andrea, Alexander Guzmán (2013). Family involvement and dividend policy in listed and non-listed firms. En Midwest Finance Association annual meeting 2013. Chicago (Estados Unidos): 13 al 16 de marzo de 2013.

Trujillo, María Andrea, Alexander Guzmán (2013). Internet-Based Corporate Disclosure and Market Value: Evidence from Latin America. En Midwest Finance Association annual meeting 2013. Chicago (Estados Unidos): 13 al 16 de marzo de 2013.

Vieira, Edgar (2013). Realidad y perspectivas de la Asociación Estratégica ALC–UE. Un mayor apoyo a la integración regional latinoamericano caribeña. En I Cumbre Académica Unión Europea–América Latina y VII Cumbre Unión Europea–América Latina. Universidad Central, Santiago de Chile, 22 y 23 de enero de 2013.

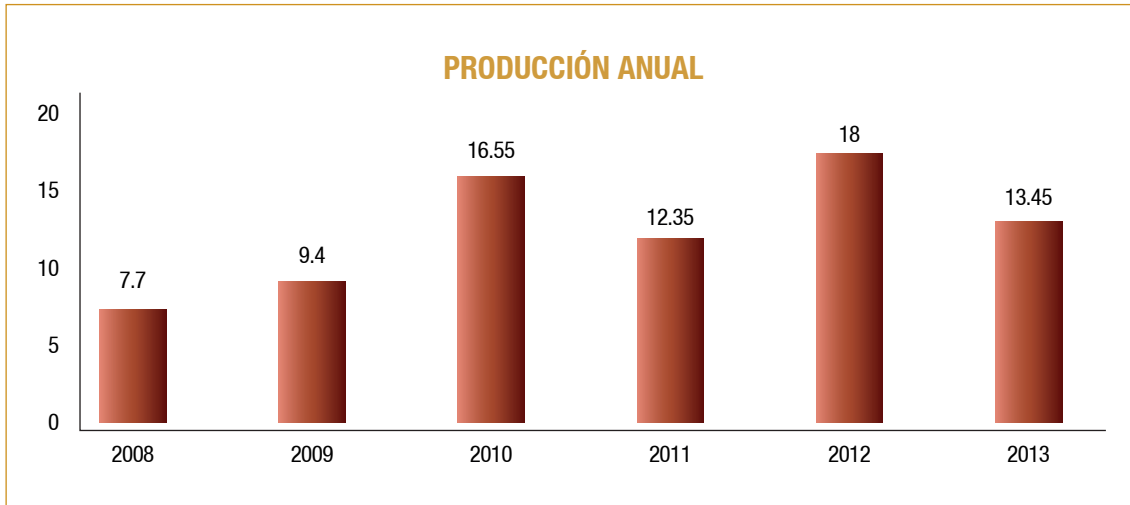
PONENCIAS NACIONALES

Echeverri, Lina María, Parra H. y Estay-Niculcar, Christian A. (2013). Imagen país de Colombia según los visitantes procedentes de Estados Unidos, Venezuela y Ecuador. En Encuentro Internacional de Investigadores de Administración, 27 de noviembre. Santa Marta.

Mejía, Jorge Eduardo (2013). Caracterización del joven consumidor Japonés, frente al consumidor Colombiano, Encuentro Internacional de Investigadores en Administración, 26 y 27 de noviembre de 2013. Santa Marta.

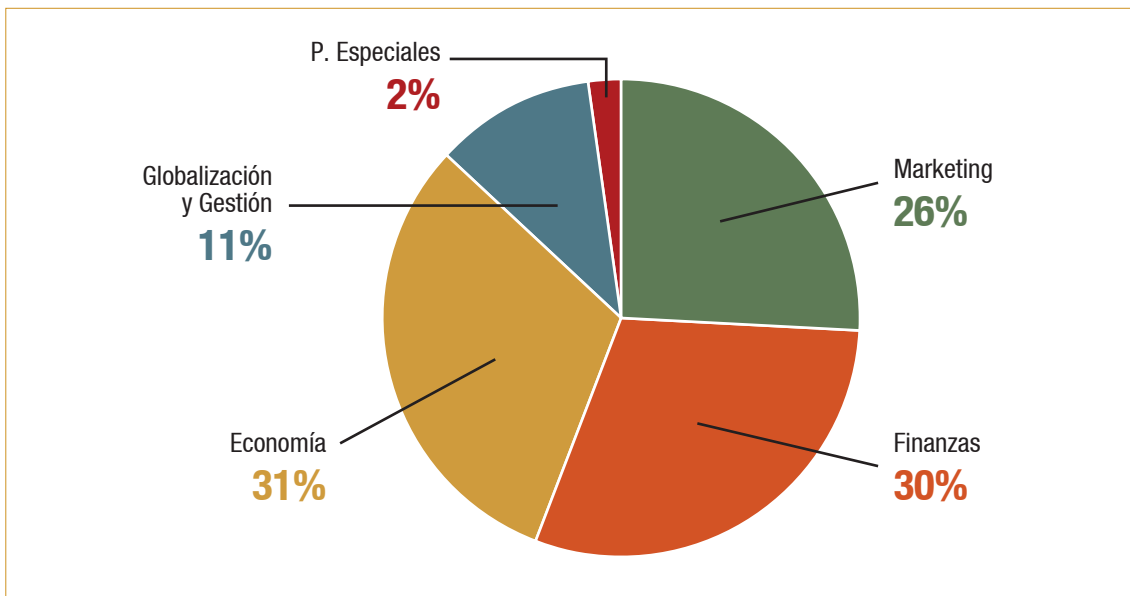
Murillo, Javier (2013). El desarrollo de habilidades lingüísticas como apuntalamiento en la enseñanza de la Administración de empresas. En I Congreso Latinoamericano de Centros de Escritura. Cali, Pontificia Universidad Javeriana, 10 al 11 de octubre de 2013.

GRÁFICA 14 Índice de producción anual 2008-2013



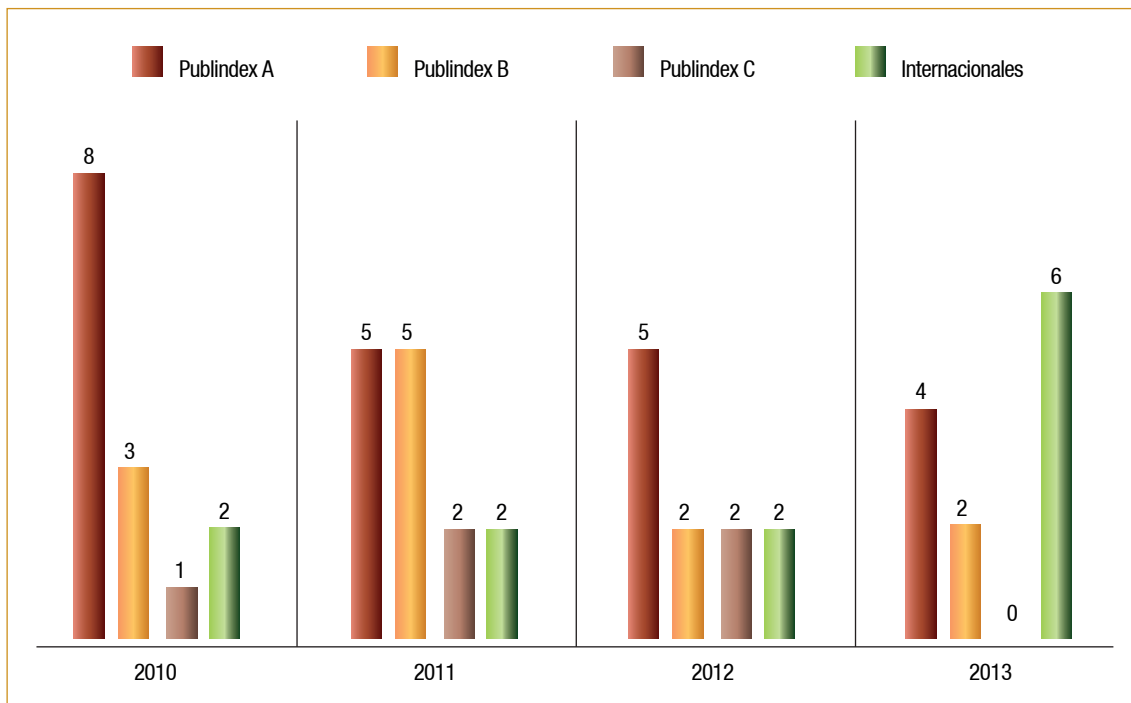
FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Investigación, 2013.

GRÁFICA 15 Producción por línea de investigación



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Investigación, 2013.

GRÁFICA 16 Producción científica y de divulgación



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Investigación, 2013.

Cuerpo de investigadores

José Manuel Restrepo A.

Rector

Candidato a Doctor en Business Administration in Higher Education Management, Universidad de Bath.

M.Sc. in Economics, London School of Economics.

Especialista en Finanzas, Universidad del Rosario.

Economista, Universidad del Rosario.

Juan Santiago Correa R.

Director de Investigación.

Secretario General.

Doctor en Sociología Jurídica e Instituciones Políticas, Universidad Externado de Colombia, 2012.

Maestría en Historia, Pontificia Universidad Javeriana, 2004.

Economista, Universidad Externado de Colombia, 1999.

Lina María Echeverri C.

Directora Posgrados en Marketing.

Candidata a Doctora en Integración y Desarrollo Económico y Territorial, ULE-UTP.

Maestría en Administración, ITESM, 2003.

Economista Empresarial, Universidad Autónoma de Manizales, 1998.

Profesional en Desarrollo Familiar, Universidad de Caldas, 1996.

Werner Zitzman R.

Director Posgrados en Finanzas.

Maestría en Finanzas Corporativas.

Especialización en Finanzas Corporativas.

Maestría en Docencia e Investigación Universitaria con énfasis en Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Sergio Arboleda, 2008.

Economista Industrial, Universidad de los Andes, 1968.

PROFESORES CON DOCTORADO

Álvaro Alexander Guzmán V.

Doctor en Administración, Universidad de los Andes, 2011.

Maestría en Administración con énfasis en finanzas, Universidad de los Andes, 2006.

Especialista en Gerencia de Mercadeo, Universidad del Rosario, 2003.
Especialista en Finanzas, Universidad Externado de Colombia, 2000.
Administrador de Empresas, Universidad Externado de Colombia, 1998.

María Andrea Trujillo D.

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

Edgar Vieira P.

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

Armando Barrios Ross

Ph.D in Public Policy-International Development, University of Birmingham.
Master in Applied Economics, The American University.
Economista de la Universidad Central de Venezuela.

Enrique ter Horst

Doctor en Estadística Bayesiana, Duke University, 2003.
Maestría en Estadística Bayesiana, Duke University 2001. Maestría en Finanzas, Université Louis Pasteur, France.
Licenciado en Econometría de Université Louis Pasteur 1999, Francia.
Financial Risk Manager (2006), Global Association of Risk Professionals, Estados Unidos.

PROFESORES EN ESTUDIOS DOCTORALES

Óscar Bravo P.

Estudiante del Doctorado en Management, Swiss Management University.

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

Especialista en Mercadeo, Universidad de los Andes, 1978.

Administrador de Negocios, EAFIT, 1968.

Javier Bernardo Cadena L.

Estudiante del Doctorado en Administración, Universidad San Pablo Ceu de España.

Maestría en Dirección Estratégica de Organizaciones, Universidad Católica de Ávila, España, 2009.

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

Especialista en Finanzas Privadas, Universidad del Rosario, 1992.

Economista, Universidad del Rosario, 1990.

Edgardo Cayón F.

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

Master in Business Administration, McGill University, 2001.

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

José Luis Sandoval D.

Estudiante del Doctorado en Management, Swiss Management University.

Maestría en Administración, ITESM, 1994.

Especialista en Educación con Nuevas Tecnologías, UNAB, 2010.

Especialista en Dirección de Empresas, UNAB, 1991.

Administrador de Empresas, UNAB, 1987.

Juan Felipe Parra

Estudiante del Doctorado en Estudios Políticos de la Universidad Externado de Colombia.

Maestría en Economía, Universidad de los Andes, 2008.

Economista, Universidad del Valle, 2004.

Javier H. Murillo

Estudiante del Doctorado en Estudios Sociales, Universidad Externado de Colombia.

Maestría en Literatura, Pontificia Universidad Javeriana, 2000.

Especialista en Docencia Universitaria, Universidad El Bosque, 1999.

Profesional en Estudios Literarios, Pontificia Universidad Javeriana, 1992.

Benjamin Creutzfeldt

Estudiante del Doctorado en Estudios Políticos, Universidad Externado de Colombia.

Maestría en Historia de Arte de Asia, SOAS, Universidad de Londres, 1995.

Profesional (B.A. Honours) en Estudios de China, Universidad de Durham (Reino Unido), 1994.

PROFESORES CON MAESTRÍA

Claudia Gómez R.

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

Especialista en Mercados, Universidad de Los Andes, 1987.

Ingeniera Industrial, Pontificia Universidad Javeriana, 1984.

Jorge Eduardo Mejía

Maestría en Administración, ITESM, 2003.

Diseñador Industrial, Universidad Autónoma de Manizales, 1995.

Marta Lucía Restrepo T.

Magíster en Comunicación, Universidad Javeriana, 2007.

Comunicadora Social y Periodista, Universidad Javeriana, 1984.

Clara Bruckner B.

Máster en Gestión Global de Riesgos Financieros Universidad Francisco Vitoria, 2005.

Administradora de Empresas, CESA - Colegio de Estudios Superiores de Administración, 2001

Ana María García

Magíster en Administración, Universidad de los Andes, 2011.

Especialista en Mercadeo, Universidad de los Andes, 2007.

Ingeniera Industrial, Universidad de los Andes, 2006

Centro de Estudios sobre la Globalización e Integración (CEGLI)



Investigación

Durante el 2013 se continuó con las conferencias de divulgación de la primera obra de la *Colección Globalización e Integración*, publicada en agosto de 2012 bajo el título *La globalización en un mundo en transformación*. Las conferencias durante 2013 se dictaron en la Universidad del Desarrollo en Santiago de Chile, y en Bogotá en las universidades Central, de la Salle, Piloto y Academia Diplomática.

Se publicó y presentó en septiembre en las instalaciones de la Biblioteca del CESA el libro *La transformación de China y su impacto para Colombia*, segundo libro de la colección “Globalización e Integración” del Grupo de Investigación del CESA, con la participación del profesor Edgar Viera como editor y la elaboración de la Introducción y del capítulo cinco sobre *La política comercial de la República Popular China y su impacto en las relaciones con Colombia*. Se contó con colaboradores de la Universidad EAFIT de Medellín, de consultores de la firma Araujo Ibarra & Asociados, y el consultor Ricardo Duarte, así como Laura Ovalle del Cegli. Se obtuvo contribución internacional con la realización de uno de los capítulos por investigadores del CRIS –Comparative Regional Integration Studies de la United Nations University de Brujas, Bélgica.



Se diseñaron los temas y se seleccionaron las personas que participarán en la elaboración del tercer libro de la colección “Globalización e Integración” sobre el tema *El TLC Colombia Canadá: nuevo escenario para el comercio y la inversión*. Intervienen, entre otros, colaboradores como el embajador de Colombia en Canadá; directivos y afiliados a la Cámara de Comercio Colombo Canadiense; investigadores de la Universidad de Carleton, Canadá, con quien se abrirá el MBA Internacional en 2014; la Universidad del Desarrollo de Chile; y ex funcionarios e investigadores del CEGLI (Edgar Vieira, Luis Loaiza). Se dio comienzo en 2013 a la elaboración de los respectivos capítulos y la obra deberá estar lista para el primer trimestre de 2014.

Se diseñaron los temas y se seleccionaron las personas que participarán en la elaboración del cuarto libro de la colección citada sobre el tema *El TLC Colombia Estados Unidos: una nueva relación para el siglo XXI*. Intervienen, entre otros colaboradores, el jefe del equipo negociador de Colombia y el negociador del tema agrícola, funcionarios de organismos gubernamentales, la Cámara Colombo Americana, la Universidad del Desarrollo de Chile, y consultores privados e investigadores del CEGLI (Edgar Vieira, Elsa Torres, Juan María Andrade y Luis Loaiza).

Se suscribió un acuerdo de cooperación entre el Centro de Estudios de las Relaciones Internacionales (CERI) de la Universidad del Desarrollo (UDD) de Santiago de Chile y el CEGLI del CESA, que permitió, además de la participación con capítulos sobre la experiencia de Chile en sus TLC con Canadá y Estado Unidos en los dos libros anteriores, realizar la actividad de diseño e identificación de los participantes en la elaboración del quinto libro de la colección “Globalización e Integración” del Grupo de Investigación del CESA sobre el tema *Perspectivas y oportunidades de la Alianza del Pacífico*, importante proyecto de integración en construcción por Chile, Colombia Perú y México. El libro será coeditado por la Universidad



del Desarrollo de Chile y por el CEGLI del CESA y en él participarán investigadores de universidades de los cuatro países; de Colombia, la EAFIT y el CEGLI, con Benjamín Creutzfeldt, y Edgar Vieira como coeditor, la introducción y uno de los capítulos.

Se suscribió un acuerdo de cooperación entre el Centro de Estudios de Asia Pacífico de la Universidad EAFIT de Medellín y el CEGLI del CESA, que permitió, además de concretar la participación de EAFIT en el libro sobre la Alianza del Pacífico, acordar la coedición del sexto libro de la colección “Globalización e Integración” sobre el tema del *aprovechamiento del TLC entre Colombia y Corea del Sur*, y se adelantó en la identificación de posibles participantes en la obra que se concretarán a comienzos de 2014.

Se adelantaron trabajos durante 2013 en la preparación de un libro de estudio de casos de internacionalización de empresas colombianas, con la participación de investigadores del CEGLI (Armando Barrios, Ángela García, Juan María Andrade, Eugenia Ordóñez y la colaboración de Oscar Bravo).

El profesor Edgar Viera fue aceptado por la revista chilena *Sí somos americanos*, indexada en Scielo, un artículo para publicación en el número julio – diciembre de 2013, sobre el tema *Regiones e infraestructura en la integración suramericana*.

Así mismo presentó dos ponencias internacionales en los eventos de la I Cumbre Académica Unión Europea – América Latina en Santiago de Chile y del VII Congreso del Consejo Europeo de Investigaciones Sociales de América Latina (CEISAL) en Porto, Portugal.

Capacitación

Se preparó y desarrolló un Programa de Diplomado en Comercio Internacional con América Latina para el área de New Jersey/Nueva York en instalaciones del Consulado General de Colombia en Nueva York, con el Laudem Educative Institut y el apoyo de la Colombian American Chamber of Commerce of Long Island.

Se prepararon actividades de capacitación con Formación Ejecutiva del CESA en temas de aprovechamiento del TLC con Estados Unidos y del entorno de globalización para las decisiones ejecutivas empresariales a realizarse en 2014.

Se acordó con la Cámara de Comercio Colombo Canadiense la definición de foros y seminarios sobre temas de aprovechamiento del TLC con Estados Unidos, los cuales se instrumentarán a través de Formación Ejecutiva, aprovechando la visita a Colombia de profesores canadienses de la Universidad de Carleton para dictar clases en el MBA Internacional.

Consultoría

Se definió un equipo consultor inicial del CEGLI, integrado por Armando Barrios, José Luis Sandoval, Oscar Bravo, Ángela García, Eugenia Ordóñez y Juan María Andrade.

Se consiguió la vinculación del CESA al programa de Competitividad de Empresas de Excelencia Exportadora de la Corporación Andina de Fomento – CAF (Banco de Desarrollo de América Latina), con el nombramiento como gerente del programa en el CESA de la investigadora del CEGLI, profesora Ángela García, y con la colaboración del CEGLI en la definición del programa de encuestas a realizar a las empresas.



Conferencias

Se dictó una conferencia sobre acuerdos de integración a estudiantes de 14 colegios que realizaban el ejercicio de Naciones Unidas.

Se dictaron conferencias sobre “Entorno Económico Mundial” en el programa Jóvenes Ejecutivos del CESA y Universidad Sergio Arboleda a directivos del BBVA.

Se dictó conferencia sobre “La globalización y sus implicaciones en la Gerencia Internacional” en el Seminario Internacional sobre Gerencia Global, organizado por la Facultad de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga.



| | |
|---|-----|
| Relación con el Sector Productivo | 150 |
| Formación Ejecutiva | 151 |
| Consultoría | 158 |
| Visitas y prácticas empresariales | 163 |
| Centro de Liderazgo y Emprendimiento – CLE | 178 |
| AECESA | 183 |

4



Relacionamiento con el Sector Productivo



Relación con el Sector Productivo

El 2013 fue el año donde se vieron los resultados de la implementación de la estrategia presentada en el Plan Estratégico 2010-2014 con la creación de una Unidad Empresarial, cuyo objetivo consiste en lograr que el CESA contribuya con el mejoramiento y transformación del sector público y privado a través de soluciones pertinentes tanto en formación, consultoría, liderazgo, emprendimiento, acercamientos al sector empresarial y vinculación laboral.

Esa transformación, además de los programas tradicionales de cada una de las áreas, se logró a través del éxito, por segundo año consecutivo, con el programa capacitación del SENA, donde se consiguió consolidar y fidelizar a los clientes y vincular nuevas compañías. Se hizo un acercamiento importante con el sector público a través del programa de ideación del ministerio de las TICs en una Unión Temporal CESA-Connect Bogotá, donde se acompañó a 96 ideas de emprendimientos tecnológicos y a más de 250 emprendedores en la implementación de la metodología Lean Launch Pad de Bob Dorf.

Para la realización de los grandes eventos y foros internacionales, donde se convocó a más de 400 presidentes de las empresas más representativas del país para actualizarlos en las últimas tendencias del management, se invitó en septiembre a Tal Ben Shahr, Profesor de Psicología Positiva y Liderazgo en Harvard University, consultor y conferencista reconocido a nivel internacional entre las

compañías más prestigiosas del mundo; escritor de varios libros, entre ellos sus *best sellers*: *Happier* y *Being Happy*; y conocido como el *Gurú de la Felicidad*.

A continuación se presenta la estrategia y resultados de cada uno de las áreas que pertenecen a la Unidad de Gestión Empresarial.

■ Formación Ejecutiva

Esta dirección se ha fortalecido a través del tiempo con la implementación de nuevos procesos administrativos que permitieron optimizar recursos, facilitar el trabajo y agilizar los tiempos en los procesos y procedimientos.

Durante 2013 se trabajó con base en tres ejes estratégicos, con miras al fortalecimiento del área, estos son:

Racionalización de la planta docente

A través de la continua búsqueda y selección de nuevos docentes, se logró aumentar la oferta de nuevos programas. Permanentemente se están realizando entrevistas y reclutando nuevos profesores que permitan al CESA contar con candidatos de alto perfil, gran experiencia, disposición y capacidad para enseñar, con formación en áreas especializadas que contribuya a generar una oferta académica diferenciadora, que no solo imparta conocimientos sino que busque también –en todos los niveles y áreas de

especialización– el desarrollo de recursos intelectuales que fomenten la capacidad crítica y analítica, la generación y actualización de conocimiento, y otras competencias que hacen posible forjar en los participantes habilidades, buenas prácticas y flexibilidad para adaptarse a las cambiantes exigencias del mercado laboral y de los negocios globales.

En este sentido, es importante mencionar que durante el 2013 se vincularon 63 nuevos docentes (nueve de planta) que apoyaron a la Institución en la ejecución de programas abiertos e *inhouse*.

Adicionalmente, es significativo indicar que permanentemente se aplicaron evaluaciones a los docentes. Estas permitieron valorar el desempeño de los profesores, evidenciar su rol dentro del grupo y su contribución para conseguir los objetivos propuestos en cada programa. El análisis y seguimiento de los resultados arrojados en cada evaluación permitió implementar acciones de mejora continua. A través de la implementación y retroalimentación de los resultados con los docentes, se pudo evidenciar:

- Nivel de satisfacción con la actividad docente realizada por el profesor, desde la óptica de los estudiantes y desde la perspectiva, en el caso de los programas *inhouse*, del responsable directo del proceso de formación en las organizaciones.
- Dominio del tema.
- Material entregado.
- Metodología aplicada.
- Iniciativas de mejora.
- Cumplimiento de las actividades propuestas.

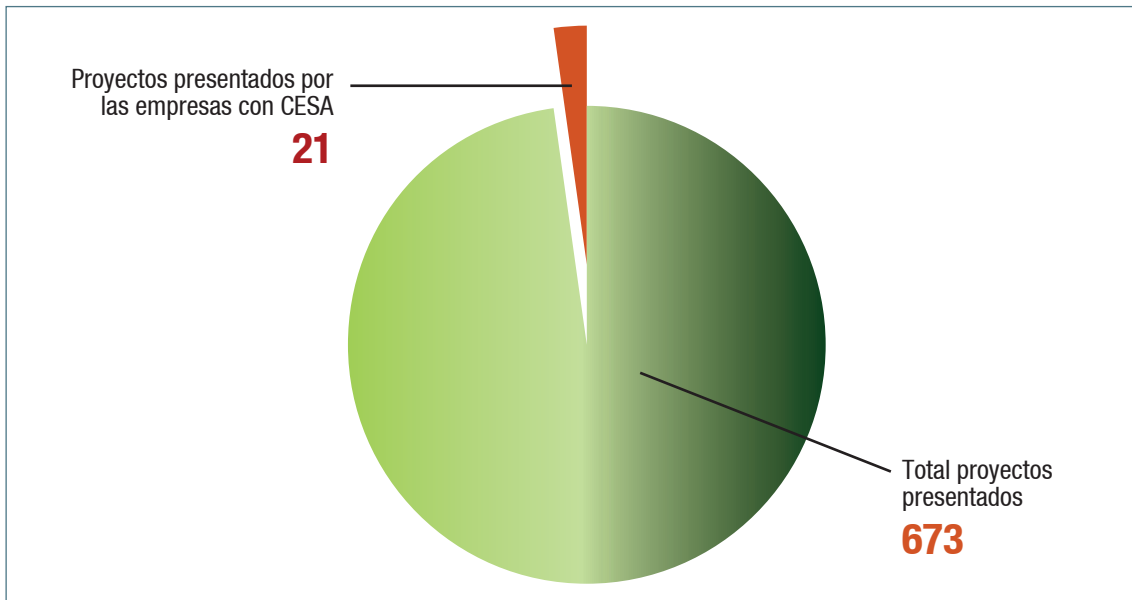
Robustecimiento en la oferta de calidad de educación

Como parte del cambio del área y su direccionamiento estratégico durante el 2013, se fortaleció la oferta de programas con un enfoque mucho más especializado, con temáticas y metodologías educativas innovadoras, que responda a las necesidades y demandas de los diferentes sectores sociales y empresariales.

Se realizó una revisión exhaustiva de los programas históricamente exitosos con el fin de hacer los ajustes necesarios e incluir nuevos contenidos que permitan actualizar estos cursos con miras a mantenerlos en el tiempo. Así mismo, se diseñó y ofreció una oferta de programas abiertos basada en las necesidades y solicitudes de nuestros participantes, teniendo en cuenta los logros obtenidos, los resultados de las evaluaciones de cada programa, así como la tendencia y pertinencia de la oferta en el mercado.

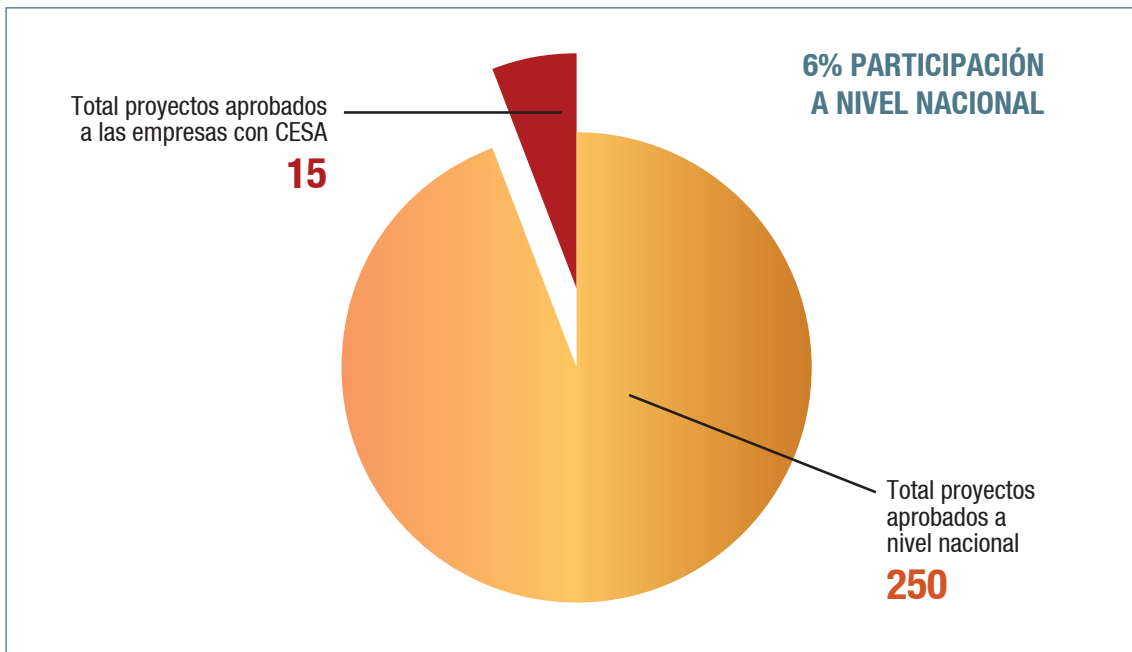
Por segundo año consecutivo se participó en la Convocatoria de Formación Especializada del SENA, que permitió ampliar el alcance de nuestros programas corporativos y a la medida, con lo que se lograron importantes recursos que contribuyeron al cumplimiento de las metas propuestas.

GRÁFICA 17. Proyectos presentados SENA - CESA



FUENTE: CESA, elaboración propia Formación Ejecutiva, 2013.

GRÁFICA 18. Proyectos aprobados SENA-CESA



FUENTE: CESA, elaboración propia Formación Ejecutiva, 2013.

Se inició la búsqueda de aliados estratégicos internacionales para diversificar la oferta de programas con instituciones y universidades de prestigio internacional.

Posicionamiento marca Formación Ejecutiva CESA

Se continuó con el trabajo para hacer de Formación Ejecutiva CESA una referencia local en programas de educación continua. El objetivo es que el mercado reconozca la marca de Formación Ejecutiva como la mejor opción y esta, a su vez, adquiera el posicionamiento construido por la marca CESA dentro de las grandes empresas del país. Lo anterior con el fin de generar mayor número de inscripciones en los cursos de 2013.

Se continuó con el plan agresivo de comercialización a través de medios digitales, con el apoyo del área de Marketing y Comunicaciones.

Gracias al robustecimiento del área comercial, se han logrado ejecutar programas pequeños a empresas medianas a las cuales no se había llegado; básicamente, la estrategia de la nueva persona que conforma el equipo del área comercial es buscar nuevas empresas privadas con las que no se ha tenido contacto, e incrementar la relación con el sector público para acceder a nuevos recursos a través de licitaciones y convocatorias. Transversalmente, el equipo comercial mantuvo relación constante y permanente con las empresas que han ejecutado acciones de formación en años anteriores, con el fin de ofrecer una propuesta de valor que genere fidelización de los clientes.

Adicional a las actividades anteriormente descritas, durante el 2013 se continuó con el uso de la herramienta Gerencia de Relacionamento con el Cliente (CRM), que permitió la implementación del sistema para el manejo efectivo de nuestros clientes. Es así como en el año anterior se diseñó el módulo *inhouse*.

Con esta aplicación se puede evidenciar el número de ofertas vigentes y a través de esta lograr un riguroso seguimiento de la gestión comercial, detallando y evidenciando los tiempos de respuesta de cada responsable de las etapas del proceso para la presentación de propuestas.

Además, se puede generar una medición en tiempo real del estado de cada una de las ofertas, el número de propuestas pendientes, número de ofertas aprobadas, proyecciones de ingreso, efectividad y seguimiento a la labor comercial y del área académica, así como conocer los intereses y necesidades de los clientes.

Por otra parte, se realizaron ajustes al módulo de inscripciones, lo que permitió la optimización del tiempo empleado en la digitación de las listas de los participantes de cada curso. Antes estos listados se hacían manualmente, y hoy en día el sistema los carga automáticamente, lo que facilita procesos.

El 2013 fue el año de consolidación del *call center* para Formación Ejecutiva, lo cual se refleja en los resultados obtenidos, tales como: una mayor generación de ingresos, incremento en el promedio de participantes por programa y menor número de programas cancelados.

Es importante mencionar que a partir de abril se incorpora un nuevo puesto de trabajo para atender los posgrados del CESA con la recepción de las llamadas, registro y seguimiento de las oportunidades. Adicionalmente, se da apoyo a la coordinaciones de los

posgrados con el acompañamiento a los aspirantes para el correcto diligenciamiento de los formularios, y telemercadeo para recordar los documentos faltantes a los admitidos. Se da apoyo a Pregrado con llamadas a los aspirantes que tenían su formulario incompleto, y a AECESA con la actualización de la base de datos.

En el mes de octubre se recibió capacitación para la promoción del MBA y la convocatoria al evento de lanzamiento.

RESULTADOS

- Cumplimiento del presupuesto de ingresos al 141%.
- Incremento del ingreso del 25% con respecto al año anterior.
- Incremento del ingreso de programación interna con respecto al 2012 en un 2%.
- Incremento del ingreso de programación abierta en un 72%.
- Obtención del puesto N° 18 en el ranking de América Economía.
- Capacitación en el 2013 a un total de 7.051 estudiantes frente a 5.122 en el 2012.
- A pesar de reducir en un 4% el total de programas dictados, se incrementó en un 14% el número de horas dictadas: 10.093 en el 2013 frente a 8.775 en el 2012.
- Promedio de 4.7 en evaluaciones de calidad en programación abierta y cerrada.

■ Consultoría

“El Centro de Consultoría Empresarial del CESA centra su estrategia en construir conjuntamente con el cliente soluciones genuinamente interesadas en atender sus necesidades y construir valor tangible para él”.

En su tercer año de ejecución, el Centro de Consultoría Empresarial (CCE) muestra un leve crecimiento de ingresos, un fortalecimiento de su estructura y una consolidación de clientes que recompran servicios de consultoría. Adicionalmente, se reafirma el rol que la universidad busca; trascender cada vez más “a lo práctico” en el sector productivo a través de la transferencia de experiencia y conocimiento que genere valor agregado eficaz y sostenible, y, a su vez, aprovechar la sinergia que la experiencia en consultoría aporta a nuestros docentes.

“La estrategia del CESA tiene tres pilares claves: la generación de conocimiento, la transmisión de este a través de la docencia, e impactar el sector externo - extensión. El Centro de Consultoría es determinante en el logro del tercer pilar”.

Para esto, buscamos fortalecer cuatro puntos estratégicos:



i. Método CESA

Nuestro proceso de consultoría se enfoca en un riguroso y metódico fundamento teórico – práctico que soporta y dirige la implementación de la solución ofrecida.

Se privilegian las soluciones realistas, basadas en evidencia empírica, con hechos y datos, que se puedan ejecutar y favorecer supuestos alcanzables para el cliente.

El proceso de consultoría y asesoría se ejecuta de acuerdo con la necesidad y con los recursos con los que el cliente puede comprometer.

ii. Equipos experimentados

Nuestro equipo cuenta con consultores de planta, especializados en su campo, a través de la investigación aplicada y la experiencia práctica en empresa. Adicionalmente, contamos con alianzas con empresas de consultoría como Customer Index Value (CiV), Nowhere, Brandstrat y Newfield Consulting, que complementan nuestra oferta multidisciplinaria.

iii. Soluciones en gestión

- Identificar, desarrollar e implementar estrategia.
- Diseñar estructuras organizacionales y liderazgo e implementar, a través de coaching, procesos humanos acordes con la actitud y aptitud de las personas.
- El Kapital Cliente® como eje central en la sostenibilidad y competitividad de la empresa.
- El rigor financiero para optimizar capital, medir alternativas, y evidenciar y gestionar riesgos de liquidez, mercado y crédito.
- Emprendimiento.

iv. Sistema de apoyo

Planeación Estratégica CCE

En diciembre de 2013 se convocó a una sesión de trabajo cuyo objetivo fundamental fue la Planeación Estratégica del Centro de Consultoría Empresarial (CCE) del CESA.

Este grupo se formó para explorar y responder la pregunta: ¿cómo diferenciar nuestra práctica de consultoría partiendo de las fortalezas del CESA y cómo hacemos de estos diferenciadores una realidad?

Para lograr esto, se exploraron las fortalezas del CESA y se identificaron las tendencias y oportunidades actuales con el fin de explicitar los diferenciadores de la práctica y luego construir la estrategia a futuro alrededor de cuatro pilares.

Este ejercicio llevó al equipo a experimentar los altibajos de la montaña rusa creativa partiendo de la información conocida, accediendo a diferentes formas de conocimiento y construyendo el resultado desde lo colectivo.

Fortalezas

En esta actividad de Planeación Estratégica se identificaron las siguientes fortalezas:



Los servicios de consultoría potencian la interacción de la universidad con el entorno con el fin de aplicar, desarrollar y generar transferencia de conocimiento que contribuya al desarrollo local y regional. Estos servicios están orientados al análisis y la solución de los problemas de carácter social, administrativo o técnico que necesitan las empresas del sector público y privado, así como las organizaciones sociales.

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

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

Materialización de nuestra experiencia en consultoría

En el año 2013 nos enfocamos en procesos de consultoría con: Monsanto y Motorola en Kapital Cliente®, Colegio Hebreo Unión y Apps.Co, en emprendimiento; y Albedo, en estrategia.

El resumen de los proyectos y sus objetivos se presenta a continuación:

TABLA 22 Proyectos de consultoría 2013

| CLIENTE | PROYECTO | OBJETIVO GENERAL |
|-----------------------------|--|--|
| Colegio Hebreo Unión | Asesoría para establecer un modelo de emprendimiento. | Apoyamos al Colegio Hebreo de Barranquilla en la determinación de la estructura conceptual para la implementación de un modelo de emprendimiento que impacte no solo a la comunidad estudiantil sino al entorno y a las comunidades en las cuales la institución actúa. |
| Albedo | Proceso de planeación y direccionamiento estratégico 2013-2017 | Realizamos un proceso de análisis y ordenamiento estratégico de Albedo SAS a través de discusiones con el grupo directivo, de manera que se pudiera determinar el rumbo de acción de la organización para los próximos cinco años. |
| Motorola | Kapital Cliente: programa de continuidad para la red de distribución de Motorola | Proporcionamos a los tres niveles del canal de distribución de Motorola (base, partners y mayoristas), el acompañamiento para implementar la gestión de clientes, de manera que pudieran avanzar en tres núcleos fundamentales: información, experiencia y comunicaciones. |
| Monsanto III | Kapital Cliente: 3 etapa de implementación | Garantizamos la transferencia del modelo Proximity al nuevo equipo de trabajo en sus aspectos fundamentales de diseño, ejecución y seguimiento técnico a la ejecución del plan de trabajo. Modelamos el proyecto Certificación del Distribuidor Monsanto con el equipo ejecutivo. |
| Apps.Co | Coaching de emprendimiento sénior | Realizamos una consultoría personalizada en creación de empresa sénior a cada emprendimiento en las etapas de consolidación y aceleración. |

FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Consultoría, 2013.

■ Visitas y prácticas empresariales

En el año 2013 se realizó la reestructuración de la cátedra de Visitas Empresariales, con el firme propósito de lograr un mayor aprovechamiento de toda la comunidad de uno de los recursos más fuertes del CESA: el relacionamiento empresarial.



Se buscó acercar a los docentes al mundo empresarial, aprovechando los vínculos que se logran a través de esta materia. Para esto, se realizó un desayuno con los profesores, se les publicó las empresas a visitar durante el semestre, y se les invitó a que nos acompañaran en las visitas empresariales a las compañías que ellos consideraran de interés para sus cátedras.

Otro de los aspectos logrados durante este año, de gran importancia para el trabajo que se desarrolla a través de esta Dirección de Visitas y Prácticas Empresariales, es la calidad humana de todo el equipo de profesores, lo que permite un buen relacionamiento con los estudiantes, donde ellos sienten la confianza de acercarse y pedir asesoría en aspectos personales y profesionales. Esto representa un enorme apoyo para los estudiantes, debido a que están iniciando una etapa de transición que les genera mucha ansiedad e incertidumbre, y es escoger el área y la empresa donde quieren realizar su práctica empresarial.

Cátedra de Visitas Empresariales

El número en aumento constante de alumnos adscritos a la materia de Visitas Empresariales conllevó a la renovación completa del equipo de profesores, pasando de cuatro a seis docentes, y a tener de tres a cuatro sesiones en sexto y séptimo semestre.

El gran propósito del año fue ocuparse de la unificación de la materia, para que todas las sesiones trabajaran bajo el mismo programa y reglamento. Todos los estudiantes, sin importar el profesor ni la sesión a la que estuvieran inscritos, tenían la misma oportunidad de una buena combinación y selección de las empresas a visitar, como también las mismas condiciones en reportes, calificaciones y reglas.

Lo anterior generó una revisión conjunta que, a su vez, produjo cambios dentro de la metodología de la cátedra.

Es muy grato concluir que el equipo de profesores del área se ha consolidado, trabajando integralmente y en conjunto en la consecución y la selección de las empresas a visitar. Esto con el fin de lograr una óptima muestra empresarial, con excelentes oradores, dado que muchos de ellos son grandes ejemplos empresariales y de vida.



Durante el año 2013 se incrementaron las empresas visitadas gracias al aumento de sesiones y la renovación del equipo de profesores. Las empresas nuevas fueron: ACI Proyectos, Amortiguadores Gabriel, Boots & Bags, Cerámicas San Lorenzo, Cervecería Mundo Nuevo, Cine Colombia, Challenger, Chocolates Triunfo, Correcol, Deceval, Endeavor, Escalar, Gráficas Mundial, Groupon, Hermetik, Hewlett Packard, Jugos SAS, JWT, Laboratorios Abbott, Le Collezione, Lider, Metasa, Norma, Opain, PC Smart, Pisos Alfa, Profesionales de Bolsa, Productos Ana María, Refinancia, Temporarizar, Titán Cemento, Visión & Marketing, Visa, entre otras.

Siempre se está en consecución de nuevas compañías para visitar, con el fin de aumentar nuestra base de datos, y así lograr promocionar al CESA y sus diferentes productos.

Por último, se introdujo a esta dirección un sistema de evaluación interna por parte de los estudiantes, donde se miden diferentes aspectos, con el objetivo de tener una retroalimentación constante para todo el equipo.

Con respecto a esta calificación elaborada por los alumnos al finalizar cada semestre, se puede concluir que en todas las sesiones hubo una buena selección y combinación de las empresas visitadas, una clara visualización del aporte de la materia a la formación académica del estudiante, y una buena evaluación del papel del docente.

Visita agroindustrial

En ambos semestres de 2013, con los estudiantes de sexto semestre, dentro de la materia de Vistas I, se realizó una salida didáctica. En ella tuvieron la oportunidad de visitar y conocer tres de los más importantes proyectos agroindustriales que encontramos en Colombia en el sector de desarrollo de los Llanos Orientales.

En el primer semestre, con una concurrencia de 52 estudiantes, se visitaron los cultivos de palma de aceite de Palmasol, junto con la planta de procesamiento Entrepalmas y los cultivos de caucho e instalaciones de Mavalle.



En el segundo semestre, con la presencia de 61 estudiantes, se visitó nuevamente Mavalle y el proyecto totalmente integrado de La Fazenda.

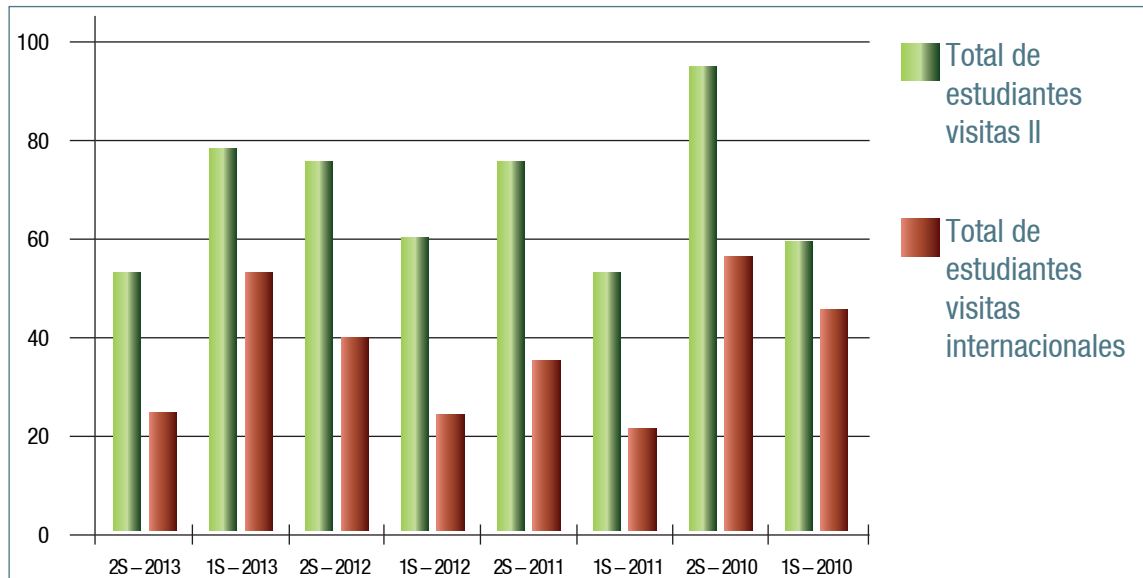
Estas visitas se realizan con el firme propósito de acercar y concientizar a nuestros estudiantes de la necesidad mundial hacia la agroindustria, donde se hace evidente la prioridad del desarrollo del campo, la tecnificación de la agricultura y la generación de alimentos para lograr un aumento de las exportaciones de Colombia.

Visitas internacionales

En el primer semestre se organizaron dos diferentes agendas al exterior y una en Bogotá con el fin de darles a los estudiantes variedad de presupuestos para definir su destino: China (26 estudiantes) y Chile (28 estudiantes). El 68% de los estudiantes de la cátedra escogieron una de estas dos opciones.

Para el segundo semestre de 2013 se organizaron cuatro agendas: China (12 estudiantes), Chile - Perú (19 estudiantes), Medellín (16 estudiantes) y Bogotá. El 55% aprovechó los destinos de visitas empresariales internacionales (ver gráfica 19).

GRÁFICA 19. Estudiantes en visitas internacionales



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Visitas y Prácticas, 2013.

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

Nuevamente, durante el año 2013 se observa la aceptación y aprovechamiento por parte de los estudiantes de séptimo semestre de las visitas empresariales internacionales; más de la mitad viaja a estos destinos a pesar de las diversas posibilidades que ofrece el CESA de tener una experiencia académica en el exterior con los intercambios, prácticas y dobles titulaciones.

Prácticas empresariales

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

Acercamiento con empresas y jefes de los practicantes

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

Visitas de control práctica

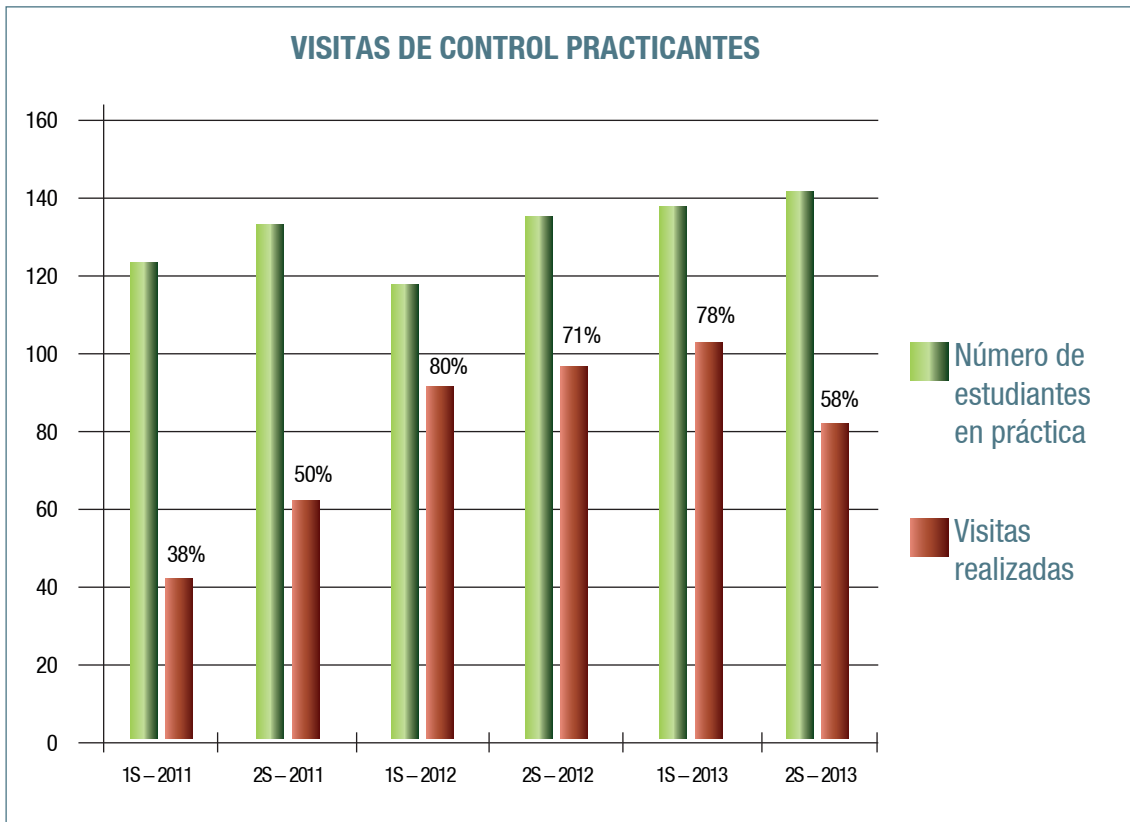
Uno de los grandes propósitos de esta dirección es el cubrimiento total de las visitas de control a todos los estudiantes en la Práctica Empresarial.

Esta visita se debe realizar como mínimo una vez durante el semestre a los jefes directos de cada uno de los practicantes, y está contemplado como una de las responsabilidades de la universidad dentro del Convenio de Aprendizaje firmado con las empresas empleadoras de nuestros estudiantes. Su fin es apoyar al practicante para un desempeño óptimo y velar por que esta actividad académica sea realmente formativa y enriquecedora para ambas partes.

En el primer semestre, de 141 estudiantes en Prácticas Empresariales I y II, se realizaron 110 visitas, lo que da que el 78% de los estudiantes fueron visitados.

En el segundo semestre, se realizaron 85 visitas de control a los 146 estudiantes en prácticas, cumpliendo con el 58% (ver gráfica 20).

GRÁFICA 20 Visitas de control a practicantes



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Visitas y Prácticas, 2013.

Se puede gratamente afirmar que desde el año 2012 se viene trabajando fuertemente en el cumplimiento de este objetivo, con lo que se ha logrado, semestre a semestre, un mayor cubrimiento, y se ha marcado claramente un elemento diferenciador con respecto a las otras universidades, expresado verbalmente por muchas de las empresas que contratan a nuestros practicantes.



Desayunos con los jefes de practicantes

El objetivo de llevar a cabo estos desayunos, además de estrechar los lazos, es recibir de forma directa una retroalimentación sobre qué preparación esperan de nuestros estudiantes, y en qué herramientas o conocimientos debemos hacer más énfasis para lograr profesionales cada vez más acordes con sus necesidades. Por esta razón, a estos desayunos se invita a la Rectoría, la Vicerrectoría, la Dirección Académica y la Gerencia de la UGE.

Durante el año 2013 se buscó que estos desayunos generaran algún beneficio o enriquecimiento a los jefes participantes, tratando siempre un tema de interés.

En el primer semestre el Rector realizó una exposición a los jefes asistentes en la que les dio a conocer el CESA, sus pilares y el perfil que está buscando desarrollar en sus egresados.

Para el segundo semestre se realizó una actividad diferente; se les invitó a un desayuno conferencia con un experto sobre el tema escogido, enmarcada en las inquietudes o preocupaciones que vamos identificando en las visitas de control. Estos desayunos conferencias han tenido gran acogida, por lo que se continuará con esta nueva metodología.

Convenio de aprendizaje

Como resultado a situaciones de incapacidad mayores a un mes y a otros inconvenientes presentados, se vio la necesidad de estudiar y modificar, junto con la asesoría de los abogados laborales, el formato de Convenio de Aprendizaje que se firma con las empresas empleadoras de nuestros estudiantes en prácticas.

Al final del segundo semestre de 2013, el SENA tomó una medida que afectaba directamente a las empresas empleadoras de nuestros practicantes: el tiempo de duración de la pasantía estaba determinado por el número de créditos que se le otorgaba al estudiante por la materia de Prácticas Empresariales dentro del Plan Académico de la Institución. Esto dio como resultado que las empresas no podrían inscribir a nuestros estudiantes en práctica por cuota SENA por un periodo mayor a tres meses.

La reacción de alarma de las empresas fue inmediata. Se procedió a legalizar ante el SENA los documentos requeridos para que nuestro programa de Prácticas Empresariales quedara inscrito por un periodo de un año (dos semestres calendario).

La situación que quedó resuelta a la mayor brevedad, lo que se comunicó a todas las empresas adscritas a nuestro programa de Prácticas Empresariales.



Consecución de prácticas empresariales

En el primer semestre de 2013 se ubicaron 68 estudiantes en prácticas dentro de un total de 109 solicitudes de practicantes de 56 empresas diferentes.

Para el segundo semestre, 78 estudiantes fueron ubicados en sus prácticas entre 154 ofertas recibidas de 93 empresas.

Así, se cumplió con la ubicación de la totalidad de los estudiantes que deberían ingresar a prácticas empresariales durante ambos semestres.

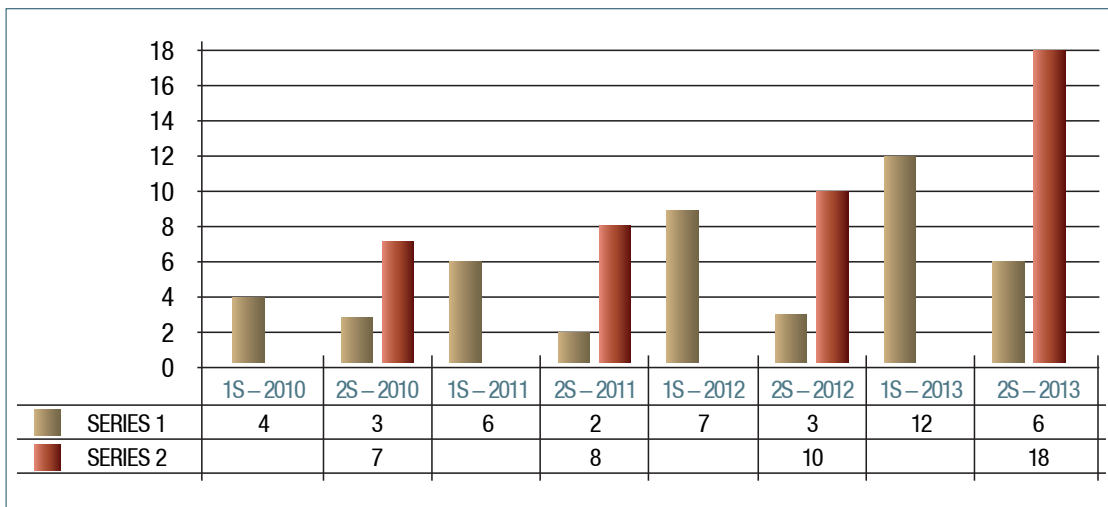
Consecución de prácticas empresariales internacionales

El aumento de oportunidades en el exterior para que los estudiantes realicen su práctica empresarial ha sido uno de los objetivos principales de esta administración.

En el primer semestre de 2013 se ubicaron en total doce estudiantes (diez en Prácticas I, dos en Prácticas II). Para el segundo semestre, 14 estudiantes realizaron su práctica en el exterior (seis en Prácticas I, ocho en Prácticas II).

Con esto se logró, para el año, un total de 18 estudiantes con prácticas empresariales internacionales, lo que muestra un crecimiento considerablemente mayor en el año 2013 de lo que se venía creciendo en los años anteriores (ver gráfica 21).

GRÁFICA 21 Prácticas empresariales internacionales



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Visitas y Prácticas, 2013.

Estudio de investigación de prácticas empresariales

En el primer semestre de 2013 se realizó por primera vez una investigación con la que se quiso medir el verdadero alcance y aporte de las prácticas empresariales en la vida profesional y personal de nuestros egresados.

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

Se tomó como muestra a los estudiantes de las dos últimas promociones de egresados del CESA (graduados: segundo semestre de 2012 y primer semestre de 2013).

Esta investigación arrojó los siguientes resultados: el 52% de los encuestados consideran que sus prácticas le aportaron para conocer la dinámica laboral; al 25% lo orientó hacia el área de interés; al 13% le enseñó a organizar, priorizar y manejar el tiempo; y al 10% restante, a manejar las relaciones interpersonales.

La gran mayoría realizó su año de práctica dentro de la misma empresa, y se logró que al 65% de los practicantes entrevistados se le delegara entre un 75% y un 100% de las responsabilidades.

Por un buen desempeño, le realizaron un ofrecimiento laboral al 72% de los practicantes encuestados, donde el 67% aceptaron la oferta, permaneciendo el 62% dentro la misma área donde realizó su práctica; y el 38% restante cambiando de área con un cargo definitivamente superior.

Los estudiantes que no aceptaron la oferta laboral (33%) tuvieron diferentes motivos: veían pocas posibilidades de crecimiento, querían irse a trabajar en los negocios de la familia, o viajar al exterior a continuar con sus estudios.

De los 29 practicantes que aceptaron la oferta laboral, a 20 de ellos les tocó, para ser escogidos, presentar otra vez proceso y pruebas de selección.

De los estudiantes que continuaron laborando con la empresa, el 83% tiene planes de continuar por un tiempo largo en la compañía; mientras 7% desea independizarse para crear su propia empresa una vez aprenda; otro 7% piensa moverse a una multinacional para realizar carrera; y tan solo el 3% planea irse para el exterior.

Se puede concluir, a través de la información recopilada de los egresados, que las prácticas empresariales cumplen con su finalidad; realmente aportan a los estudiantes para su vida personal y profesional, y facilitan su ingreso al sector laboral.

Por tanto, el 67% de los estudiantes logran realmente engancharse en dichas compañías por medio de las prácticas empresariales ofrecidas por el CESA, y con estas dan continuidad a su vida laboral.

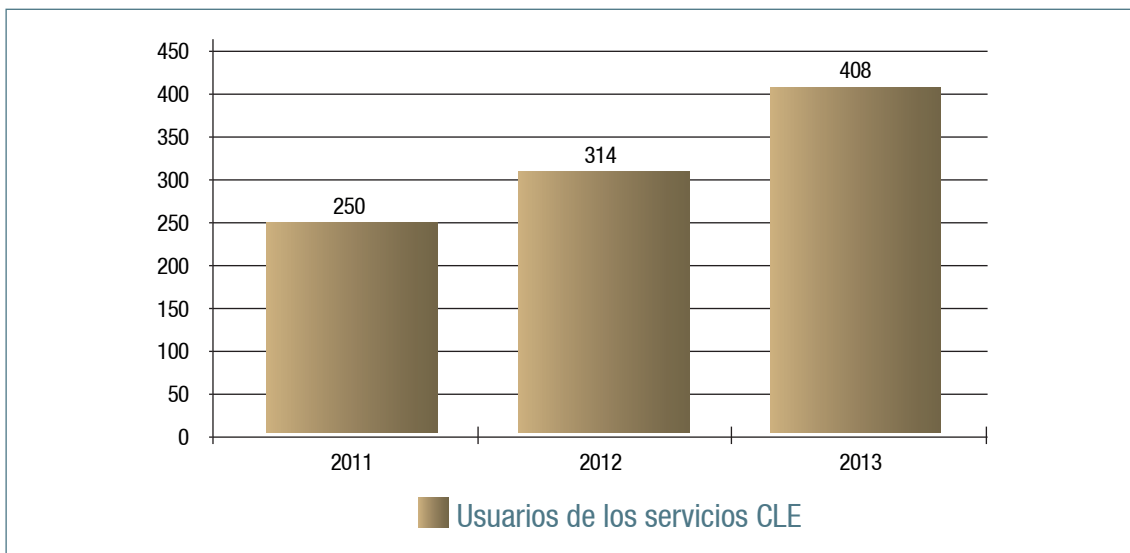


Centro de Liderazgo y Emprendimiento – CLE

El Centro de Liderazgo y Emprendimiento – CLE cumplió tres años de existencia y consolidó su posicionamiento como el ente encargado de acompañar a los estudiantes de Pregrado en la ejecución de sus proyectos e ideas de empresa. El CLE concentró su estrategia en el desarrollo de la cultura emprendedora, la creación de empresa y la innovación social.

Más de 400 estudiantes usaron los servicios del CLE; tres empresas fueron incubadas, dos nuevos consultores vinculados al proceso de asesoramiento, todos los docentes fueron capacitados en metodologías innovadoras para apoyar el emprendimiento, y se participó en más de 27 eventos de apoyo al mismo.

GRÁFICA 22. Usuarios CLE



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección del Centro de Liderazgo y Emprendimiento, 2013.

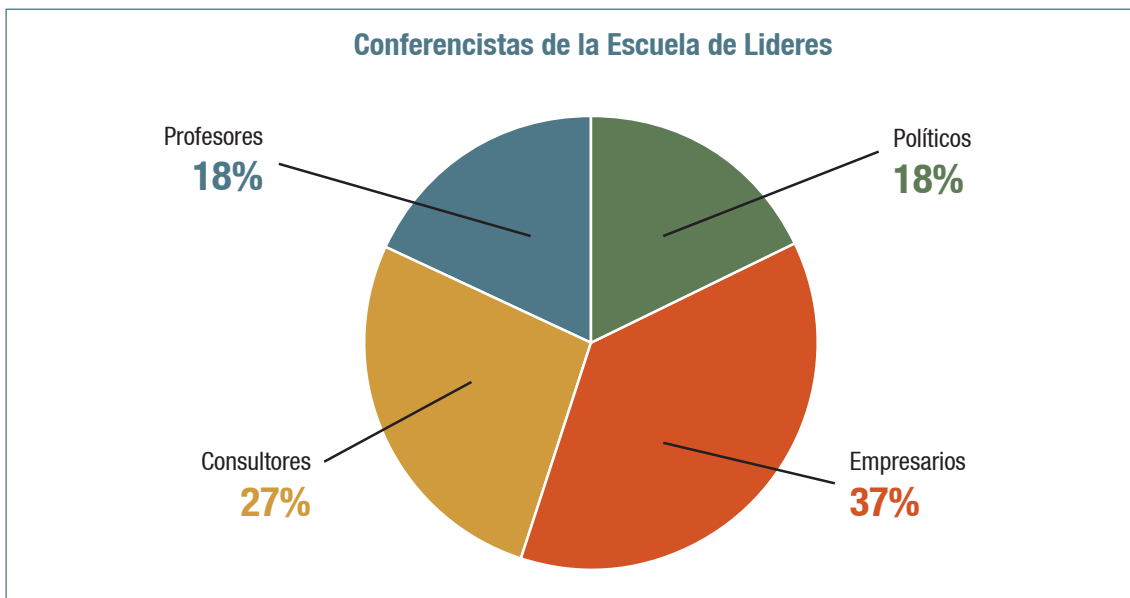
Cultura emprendedora

El CLE se convirtió en un escenario de encuentro para las actividades de liderazgo de los estudiantes y profesores. Una de sus metas fue impulsar la cultura emprendedora.

Escuela de Líderes

La Escuela de Líderes busca formar y desarrollar competencias de liderazgo en un grupo especial de estudiantes que deciden voluntariamente participar de la misma. La egresada Catalina Saab asumió la coordinación del programa; 47 estudiantes se graduaron de la Escuela de Líderes. Las capacitaciones abordaron temas como: definición de proyecto, comunicación estratégica y personal, liderazgo, y trabajo en equipo. Los conferencistas fueron empresarios, políticos y líderes nacionales que compartieron con este selecto grupo de estudiantes.

GRÁFICA 23. Perfil de los conferencistas de Escuela de Líderes



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección del Centro de Liderazgo y Emprendimiento, 2013.

Participación del ecosistema

El CESA fue protagonista en los eventos más importantes del Emprendimiento de América Latina y Colombia. El CLE, junto con algunos estudiantes, participó en el Congreso Mundial de Emprendimiento en Río de Janeiro, y la Feria de Emprendimiento del CESA estuvo en la agenda de la Semana Global del Emprendimiento. En Colombia, el CESA participó en el comité organizador del evento realizado por Telefónica y el IE, el AppsCircus, y fue asistente del Evento de Emprendimiento de Colombia Joven. Así mismo, participó de la Feria de Emprendimiento del Externado, y acompañó a la ANDI del Futuro para encontrar a los estudiantes con perfil emprendedor que pudieran pertenecer a la comunidad de emprendedores de la ANDI. 20 jóvenes del CESA fueron patrocinados para asistir en el Foro de Líderes en la U, y la Institución participó en la realización Colombia Start Up , Startup y del Investment World Summit.

En la casa

Dentro de las actividades apoyadas a estudiantes y profesores del CESA, el CLE participó de la exitosa campaña Pay it forward, donde se invitaba a los estudiantes a realizar favores a los demás y comprometerse a ser amables, campaña en la que participaron 145 estudiantes. El CLE, igualmente, acompañó la campaña Remángate, que realizó una marcha de sensibilización frente a las víctimas de las minas antipersonas, a la que asistieron 600 estudiantes. Igualmente, se acompañó a Bienestar en la ejecución de su programa de Escuela de Líderes para niños.

Innovación social

El CLE acompañó a cuatro emprendedores sociales que buscaban apoyo del CESA para la ejecución de sus proyectos sociales, y buscó ser líder y partícipe de los eventos más importantes de innovación

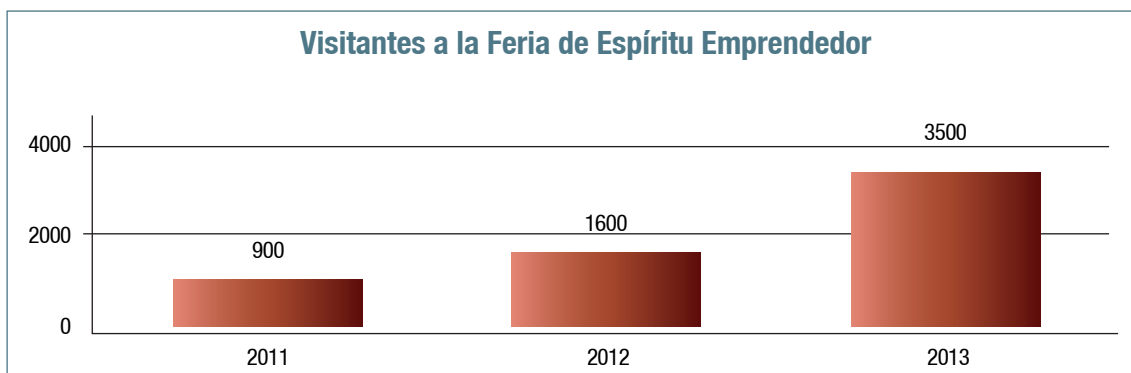
social de América Latina con su participación en la Asamblea de Gobernadores del BID. El CLE cumplió su misión de transferencia de conocimiento mostrando las últimas investigaciones sobre el tema en Medellín, Barranquilla y Cartagena. Adicionalmente, el CESA participó como organizador del Foro de Voluntariado Universitario.

Emprendimiento

Espíritu Emprendedor

El CLE nombró como coordinador a Juan David Aristizábal Ospina para que generara un proceso de renovación y mejoras pedagógicas en la materia. 220 estudiantes participaron en la clase, se contó con 45 mentores, y 30 se enlistaron para ser mentores el próximo año. Así mismo, se abrió una nueva sesión en inglés, avanzando hacia la meta del CESA de tener el programa de Pregrado 100% en esta segunda lengua. AECESA se convirtió en el aliado estratégico para la ejecución del programa; ocho instructores acompañaron al Centro de Emprendimiento para hacer innovaciones pedagógicas en la clase; los mentores recibieron seis capacitaciones; la Feria de Emprendimiento llegó a un nivel asistencia de 3.569 personas; y aumentó, según encuestas, el nivel de satisfacción de los estudiantes con el programa.

GRÁFICA 24. Visitantes a la Feria de Espíritu Emprendedor



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección del Centro de Liderazgo y Emprendimiento, 2013.

Ideación

El CLE acompañó a estudiantes, colaboradores y egresados que tienen sus empresas en etapa inicial o de reestructuración. Igualmente, acompañó a tres colaboradores del CESA en la formación de sus empresas, quienes se presentaron en la Feria de Espíritu Emprendedor. Por último, acompañó a Alberto Jaramillo, egresado del CESA, a reestructurar su empresa y aumentar las ventas.

Incubación

La incubación es la tapa que comprende todas aquellas actividades que permiten la puesta en marcha y el financiamiento del proyecto, y que cuentan con un grupo de apoyo, el cual brinda acompañamiento a cada emprendedor. Adicionalmente, se brinda espacio físico y conexión al ecosistema de emprendimiento.

Durante el 2013 se incubaron tres proyectos de emprendimiento, a saber: We Love Nails, de Daniella Moscarella; Divezco, de Juan Diego Rodríguez; y Grobma, de Sebastián Montejo. A estos grupos se les dio la oportunidad de realizar el proceso de incubación y, adicionalmente que valiera como su práctica empresarial.

Con estos proyectos se realizó el siguiente proceso:

- Se les brindó el acompañamiento para iniciar sus primeras etapas en el emprendimiento.
- Fueron postulados al concurso del Estudiante Emprendedor.
- Participaron de la Feria de Jóvenes Empresarios organizada por Colombia Joven.
- Se creó un espacio físico dentro de la Institución para que pudieran trabajar cómodamente.
- Se realizó un seguimiento constante a sus actividades y a su evolución en el plan de negocios.



La Asociación de Egresados del CESA se encuentra compuesta por una Junta Directiva elegida por periodos de dos años, por comités Financiero y de Autosostenibilidad, de Emprendimiento, Comunicaciones y Relacionamiento, de Empleo y Comunidad.

El cumplimiento de las metas establecidas por la Junta Directiva, sumado a la gestión de la operación, generación de proyectos y acompañamiento de los diferentes comités, se encuentra a cargo del Director Ejecutivo, que es miembro partícipe de todos los comités referidos en el presente Informe de Gestión y que, a su vez, cuenta con un practicante administrativo y una asistente.

Comité Financiero y de Autosostenibilidad

Su objeto es velar por la autosostenibilidad de la Asociación de Egresados, revisar los informes financieros, administrativos y contables; al igual que impulsar la autosostenibilidad y crecimiento por medio de la ejecución de estrategias, proyectos y eventos.

Dentro de los eventos realizados, el jueves 26 de septiembre se llevó a cabo el Primer Torneo de Cacho y Póker de AECESA en la vitrina de Automercol de la calle 90 con 12. Se obtuvieron satisfactorios resultados ante una asistencia de cerca de 80 egresados de diversas generaciones y una financiación autónoma del 80% del evento. Los egresados destacaron, a lo largo de la noche, la calidad y organización del evento, cobertura de medios sociales (Revista TV y Novelas versión digital), patrocinadores y premios.

Comité de Emprendimiento

El propósito del Comité de Emprendimiento es consolidar a la Asociación de Egresados del CESA por medio de diferentes programas, como gestor de emprendimiento de sus miembros activos y futuros. Igualmente, busca enriquecer con ideas y acciones concretas el proceso de Espíritu Emprendedor que la Institución ha incluido en su pénsum académico.

Este comité trabaja en equipo con el CESA a través del CLE y la Dirección de Pregrado, para alinear un proceso que ha involucrado en promedio a 130 estudiantes, cinco profesores, siete monitores, 30 mentores y 62 panelistas en cada uno de los cinco semestres.

Existe a la fecha un portafolio permanente de más de 98 mentores con experiencia y competencia muy variada, y que tienen en común su pertenencia al CESA, la pasión por su carrera, la conciencia de reconocerse privilegiados en la sociedad, y el compromiso de devolver a las nuevas generaciones los conocimientos y valores que recibieron, para construir un país más justo y próspero.

La participación como panelistas, y en especial como mentores en Espíritu Emprendedor, es, sin ninguna duda, la actividad que ha desarrollado AECESA que más ha acercado a los egresados a su alma mater, y ha permitido que entreguen a la nueva generación de estudiantes los valores y principios que ellos recibieron de sus fundadores y profesores, transmitiendo el ADN de la Institución y dejando el sello CESA en los nuevos administradores.

En el cumplimiento de sus objetivos dentro del programa de Espíritu Emprendedor para el año 2013 se desarrollaron las siguientes actividades:

- **Desayunos semestrales introductorios del programa:** desayunos a los cuales fueron invitados todos los mentores potenciales para el respectivo semestre. En este se entregaron los lineamientos bajo los cuales se rigió el proceso, se plantearon las expectativas del mismo, los conocimientos académicos de los estudiantes que a la postre conformarían los grupos y la metodología bajo la cual se efectuaría, entre otros temas. Del mismo modo, este desayuno cumplió la función de acercamiento entre AECESA, el CLE y los mentores, con el fin de hacer efectivos los puentes de comunicación a lo largo del semestre académico.
- **Desayunos de presentación del Método Canvas:** posterior a la asignación de los mentores, se efectuó un desayuno de presentación y capacitación de estos en el Método Canvas utilizado dentro del programa de Espíritu Emprendedor, con el fin de cohesionar la metodología de trabajo de la materia con la concepción estructural que tiene el mentor sobre incubación de iniciativas emprendedoras.
- **Selección de panelistas:** durante el año 2013 fueron seleccionados cerca de 80 panelistas para evaluar los proyectos de emprendimiento. Se obtuvo una tasa ampliamente satisfactoria de asistencia/posconfirmación, hasta llegar a un 100% en el segundo semestre, donde se contó con mayor cantidad de panelistas por sesión de lo planificado (hasta cinco panelistas por sesión).
- **Paneles en inglés:** se desarrolló con un rotundo éxito el primer semestre de paneles en inglés. Desde el montaje de esta metodología en el 2013 II, fue seleccionado un grupo de egresados con un destacado nivel de inglés (en la mayoría de los casos con un nivel nativo), y se recibió como

recomendación que, desde el momento en el que se diera inicio a la sesión, todos los integrantes del grupo de paneles hicieran uso de ese idioma.

Comité de Empleo

El Comité de Empleo nace con la intención de potenciar la bolsa de empleo de AECESA, asesorar a oferentes de empleo a nivel laboral, establecer contactos corporativos que beneficien a nuestros miembros y fortalecer relaciones con las principales empresas a nivel nacional e internacional para que hagan uso del talento, experiencia, calidad humana y conocimientos de nuestros egresados.

Dentro de las actividades que se desarrollaron en el 2013 se encuentran:

- Consolidación y verificación de base de datos de potenciales oferentes: paralelo al trabajo de actualización y revisión de la base de datos avanzado por el Comité de Comunicaciones de AECESA, se desarrollaron diferentes actualizaciones de la base de datos registrada dentro del programa File Maker, ya fuera por contacto directo o por solicitud del miembro vía correo electrónico o telefónicamente.
- Es destacable el aumento en la frecuencia y calidad de ofertas dirigidas a puestos gerenciales dentro de las organizaciones, lo que motivó a un aumento en la recepción de hojas de vida y en las solicitudes de actualización de datos.
- Se desarrolló un modelo técnico (información de filtro y de búsqueda de aspirantes) del portal de intermediación laboral.

- Fueron diseñados los formularios de registro y operación tanto de empresas como de candidatos para sistematizar la bolsa de empleo de AECESA. Su montaje definitivo se encuentra en espera de las exigencias requeridas por el Ministerio de Trabajo, en cumplimiento con el decreto 722 de 2013, que reglamenta de manera específica los portales de intermediación laboral.
- Se realizó un testeo de la información solicitada a los egresados dentro del perfil profesional (para implementación dentro del portal de intermediación), con lo que se obtuvo un grupo representativo de 500 egresados y valiosas sugerencias que han permitido perfeccionar el modelo propuesto.
- Se sostuvo una reunión con el señor Alex Estacio del Ministerio de Trabajo, que hace parte del grupo de quienes se encuentran diseñando el portal unificado de bolsas de empleo en Colombia (que interactuará con los diferentes portales de intermediación laboral), para obtener información sobre las exigencias técnicas y presentarle el proyecto del portal de AECESA. Lo anterior con el fin de recibir sus respectivas recomendaciones, a la espera de conocer de manera definitiva lo que deberá contener el mismo.

Comité de Comunicación y Relacionamento

Tiene como objeto estructurar un plan de comunicación y relacionamiento para los egresados del CESA que permita tener contactos estructurados, oportunos, periódicos, metódicos y que le generen valor a la comunidad.

A lo largo del año 2013, el comité adelantó los siguientes proyectos:

- Generó los contenidos para la página web de AECESA.
- Determinó, en conjunto con el área de comunicaciones del CESA, que, de manera inicial, la administración de la página sería efectuada por ellos, hasta el momento en el que sea seleccionada una persona encargada de las comunicaciones dentro de la Asociación.
- Desarrolló el diseño técnico cooperación con los diferentes comités de AECESA, con el fin de brindar un espacio para el desarrollo de cada una de las unidades de trabajo.
- Estructuró una Promesa de Marca que contempla la razón de ser y hacia dónde se quiere llegar con la Asociación, y se implementó su respectiva estrategia de comunicación para forjar las bases que propendan el crecimiento de la Marca, la identificación del logotipo y la identidad del nombre.
- En colaboración con el área de comunicaciones del CESA, desarrolló un proceso de verificación total de la base de datos de la Asociación.

Comité de Comunidad AECESA

El Comité de Comunidad AECESA es el encargado de diseñar, desarrollar e implementar estrategias encaminadas a hacer de la Asociación una entidad atractiva para sus miembros, apersonándose de la presentación y/o evaluación de las propuestas de generación de valor y sentido de comunidad. Se encuentra compuesto por: Luisa Villegas, Juanita Ordoñez, Patricia Jiménez y Catalina Saab.

Dentro de las propuestas evaluadas durante el año 2013 se encuentran:

- El viernes 16 de agosto se efectuó el “Segundo Encuentro Costa Caribe AECESA”, en el cual estuvieron presentes el Rector del CESA, José Manuel Restrepo; el Vicerrector, Henry Bradford; la Directora Ejecutiva de AECESA, María del Rosario Navia; y el promotor de la comunidad de la Costa Caribe, Fernando Lee, junto a un gran número de egresados y padres de familia, los cuales disfrutaron de un evento empresarial y social marcado por la hermandad y amor hacia la Institución que los formó y hacia la asociación que está en continua comunicación con ellos.
- El 26 de septiembre de 2013 se llevó a cabo el evento denominado “De Tapas y Vinos con el Vicerrector” en Madrid (España). El evento contó con la presencia del Sr. Vicerrector del CESA, Henry Bradford, y varios egresados con residencia en ese país que fueron invitados de manera personal vía telefónica por la Asociación de Egresados, la cual no solo logró contactar a los asistentes al evento, sino que aprovechó la oportunidad para crear puentes de comunicación con la comunidad de egresados que se encuentran en toda España.

- Torneo de Golf y Tenis CESA – AECESA: el viernes 18 de octubre de 2013 se llevó a cabo el tradicional Torneo anual de Golf y Tenis del CESA y AECESA, que contó con la participación de numerosos egresados quienes, como miembros de la Asociación, recibieron premios y regalos especiales a lo largo de la jornada, entregados por la directora, María del Rosario Navia.
- El martes 5 de noviembre de 2013 se llevó a cabo el lanzamiento del libro *Una corta historia, una gran labor, un gran futuro* de Marco Fidel Rocha, evento al que fueron invitados de manera personalizada cientos de egresados que, junto al antiguo Rector del CESA, recorrieron los pasillos de la Institución.





| | |
|-----------------------------|-----|
| Biblioteca | 194 |
| Tecnología | 199 |
| Financiero | 207 |
| Comunicaciones | 213 |
| Gestión humana | 234 |

5



Modernización



Biblioteca

El camino hacia la calidad para la educación del siglo XXI

Innovación, creatividad, investigación, aprendizaje colaborativo, experiencias de apropiación de conocimiento, entorno digital, ética, responsabilidad social, emprendimiento y momentos de verdad de la relación alumno-docente son los pilares en la formación integral de las futuras generaciones, y sobre los cuales se debe repensar la educación del siglo XXI.

Repensar la educación del siglo XXI implica forjar espacios educativos para mejorar la calidad académica, generar y transferir nuevo conocimiento aplicado, ser competitivos, promover el trabajo colaborativo e intercambio de ideas para innovar y crecer integralmente.

La Biblioteca del Colegio de Estudios Superiores de Administración, repensando su modelo como Centro de Recursos para el Aprendizaje, la Investigación e Innovación (CRAII), viene transformando su infraestructura física, tecnológica, de recursos y servicios para generar los espacios educativos a la comunidad CESA, de tal forma que permita satisfacer las necesidades y expectativas de recursos de información en la formación de los mejores líderes empresariales.

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

Durante el año 2013 se siguió avanzado en el camino hacia la calidad; la participación activa y directa de la comunidad de usuarios CESA en este proceso se ha reflejado en cada uno de los procedimientos que se están certificando: gestión de servicios, gestión de recursos de información, gestión de recursos y contenidos digitales, y biblioteca como centro de cultura y alfabetización informacional.

Sistema de gestión de calidad Biblioteca

Levantamiento y documentación de procesos y procedimientos del SGC Biblioteca (áreas misionales y áreas de apoyo. Definición estructura organizacional Biblioteca).

Infraestructura física y tecnológica

Se terminó e inauguró la fase II de modernización infraestructura física y tecnológica de la Biblioteca. Con ella se amplió la capacidad en áreas de estudios para 55 puestos de trabajo (14 mesas especiales con tablero acrílico), dos salas adicionales con estaciones de consulta, zona ecosistema y fuente de agua.

Así mismo, se inició la fase III de modernización infraestructura física y tecnológica de la Biblioteca, con la que se crearon amplios espacios de lectura en las mansardas, nuevas baterías de baños, sala virtual y Centro DIGA. Con la Vicerrectoría, Dirección Infraestructura, Dirección de Tecnología, Dirección Biblioteca y Arquitecto se definió el mobiliario.

Se realizó la implementación del nuevo Software bibliográfico KOHA a partir de diciembre de 2013. KOHA (reemplaza SIABUC) genera valor para área administrativa, redes sociales, visibilidad de servicios, facilidad para el usuario.

Política desarrollo de colecciones

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

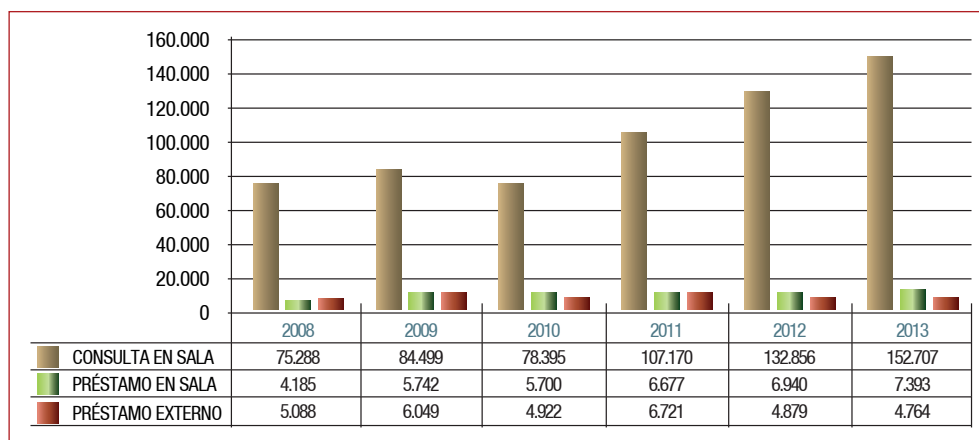
- Revisión bibliografía básica y recomendada de cada uno de los syllabus, y compra de todos estos recursos para dar cumplimiento de disponibilidad del 100% para el año 2013.
- Oferta nuevos contenidos en bases de datos, casos empresariales, *ebooks*, accesos *open Access*.
- Promoción y envío contenidos académicos a comunidad de usuarios a través de Papernet, email y formato físico.
- Envío boletín de adquisiciones recursos biblioteca bimestral y semestral.
- Apoyo y consultoría a líneas de investigación CESA.
- Fortalecimiento alianzas estratégicas con editoriales para disponibilidad de novedades bibliográficas, catálogos de libros, muestras para la comunidad docente y asistencia a Feria Express.
- Realización de inventario físico de la colección de recursos de información según lineamientos y cronograma del SGC biblioteca.

Nuevos recursos y servicios

- Implementación servicio Discovery CESA.
- IAE (casos y notas técnicas).
- Oxford Business Group (estudios de países).
- Afiliación a ISTECS (acceso a recursos, servicios y contenidos a más de 60 bibliotecas de América Latina a través de CELSIUS y LIBLINK).
- Base de datos libros electrónicos EBSCO (nuevas colecciones con más de 5.000 títulos).
- ANIF: Paquete Platinum.
- Suscripción publicaciones Fedesarrollo.
- WOBI: Licencias para ver contenidos de videos.
- ICONTEC: norma nacional e internacional de certificación. Es una plataforma tecnológica que le permite consultar contenidos de las Normas Técnicas Colombianas en el lugar donde se encuentre y a cualquier hora.
- JSTOR (suscripción nuevas colecciones de *Business II* y *III*).
- Rediseño servicios a través de Papernet.
- Conmutación bibliográfica (CELSIUS).

Servicios

GRÁFICA 25. Estadísticas de servicios de la Biblioteca



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Biblioteca, 2013.

Divulgación y comunicación Biblioteca

- Sitio web Biblioteca: se colocaron nuevos botones de servicios: “Discovery CESA”, “Buzón PQR Virtual” y “Plan de Alfabetización”.
- PAPERNET: se cambió la arquitectura de diseño de las bases de datos, se colocaron banners acorde a cada servicio. Semanalmente se envían contenidos para toda la comunidad CESA.
- Concurso de investigación documental en emprendimiento: se entregó iPad para el grupo ganador en la muestra empresarial de primer y segundo semestre 2013.
- Estímulo lector: placa y bono al usuario que utilizó mayor cantidad de recursos bibliográficos de la Biblioteca en el primer y segundo semestre del año.
- Divulgación noticias Biblioteca principales revistas especializadas Colombia y de CLADEA (trabajo realizado por María Mercedes Plata, Dirección Biblioteca y Dirección de Comunicaciones y Marketing Biblioteca).
- *Site* Biblioteca.
- Evento relanzamiento serie videos empresariales en convenio con PyB.
- Organización de la Feria Express de los recursos y servicios de la Biblioteca, evento “Bienvenida Docentes primer y segundo semestre 2013”.
- Se realizaron campañas de lectura, silencio y consumo de alimentos durante el primer semestre 2013. Para el segundo semestre se aplazó por obras de infraestructura física.
- Se asistió y participó con ponencia en la Reunión de Directores de Centros de Información Consejo Latinoamericano de Escuelas de Negocios CLADEA, Río de Janeiro, con el tema “Sistema de gestión de calidad biblioteca CESA: Caso de estudio– Ecosistemas de información”.

Alfabetización informacional – formación de usuarios

Se implementó el programa de alfabetización informacional (formación de usuarios) para inducción alumnos primer semestre Pregrado y posgrado, talleres especializados, talleres libres, jornadas de actualización en recursos y servicios para la comunidad de usuarios CESA.

TABLA 23. Estadísticas de capacitación

| 2013 ALFIN | Inducción de servicios y visitas guiadas estudiantes nuevos | Talleres indispensables | Talleres de capacitación a la medida | Talleres especializados |
|---------------|---|----------------------------|--|----------------------------|
| TOTAL | 262 | 43 | 12 | 14 |

FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Biblioteca, 2013

Tecnología

Infraestructura tecnológica

Core tecnología

Se trata de un nuevo peldaño en el proceso de construcción de una plataforma tecnológica capaz de soportar los requerimientos actuales y los desafíos de un futuro inmediato que comenzó en 2010. Hoy, 2014, la plataforma virtual del CESA se consolida y se transforma, pasando de un modelo privado a un modelo híbrido que permite a la Institución tener alta disponibilidad con un data center alterno.

Este año se caracterizó por el trabajo conjunto con los proveedores de infraestructura y servicios en la nube en el diseño y evaluación de alternativas. El nuevo modelo *on demand* permite responder no solo a las necesidades del Plan Estratégico sino también a cualquier contingencia o necesidad de crecimiento no presupuestado.

En términos generales, la respuesta a las necesidades originadas por el crecimiento en los programas académicos hizo que se ampliara la capacidad de cómputo del *data center* y el tamaño de la red cableada en forma significativa. De igual forma, se adelantaron actividades secundarias de diseño de la plataforma de continuidad de operaciones y servicios de comunicaciones que se implementarán en el 2014.

Se mantuvo el alto nivel en los indicadores; el de disponibilidad en redes y servidores (superior al 99,7%, comparable con el de las grandes ISP) y el de respuesta a la demanda de requerimientos operacionales y computacionales en proyectos como el portal, el CRM, los informadores, la automatización de salones, los repositorios de medios y la actualización de los sistemas de información de la biblioteca, entre otros.

Plataforma de servidores

La plataforma computacional en servidores creció en más de un 40% su poder de cómputo, lo que permitió soportar con éxito tanto las operaciones propias de la actividad académica como los nuevos proyectos institucionales. En 2013, como en el año anterior, se optimizó el desempeño y el tiempo de respuesta de la plataforma, con lo que se logró mantener un nivel de disponibilidad por encima de 99,7%. Se realizó una labor constante de actualización y entrega de servidores para responder a la demanda de la organización.

Se instalaron servidores adicionales para fortalecer la seguridad interna y perimetral para ampliar la gestión y el monitoreo de red, ampliar también la asignación de direcciones, y reforzar la validación de usuarios y la resolución de nombres.

Storage (almacenamiento)

Se continuó durante el 2013 con las labores de asignación de espacio para el mantenimiento de las copias de respaldo tanto de los sistemas de información como de los usuarios. Se mejoró el control de las copias diarias, semanales y mensuales en los medios magnéticos y se continuó enviando en forma periódica programada a Setecsa para su custodia y administración. Se adquirió el software VEAM backup, solución de backup, replicación, restauración para máquinas virtuales VMware e Hyper-V que ofrece una protección de datos potente, de fácil uso y administración.

Infraestructura de comunicaciones

Crecimiento y evolución de la infraestructura de red

Se continuó con el proceso de adopción del estándar de cableado 6A en la nueva Casa Carrera 5 ala sur, con los dos nuevos salones de cómputo en Fundadores, las oficinas administrativas y los salones de la nueva Casa CESA y la remodelación de los salones de la Casa Incolda.

En el marco de este proceso se formalizó y afianzó el proceso de definición y adecuación de un centro de cableado por casa, e instalación de las redes por mano de obra certificada, utilizando materiales que cumplan con las normas y certificaciones internacionales, a través de convenios de apoyo con los fabricantes que garanticen la calidad de las instalaciones y que soporten los cambios tecnológicos próximos.

A nivel de conectividad *backbone*, continuaron los trabajos de organización de la fibra existente y se adelantaron los tramos internos de la fibra que conectará todas las casas en un anillo. No solo se ofrecerán mejores velocidades de comunicación sino que, en caso de que se presente una falla en alguno de los enlaces, no se aislará ninguna de las casas; se invertirá el circuito.

Red inalámbrica

En redes inalámbricas se continuó fortaleciendo el servicio y se respondió al crecimiento de equipos de los usuarios conectados, que llegó a unos 500 en promedio.

En redes cableadas se tuvo un indicador de disponibilidad de 99,96% afectado de igual forma por problemas en el suministro eléctrico de algunas casas.

En cada una de las salas y espacios nuevos se amplió el servicio de acceso. Hoy se tienen instalados unos 88 equipos de acceso y dos controladoras.

Comunicaciones de borde a internet

Una de las principales preocupaciones de la Dirección de Tecnología es la calidad del servicio de acceso a internet ofrecida a los usuarios. En este sentido, se mejoraron los mecanismos de visibilidad del tráfico de red y se optimizaron los equipos de borde. Así mismo, se implementó una herramienta para la optimización de los canales de internet, la reorganización de prioridades y asignación de ancho de banda a las diferentes redes.

En 2013 se continuó con los dos enlaces (dos operadores) de acceso a internet, se optimizaron los tiempos de acceso a *websites* internacionales y se duplicó el ancho de banda de uno de ellos. El indicador de disponibilidad sobre servicios de red y acceso a internet se ubicó en 99,6%.

Salones y creación de salas especiales

Automatización

En diciembre de 2013 se finalizaron las obras y trabajos para la entrega de tres nuevos salones; uno en Casa CESA, Salón 201, automatizado; y dos nuevos salones de cómputo (Casa Fundadores 201 y 202) con capacidades de 32 y 36 equipos respectivamente, producto de la transformación del salón de presentaciones de esta casa. De igual forma, se iniciaron las labores de instalación del sistema de sonido, luces y proyección para el salón múltiple en la nueva casa, el cual entrará en servicio a finales de febrero de 2014.

Estos nuevos salones cuentan con un sistema de automatización que se controla desde la estación del puesto de profesor

(luces, proyección, sonido), un computador y varios tableros (fijos y corredizos). Hasta la fecha ha sido un éxito y ha tenido una alta acogida entre los profesores que dictaron clase durante el año. Este centro de control no solo permite proyectar contenidos propios sino también conectar otras fuentes como equipos de video, cámara de documentos y/o computador portátil del profesor o estudiantes.

Las salas especiales están dotadas con equipos de cómputo (según propósito), software y contenidos orientados a los objetivos y propósitos de su creación, y que apoyen las actividades que allí se desarrollen. Es el caso de la sala Marketing_lab, dotada de hardware, software estadístico y de análisis, y que brinda el acceso a bases de datos que apoyan las labores de investigación en esta rama.

Desde noviembre se está preparando el proyecto de creación de una sala como centro autorizado para los exámenes TOEFL, que entro en funcionamiento en el mes de febrero de 2014 como preámbulo a los requisitos del nuevo programa MBA internacional.

Reposición, actualización y mantenimiento

La reposición de equipos se realizó en dos etapas; una que respondió a la necesidad de nuevas salas de cómputo producto del incremento en la demanda en los programas de pregrado y posgrado. Se Inauguraron dos nuevas salas de cómputo; una en Casa Fundadores, Mansarda Arango; y otra en Casa Rocha, Salón 201, ambas con equipos AllinOne core i7. Los equipos de las salas Rocha 201 y 102 se enviaron a la Biblioteca para reforzar el programa de préstamo de equipos que se implementó en el 2012.

Este programa ha tenido una gran acogida y cuenta hoy con 78 equipos portátiles para préstamo, incluyendo los 20 equipos nuevos adquiridos a mediados de 2012.

En la administración se actualizó más del 80% de los equipos y se reemplazaron por otros provenientes de la academia, como lo exige la política de rotación institucional. La administración cuenta hoy en un muy alto porcentaje con equipo desktop con procesadores core i5.

Para esta vigencia se adquirieron 120 computadores, 100 All-in-One core i7 y 20 portátiles core i5, los cuales se asignaron todos a la academia (profesores, salones de cómputo, salones especiales y Biblioteca), completando 518 computadores en la academia y 92 en la administración.

Se actualizaron las versiones de sistema operacional, antivirus, utilitarios y todo el software académico (EXCEL, SPSS, CrystalBall, MathLab, Mathematicas, Eview, Plagirium, Project, Visio, MindManager, suit de Acrobat, EndNote y los simuladores, entre otros) y el administrativo.

Sistemas de información

Se realizaron labores de actualización y mantenimiento en todos los sistemas de información tanto en sus aplicativos como en sus bases de datos: Snies, Siabuc, Repositorio, MyCesa y Siigo.

LMS (P@pernet)

Como en los últimos 15 años, continúa como la plataforma de comunicaciones y apoyo a clases más importante y utilizada por la comunidad académica y administrativa. Este año los procesos de

administración y capacitación docente correspondiente a la oferta académica los realizó el área de control y registro.

En promedio, el sistema por semestre se incrementó en 450 sesiones con respecto al año anterior. Entre las labores que realizamos están las mejoras en los tiempos de respuesta, las correcciones y actualizaciones, las copias de respaldo y la asistencia en los exámenes automáticos.

Se actualizó a la nueva versión el módulo para móviles y se actualizó la versión 8.0. El módulo para móviles permite a todos los miembros de la comunidad de usuarios de Papernet tener acceso al sistema desde los dispositivos móviles.

MyCesa

Para este año se retomó el tema del servidor para virtualizarlo en la granja de servidores y ajustar el formulario de inscripciones. Este módulo se colocó en producción y se usó en los procesos de inscripción de Pregrado y algunos de posgrado en las dos vigencias.

Plan de contingencia aplicaciones

Se realizaron reuniones con cada uno de los proveedores de los sistemas información y se definió el plan de contingencia de cada uno de los sistemas de información. Apoyando el sistema de gestión de calidad, se formalizaron los procedimientos de toma de copias de respaldo tanto de los sistemas de información como de los equipos de los usuarios. Paralelamente, se implementó el proceso de automatización de copias de respaldo a las máquinas virtuales apoyadas en el software Veeam Backup.

Helpdesk

Por tercer año, el grupo de la mesa de ayuda respondió a las necesidades de crecimiento y a las transformaciones en la infraestructura física de la organización, logrando niveles de respuesta altos, lo que es congruente con el resultado consolidado en las encuestas de satisfacción presentada a los administrativos; por encima de 75 en una escala de 0 a 100. Se amplió el horario de atención diaria y los medios de comunicación, y se implementó el servicio de atención con dos operadoras; una en el día, y otra en la noche y los sábados.

Herramientas de gestión

Durante el 2013 se actualizó y administró el sistema de gestión de red, lo que permitió de manera inmediata ver el estado del tráfico de red, ver los equipos que se encuentran conectados a esta, e implementar acciones rápidas y efectivas que respondieron a la estabilización del sistema.

Financiero

La dirección financiera, durante el año 2013, orientó sus esfuerzos y ha venido trabajando en:

- Administrar los recursos para dar cumplimiento de las metas presupuestales planteadas para el año 2013 y el Plan Estratégico 2010-2014.
- Se inició el plan de trabajo y diagnóstico para la implementación y transición de la Información Financiera bajo Normas Internacionales, NIIF.

- Durante el segundo semestre de 2013 se efectuó el levantamiento de inventario de activos fijos y se realizaron avalúos comerciales a los predios de propiedad de la Institución, lo cual permitirá tener bases confiables para la implementación de las NIIF.
- Se implementó el proceso de recaudo en línea, a través de la página web del CESA, con tarjeta débito y crédito, de los derechos de inscripciones y matrículas, herramienta que permite a los aspirantes y estudiantes realizar los pagos de manera virtual, segura, y evitar así el desplazamiento hasta las entidades financieras.
- Se continuó con el apoyo oportuno a las diferentes unidades para garantizar los recursos financieros en la ejecución de los planes estratégicos de cada unidad.
- Durante el año se implementaron algunos procesos y formatos para permitir que el nuevo modelo de Revisoría Fiscal cuente con la información detallada y pueda evidenciar las conciliaciones entre cuentas.
- En aras de promover el desarrollo intelectual y personal, se inició el programa de capacitación el personal que integra el área financiera en programas como Normas Internacionales NIIF, Actualización Tributaria, Análisis Financiero, y Crédito y Cartera, entre otros.

Durante el año 2013 la gestión ante las entidades gubernamentales de reporte de información, pagos de impuestos y aportes parafiscales fueron presentados cumpliendo con las normas legales y fechas establecidas.

Inversiones

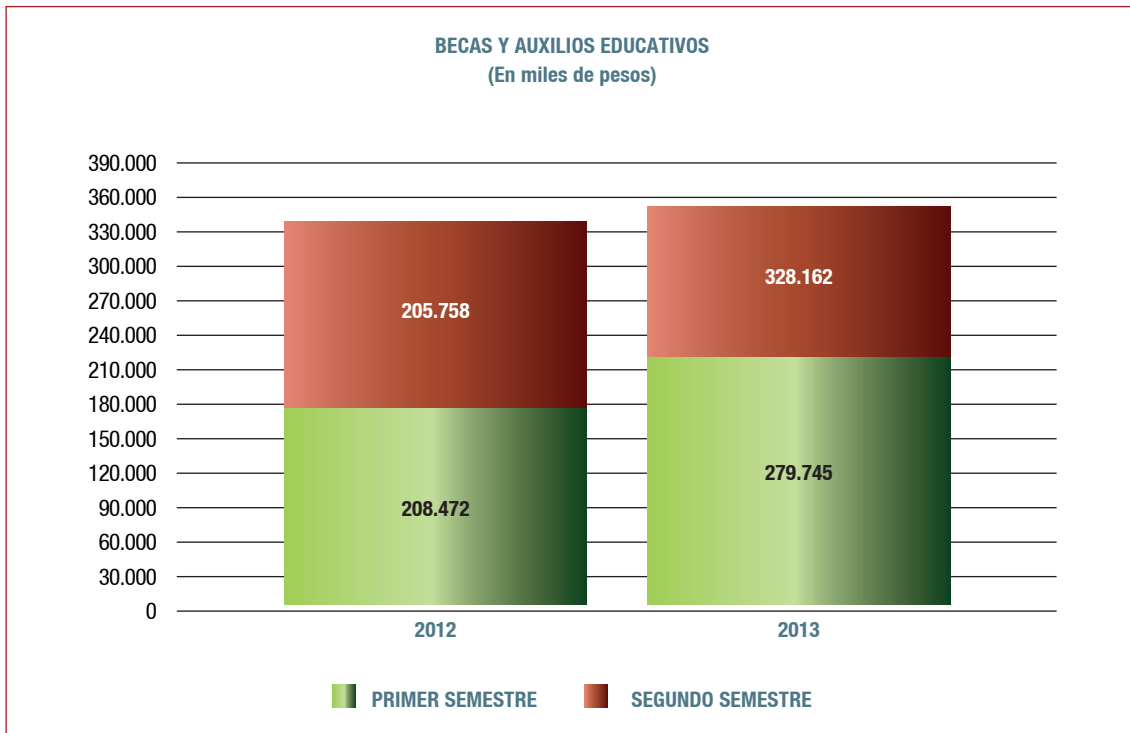
Con miras a mejorar y mantener los altos estándares de calidad académica, mejor infraestructura y alta tecnología, durante el año 2013 el CESA invirtió más de cinco mil millones de pesos en:

- Remodelaciones de las sedes Carrera 6 y Carrera 5 con salones, aulas de audiovisuales, oficinas, cafeterías y áreas sociales.
- Remodelaciones y adecuaciones de salones y cafeterías en las casas Arango, Rocha, Echavarría, Lleras y Fundadores.
- Finalización de remodelación y adecuación de las casas Biblioteca I y Biblioteca II.
- Plan de modernización en tecnología y automatización de salones.
- Inversión en muebles, equipos de salones y comunicación.

Becas y auxilios educativos

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

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

GRÁFICA 26. Becas y auxilios educativos

FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección Financiera, 2013.

Financiación a estudiantes

Con el propósito de financiar a los estudiantes en el pago de la matrícula con una tasa de interés preferencial y a un largo plazo, el CESA renovó y suscribió nuevos convenios con el Banco Pichincha, Helm Bank y Sufi (Bancolombia). A pesar de que el número de estudiantes creció, los créditos directos otorgados por el CESA se mantuvieron en el 3%, igual que el año anterior.

Resultados financieros

Durante el año 2013, los ingresos operacionales se incrementaron en un 24%, los gastos académicos en un 22% y los administrativos en un 34%, incrementos dados básicamente en las siguientes razones:

- Incremento de matrículas y derechos académicos.
- Aumento en el número de alumnos.
- Mayor demanda de los Cursos de Formación Ejecutiva.
- Mayor demanda en los Proyectos de Consultoría y Centro de Emprendimiento.
- Mayor demanda en los cursos de vacaciones y nivelaciones.

Gastos:

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

Los ingresos no operacionales presentaron una baja significativa del 46%; y los gastos no operaciones, un incremento del 49%, variaciones dadas por:

- El comportamiento del mercado bursátil afectó negativamente los rendimientos financieros.
- Retiro y pérdida de activos fijos por obsolescencia.

TABLA 24. Estado de resultados comparativo

| ESTADO DE RESULTADOS (EN MILES DE PESOS) | | | | |
|---|-------------------|-------------------|------------------|----------------|
| | Diciembre 2013 | Diciembre 2012 | Variación \$ | Variación % |
| Ingresos operacionales | 37,193,581 | 30,016,599 | 7,176,982 | 24 |
| Menos gastos académicos | 22,153,699 | 18,169,776 | (3,983,923) | (22) |
| Menos gastos de administración | 9,083,782 | 6,793,641 | (2,290,141) | (34) |
| Remanente operacional | 5,956,100 | 5,053,182 | 902,918 | 18 |
| Más ingresos no operacionales | 1,897,492 | 3,508,740 | (1,611,248) | (46) |
| Menos gastos no operacionales | 707,639 | 475,050 | 232,589 | 49 |
| Remanente neto | 7,145,953 | 8,086,872 | (940,919) | (12) |

FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección Financiera, 2013.

TABLA 25. Índices de rentabilidad

| ÍNDICES DE RENTABILIDAD | | |
|--------------------------------|-------|-------|
| | 2013 | 2012 |
| Margen operativo | 16,0% | 16,8% |
| Margen neto | 19,2% | 26,9% |
| ROA | 6,5% | 8,0% |
| ROE | 8,1% | 10,6% |

FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección Financiera, 2013.

■ Comunicaciones

Campañas de comunicación interna y externa

Campaña bicicletas

Apoyando la iniciativa de los profesores Javier Murillo y Jorge Mejía, se trabajó en una campaña de comunicación para fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte. Algunas de las piezas que se diseñaron fueron:

- App para web y dispositivos móviles.
- Infografía para web y pantallas digitales.
- Noticia en página web.
- Render de biciparqueadero.

Campaña Remángate

Apoyando la iniciativa de un grupo de estudiante de la universidad, se trabajó en la campaña Remángate. Algunas de las acciones que se realizaron fueron:

- Skin de la página web (“remangándose”).
- Toma del *home* de las redes sociales de la Institución.
- Activación BTL con carro valla, bombas y medias con mensaje de la campaña.
- Mensajes para pantallas digitales y Papernet.
- *Mailing*.

Campaña adicciones

Se trabajó sobre una gran campaña de adicciones, en la cual se abordó cada una por aparte; alcoholismo, drogadicción, etc. El desarrollo de la campaña se realizó en digital y tomándose espacios de la Institución.

Campaña clima y cultura organizacional

Se creó un *mailing* y un separador para la campaña interna de clima y cultura organizacional. Con esta campaña se pretendía sensibilizar a los colaboradores del CESA para que respondieran una encuesta acerca del tema.

Campaña Biblioteca

Se realizó una campaña nueva en Biblioteca, dando continuidad a la que se realiza anualmente para fomentar los buenos hábitos dentro de este centro de cultura. Los objetivos de la campaña fueron:

- Evitar el consumo de alimentos dentro de la Biblioteca.
- Fomentar el hábito de consulta y lectura.
- Disminuir el ruido.

Campaña Acreditación Institucional

Se invitó a la comunidad CESA, a través de un personaje llamado Acreditando, a conocer el proceso de Acreditación Institucional y a hacer parte del mismo a través de una encuesta. El personaje es una figura humana de imagen sobria que transmite seriedad, pero con la amabilidad de alguien interesado en ayudar a crecer.

Para la campaña se realizaron las siguientes piezas:

- Tropezón.
- Historieta, la cual se entregó a través de una tropa uniformada.
- Animación para página web como acompañamiento a noticia.
- Piezas digitales para pantallas, Papernet y *mailings*.
- Meme para redes sociales.

Campaña Certificación Internacional

Se realizó una campaña de comunicación para informar a toda la comunidad CESA sobre el proceso de certificación internacional en el que está participando la Institución, brindando información de cada una de las etapas que debe pasar.

Campaña Sistema de Gestión de Calidad

Se trabajó en una campaña del Sistema de Gestión de Calidad para sensibilizar y comunicar a toda la comunidad CESA acerca de esta certificación que reconoce nacional e internacionalmente la prestación de servicios con calidad de la Biblioteca. En la primera fase se tomaron la Biblioteca y Papernet. Para la segunda fase de la campaña se programó un juego que vivirá en facebook y que permitirá la viralidad de los mensajes. Se tiene previsto dar inicio a esta fase en el 2014.

Campaña plagio

Se generó un mensaje de comunicación (conceptual) para invitar a los estudiantes a usar citas bibliográficas en sus trabajos. Se hicieron algunas piezas para las pantallas digitales, *mailings* y Papernet. También se diseñó una *free card* que se entregó con *post its* de colores para marcar las páginas de donde se citó algún contenido.

Campaña emergencias

Debido a que la brigada de emergencia y los servicios de atención primaria (enfermería) no eran lo bastante conocidos, así como los planes y protocolos con los cuales cuenta la Institución para la atención de emergencias y accidentes de trabajo, se generaron unas piezas de comunicación tácticas que permitieran a los estudiantes y administrativos tener la información a la mano.

En los espejos de los baños y en los tableros de los salones de clase se pegaron unos vinilos, así como en los teléfonos. También, se diseñó un forro para el espaldar de las sillas de la recepción de cada casa.

Mercadeo

Posgrados

Campaña posgrados primer semestre y segundo de 2013

Durante el primer semestre de 2013 se dio continuidad a la estrategia de promoción para los cuatro posgrados. La estrategia estuvo soportada en:

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

Plan de promoción digital

Diseño y programación de piezas para Google y Portafolio, así como anuncios de texto para Google y LinkedIn.

Plan de promoción impresos

Key visual para medios.

MBA Internacional

Minisite con información general sobre el CESA y Sprott School of Business, plan de estudios, catedráticos, formulario de contacto y de inscripción, entre otros.

Para mejorar la experiencia del usuario desde dispositivos móviles, se diseñó un *landing page* con la información más relevante del *minisite*.

Los códigos QR que se integraron a la pauta en medios impresos direccionan a este sitio *mobile*.

Las acciones de divulgación y promoción que se generaron a través de medios impresos y digitales son soportadas a través del *call center*.

Para apoyar esta labor, se generaron distintos *mailings* que responden a las etapas que atraviesa un aspirante en todo el proceso de inscripción (preinscrito, inscrito, admitido).

Plan de promoción digital

Se crearon ocho piezas del MBA para Google y Portafolio, así como anuncios de texto para Google y LinkedIn.

Plan de promoción impresos

Key visual para Dinero, Semana, Avianca, El Espectador y Portafolio.

Formación Ejecutiva

Se generaron diferentes mailings para campañas segmentadas:

- *Mailing* de cada programa.
- *Mailing* con programación trimestral por área.
- *Mailing* con programación mensual.

Plan de medios digital

Se generan entre cuatro y ocho banners por programa, dependiendo del medio al que se dirigirá. También se generan anuncios de texto con argumentos de venta.

Minisite

Para generar mayor tráfico al *minisite* de FE, se creó una matriz de contenidos con textos escritos por los conferencistas y sobre temas relacionados con la oferta académica.

AECESA

Estrategia de comunicación

Durante el segundo semestre del año se empezó a trabajar una estrategia de comunicación como apoyo a la gestión de ACESA, la cual integra:

- Arquitectura página web y diseño de *home* (pendiente por aprobación).
- Integración redes sociales a las del CESA.
- Manual de marca.
- Invitaciones a eventos.
- Newsletter.

Otras piezas

Invitaciones y mensajes fin de año

Diseño y producción de invitaciones para niños y adultos, así como mensajes para convocar a los administrativos a armar el árbol de navidad y el pesebre.

Habeas Data

- Aviso en medio masivo.
- *Mailing* a BdD de la Institución.
- Inclusión de textos legales en formularios de contacto y campañas de *e-mailigs*.
- Manual de políticas.

Merchandising

- Pocillo para vajilla institucional.
- Mug.
- Libretas.
- Yoyos para carné.

Mapa interactivo del CESA

Somos CESA

Para apoyar la gestión del Representante Estudiantil, se creó el sitio Somos CESA, una herramienta para los alumnos de Pregrado (propuesta por los mismos estudiantes). En el sitio se habilitaron las secciones de Evalúa a tu Profesor, donde se tiene la lista completa de los docentes; Cómo vamos; Blog; y Te Escuchamos. Además, cuenta con noticias en el home, opción de votar por propuestas y enviar algún “clasificado” a CESA Ads.

Eventos y ferias

Foro Internacional de Hidrocarburos

En el mes de febrero se realizó el Foro Internacional de Hidrocarburos, en el que se contó con aproximadamente 300 asistentes de primer y segundo nivel. Para dicho evento se realizaron:

- Invitaciones y convocatoria.
- Presupuesto, manejo de proveedores y producción.
- Diseño y producción de material de comunicación.
- *Minisite* con información del evento (conferencistas, agenda, memorias, etc.).

Pruebas de producto posgrados en marketing

En agosto y septiembre se realizaron las pruebas de producto de los grupos 34A y 34B, con lo que se le dio un nuevo enfoque, más orientado al concepto de “feria”.

Foro Internacional Positive Leadership

En el mes de septiembre se llevó a cabo el evento Positive Leadership: Making a Difference, para el que se realizaron:

- Invitaciones y convocatoria.
- Presupuesto, manejo de proveedores y producción.
- Diseño y producción de material de comunicación.
- *Minisite* con información del evento (conferencistas, agenda, memorias, etc.).

Desayuno Wally Olins

En el mes de noviembre se realizó un desayuno exclusivo con Wally Olins, gurú del *branding*. Para este evento se invitó al Consejo Directivo, estudiantes de posgrados en marketing, docentes, egresados y clientes de Formación Ejecutiva.

Evento lanzamiento MBA Internacional

En el mes de diciembre se realizó la conferencia “Colombia en el contexto de la globalización”, como lanzamiento del MBA Internacional.

Foro Internacional de Docentes CESAL

En conjunto con la Universidad del Rosario y la Red Innova CESAL, se realizó el evento al que concurrieron docentes de alrededor de 15 países de todo el mundo. Se realizó toda la parte de comunicación y logística del evento, y se creó un *minisite* transaccional donde se encuentra la información y memorias.

Video conferencia – Porter

Se realizó la convocatoria y la logística para la conferencia vía *streaming*, en la cual la Institución fue invitada para su comunidad.

Se estuvo presente en otros eventos como:

- Conferencia Yupana, mayo
- Digital Day, agosto
- Foro de Mercadeo CESA – P&M, septiembre
- Conferencia Marketing Digital Gemma Muñoz, septiembre
- Emprendimiento ANDI, octubre
- Encuentro de Líderes para Líderes, octubre
- CRM Forum, octubre
- Pruebas Conocer Banco de Bogotá, noviembre

Entrevista a Grandes Líderes

En lo transcurrido del año, el departamento de Comunicaciones y Marketing participó activamente en la organización del evento, ya institucionalizado, Entrevista a Grandes Líderes, que trae a la academia personalidades importantes y líderes en sus campos de acción.



TABLA 26. Conferencista Grandes Líderes 2013

| NOMBRE | CARGO / ENTIDAD |
|---------------------------------|--|
| Michael Mckinley | Embajador de Estados Unidos |
| Andrés López | Humorista - tema valores |
| Juan Pablo Salazar | Presidente Fundación Arcángeles |
| Juan Fernando Fonseca "Fonseca" | Cantante |
| Darío Arizmendi | Director Caracol Radio |
| Ignacio Hojas | Presidente Unilever |
| Cesar Gaviria | Expresidente de la República |
| Felipe Gaitán | Presidente Millonarios |
| Jaime Gilinsky | Presidente Gnb Sudameris |
| Juan Lozano | Precandidato Presidencial Partido Político Centro Democrático/ Presidente Congreso de la República. Tema Proceso de Paz |

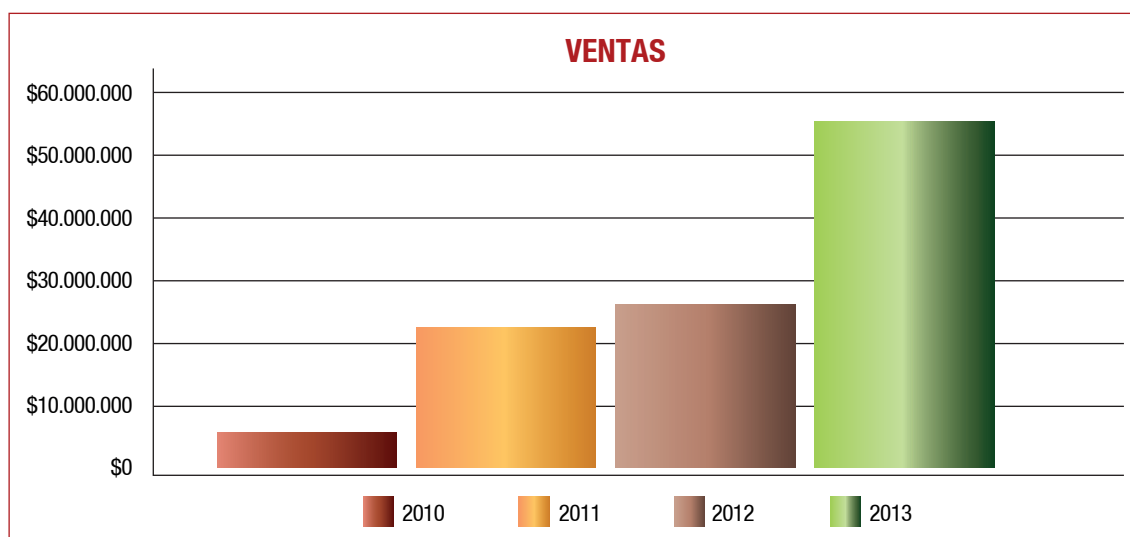
FUENTE: CESA, elaboración propia Rectoría, 2013.

Editorial CESA

Venta Editorial CESA

Las ventas de las publicaciones CESA a través de todos los canales de distribución han aumentado en un 97,87% con respecto al año anterior.

GRÁFICA 27. Comportamiento ventas editorial

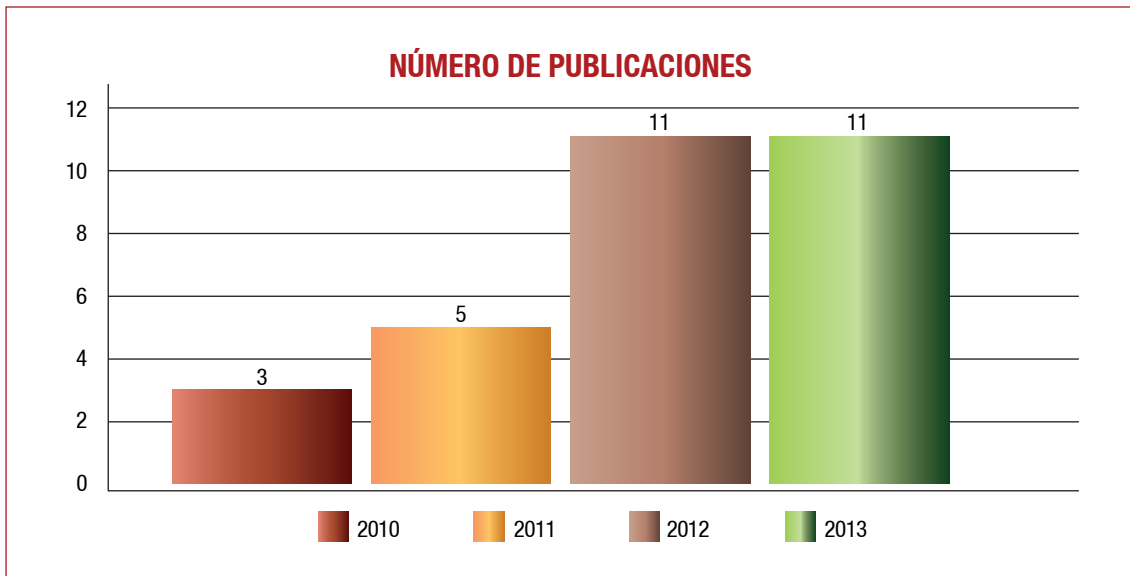


FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Comunicaciones y Marketing, 2013.

Proceso Editorial

Durante el 2013 se realizó el proceso editorial de once títulos que se convirtieron en libros editados por la Editorial CESA.

GRÁFICA 28. Libros editados



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Comunicaciones y Marketing, 2013.

Feria del Libro de Bogotá

Se participó en la Feria de Libro de Bogotá, y con ello se logró un crecimiento en ventas de un 66% con respecto al último año de participación en la feria (2011). Además, se realizaron tres eventos con participación promedio, en cada uno de ellos, de 30 personas.

Participación en ferias internacionales

Durante el año la Editorial CESA participó en distintas ferias internacionales y nacionales, de la mano de Siglo del Hombre y ASEUC, con lo que logró gran visibilidad para fortalecer su sello editorial:

- Feria del libro de Guadalajara
- Feria del libro de Frankfurt
- Feria de São Paulo

Site editorial – www.editorialcesa.com

Se realizó la plataforma digital de venta de libros de la editorial en la cual se dará mayor visibilidad a las publicaciones del CESA y será una plataforma transaccional para obtener información relevante que ayudará a tener un mejor acercamiento con el cliente.

Desde la salida en producción, que se realizó en mayo de 2013, se ha tenido lo siguiente:

- Total visitas: 11.190.
- Visitas y fuentes de tráfico desde países: Colombia, EE.UU, Brasil, Corea del sur, Francia...
- Libros más visitados: *La Globalización en un mundo en transformación*, *Llenando Espacios* y *Economía Básica*.
- Site editorial – www.editorialcesa.com



Certificación Editorial CESA ante Colciencias

En el año 2013, la Editorial del CESA se presentó y se certificó ante Colciencias por tres años debido a su alta calidad científica, académica y editorial en cada uno de los procesos.

Página web

Sala de Prensa

Se desarrolló el módulo de prensa, que permite que se publiquen de forma rápida en la página web del CESA los artículos, entrevistas o reseñas que realizan los medios de comunicación.

Pagos online: inscripciones y pago de matrículas

Se desarrolló el módulo de integración de la plataforma para realizar los pagos online de las inscripciones y las matrículas de los programas.

Noticias

Se publicaron alrededor de 193 noticias en la página web del CESA durante el 2013.

Newsletter

Cada semana se publica un nuevo *newsletter* con introducción a las noticias del *site*.

Se propuso renovar la plantilla del *newsletter* que se envía semanalmente e implementarla a partir de la edición 53.

Se construyó el sitio del CESA en inglés teniendo en cuenta que uno de los pilares fundamentales dentro del desarrollo es la internacionalización. Por tanto, se creó este *site* pensando en que sea una herramienta más para Relaciones Internacionales.

Página en inglés

Desde su creación en agosto de 2013, el site en inglés ha recibido 1.382 visitas.

Es importante resaltar que el porcentaje de rebote que se registra es muy bajo, puesto que según Google el promedio es de 70%.

Para el 2014 es necesario crear una estrategia para potencializar este sitio. Además, se deben generar fuentes que aumenten el tráfico.

Site móvil

Teniendo en cuenta que el público es usuario de celulares de alta gama y dispositivos móviles en general, se diseñó el sitio móvil en gráfica y contenido para brindar una mejor experiencia.

- Los sitios móviles proveen información rápida y fácil de digerir a los usuarios.
- Se recomienda dar prioridad a contenidos como ubicación, información general, noticias y eventos.
- El sitio debe acelerar los tiempos de carga y evitar complementos que algunos dispositivos no pueden abrir.
- Buscador, uso de iconografía.

Formularios Contáctenos

Se incluyó el formulario de contacto en las secciones principales de los programas con el fin de aumentar los registros.

Hasta el momento, se han recibido 1.491 registros a través de este formulario.

Los registros incluyen los *leads* que llegan a través del *landing* de pauta.

Se programó el formulario de Contáctenos de la página para que se redireccionara la información de los usuarios al correo de la dependencia correspondiente.

Inscripción

Se diseñó el *landing* para generar los pagos online de matrícula, inscripciones, y demás opciones partiendo de la información que transmitirán los WSDL.

Se diseñó y desarrolló el formulario de preinscripciones para los programas. Además, se realizó integración con WS para que la información quedara en Filemaker.

Biblioteca Digital

Se propuso diseño gráfico para el Repositorio (Biblioteca Digital) del CESA.

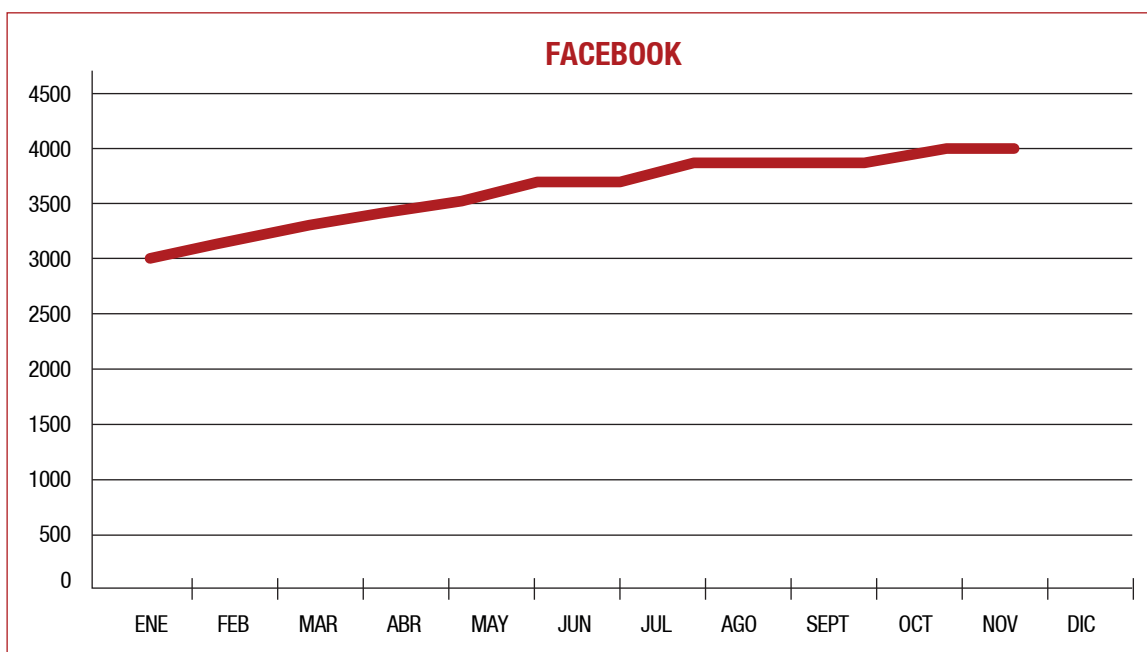
Se creó un formulario en la sección de Biblioteca con el fin de usarlo como “Buzón de sugerencias”.

Redes sociales

- En Facebook siempre ha habido un crecimiento progresivo mes a mes.
- De igual manera ha pasado en Twitter; ha sido más lento pero la comunidad es grande y activa, en relación a los estudiantes. A pesar de este lento crecimiento, los influenciadores y el contenido de calidad ha estado en aumento.

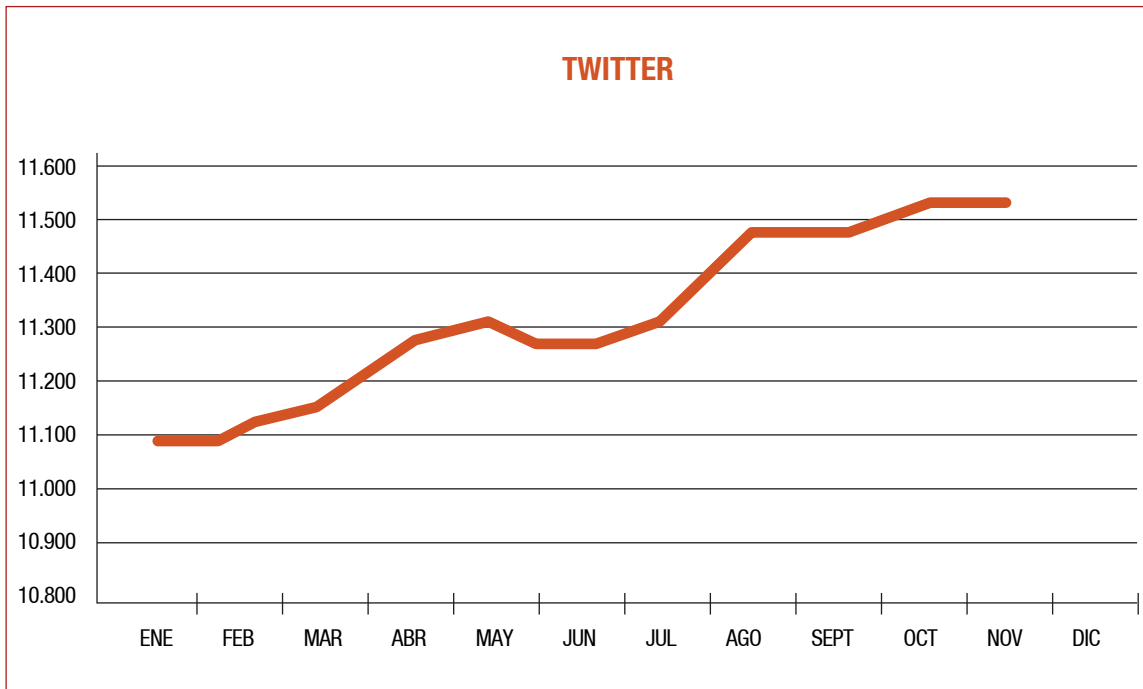
- La cuenta de LinkedIn tiene un alto tráfico, los perfiles hacen parte del target al que se dirige el contenido y está segmentado en grupos para facilitar la distribución del contenido.
- La creación de *hashtags* ya no es exclusiva de Twitter. Ahora se puede posicionarlos desde todas las redes sociales del CESA.
- La valoración de la comunidad en Facebook aumenta progresivamente, lo cual representa un posicionamiento establecido y de alta reputación para mantener y aumentar seguidores.

GRÁFICA 29. Usuarios de Facebook



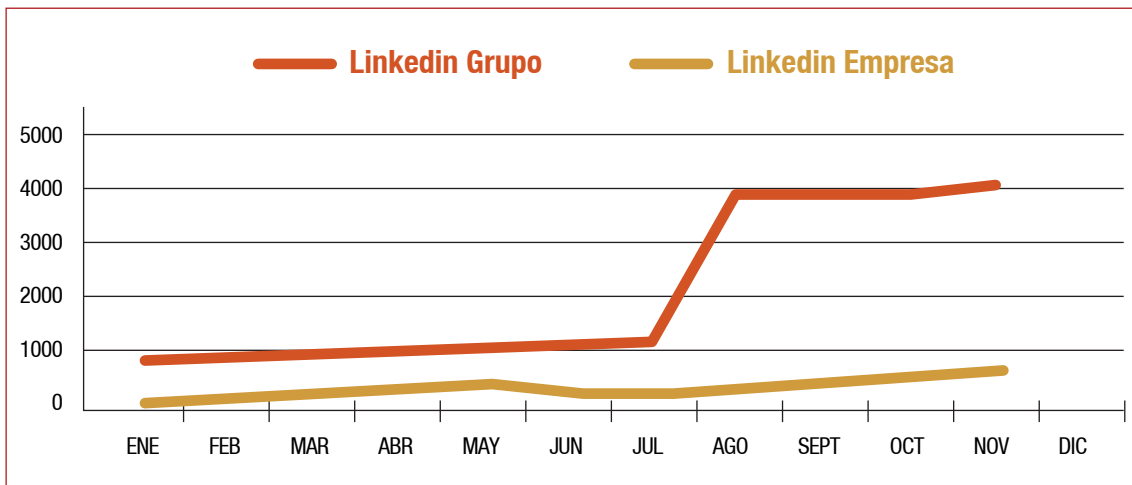
FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Comunicaciones y Marketing, 2013.

GRÁFICA 30. Usuarios de Twitter



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Comunicaciones y Marketing, 2013.

GRÁFICA 31. Usuarios de LinkedIn



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Comunicaciones y Marketing, 2013.

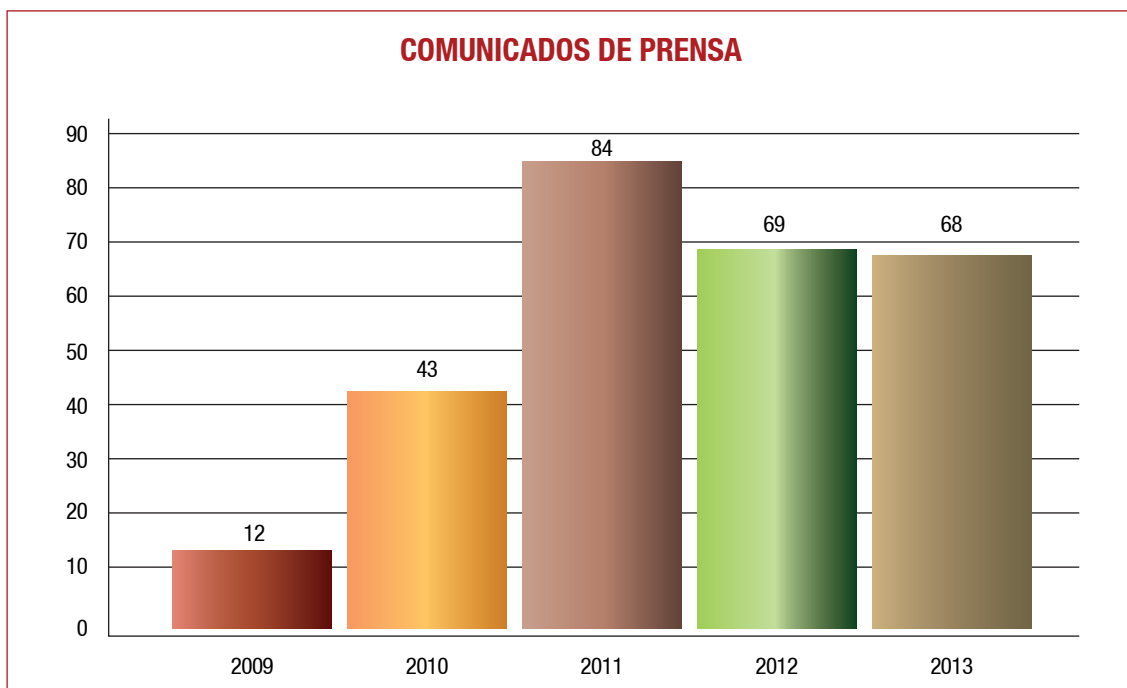
Medios

Comunicados de prensa

Durante el 2013 se gestionaron comunicados de prensa en diferentes medios de comunicación a nivel nacional y en medios regionales.

En lo corrido del año se logró un total de 68 comunicados de prensa que se han enviado a los principales medios de comunicación y, con respecto al año inmediatamente anterior, esta cifra se mantuvo constante.

GRÁFICA 32. Comunicados de prensa

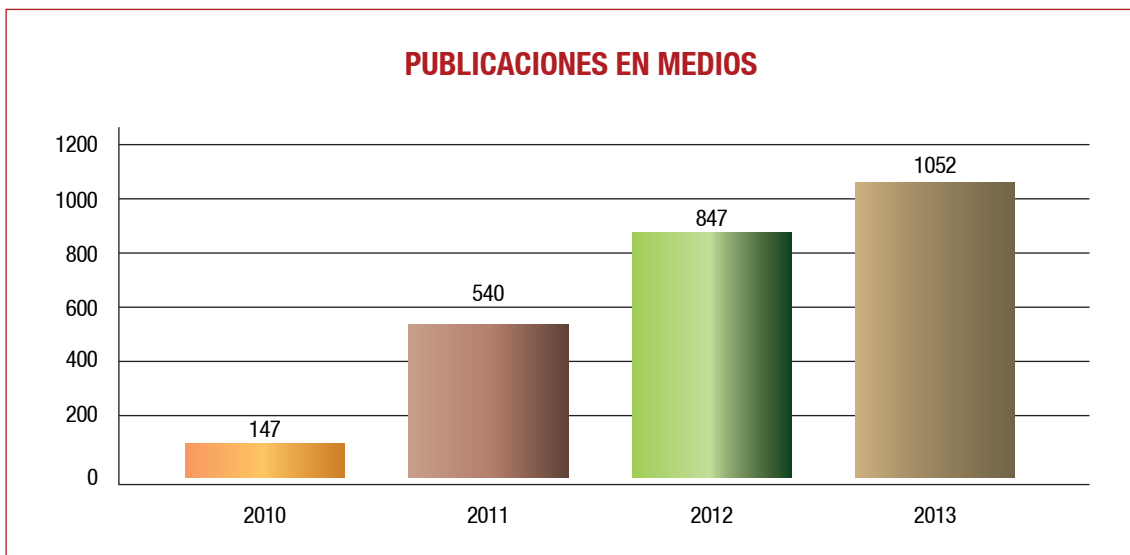


FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Comunicaciones y Marketing, 2013.

Publicaciones en medios

Se gestionaron un total de 1.052 publicaciones en diferentes medios de comunicación del Rector, Vicerrector, profesores de investigación, alumnos y egresados destacados. De acuerdo a esto, el crecimiento de fue de un 24,67% con respecto al año anterior.

GRÁFICA 33. Publicaciones en medios

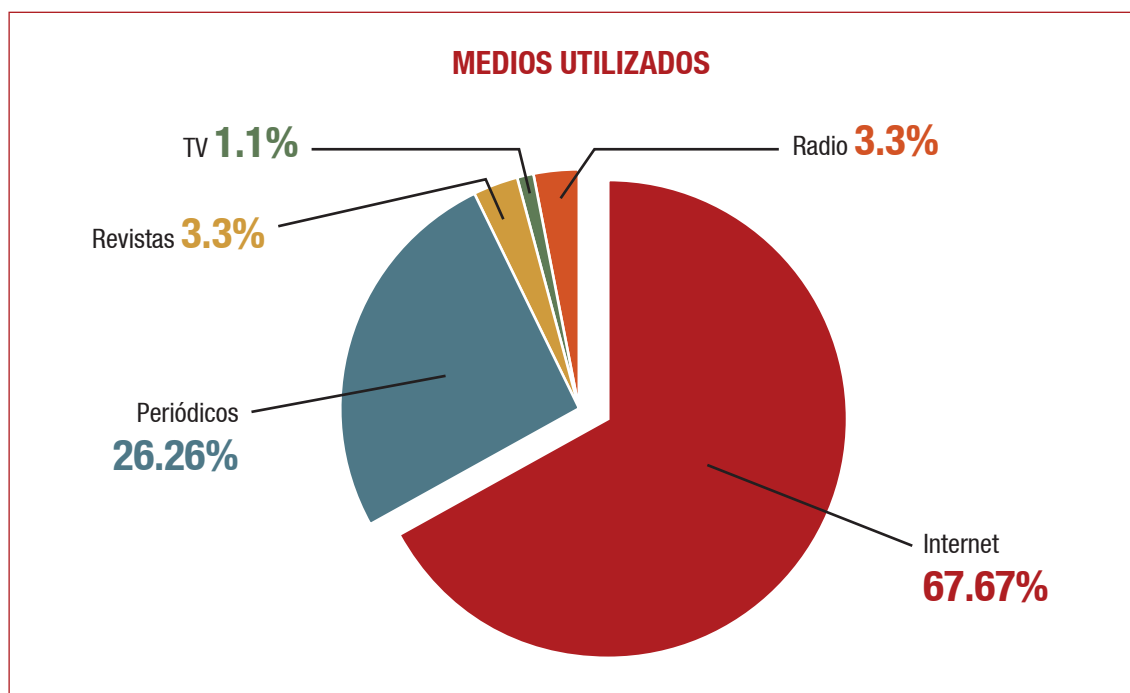


FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Comunicaciones y Marketing, 2013.

Distribución de publicaciones

La siguiente es la distribución de las publicaciones en los diferentes medios.

GRÁFICA 34. Distribución de publicaciones



FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Comunicaciones y Marketing, 2013.

Entrevistas y artículos

El Rector, Vicerrector y los profesores tienen un espacio importante realizando entrevistas y artículos que han salido en los principales medios de comunicación.

En comparación con el año inmediatamente anterior, se obtuvo un crecimiento del 74%.

GRÁFICA 35. Entrevistas y artículos

FUENTE: CESA, elaboración propia Dirección de Comunicaciones y Marketing, 2013.

Gestión humana

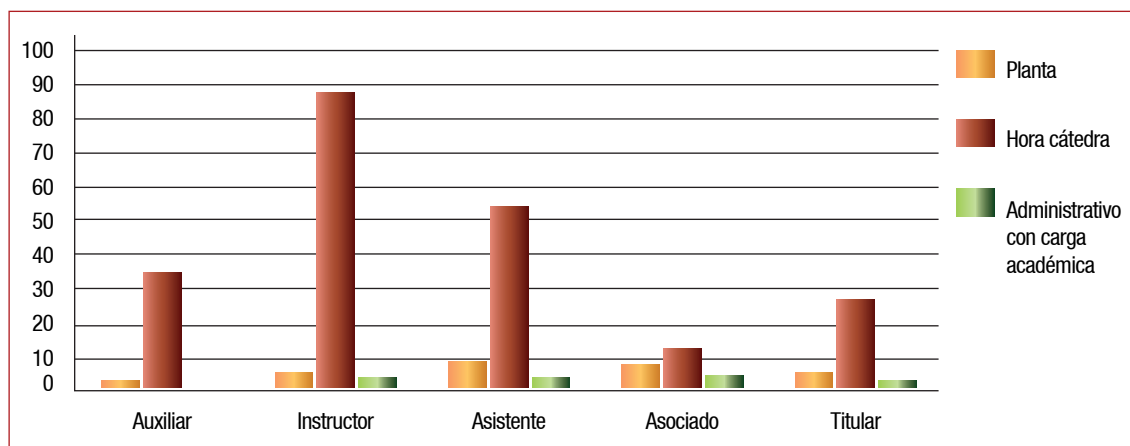
En el transcurso del año 2013, la Dirección de Gestión Humana mantuvo su liderazgo en el soporte del personal idóneo en cada una de las Direcciones de la Institución, bajo los lineamientos de los objetivos del Plan Estratégico. Con esto, logró la consolidación de una estructura organizacional con ampliación de su planta de colaboradores, con un buen clima organizacional, y un mejoramiento de los beneficios otorgados a toda la comunidad CESA; y se centró en mantenerse como una entidad familiarmente responsable, ofreciendo balance entre la vida laboral, familiar y personal.

Selección y contratación

En este periodo se tuvo un incremento en contrataciones del 19% en la parte administrativa, con contratos a término indefinido, contando con 93 colaboradores. Adicionalmente, hubo un incremento del 18% en docentes de cátedra para la Dirección de Pregrado, con 266 docentes con contratos para el segundo semestre (gráfica 36). Para los posgrados, se cuenta con 28 catedráticos para Finanzas, 34 catedráticos para Marketing (gráfica 37), y un crecimiento del 34%, contando con 33 docentes de planta e investigadores de tiempo completo y medio tiempo (gráfica 38). Con lo anterior, se mantiene un porcentaje adecuado para la planta completa de docentes y se refuerza la investigación institucional.

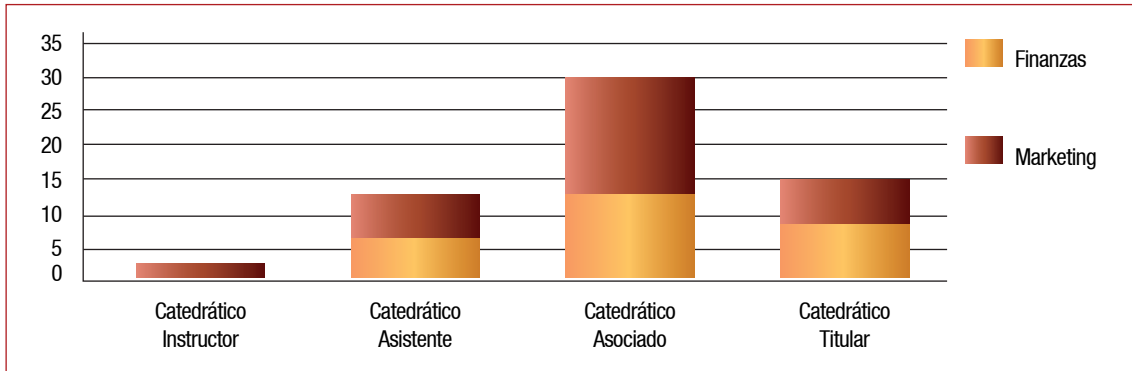
En temporales también se tuvo un incremento significativo, pasando de once personas a 25 colaboradores en misión. Se mantuvieron abiertas las convocatorias internas y en una de ellas ascendió una Auxiliar de Servicios Generales a Secretaria de Bienestar, y una Asistente a Asistente Comercial Junior, por sus capacidades, estudios y méritos.

GRÁFICA 36. Docentes de Pregrado



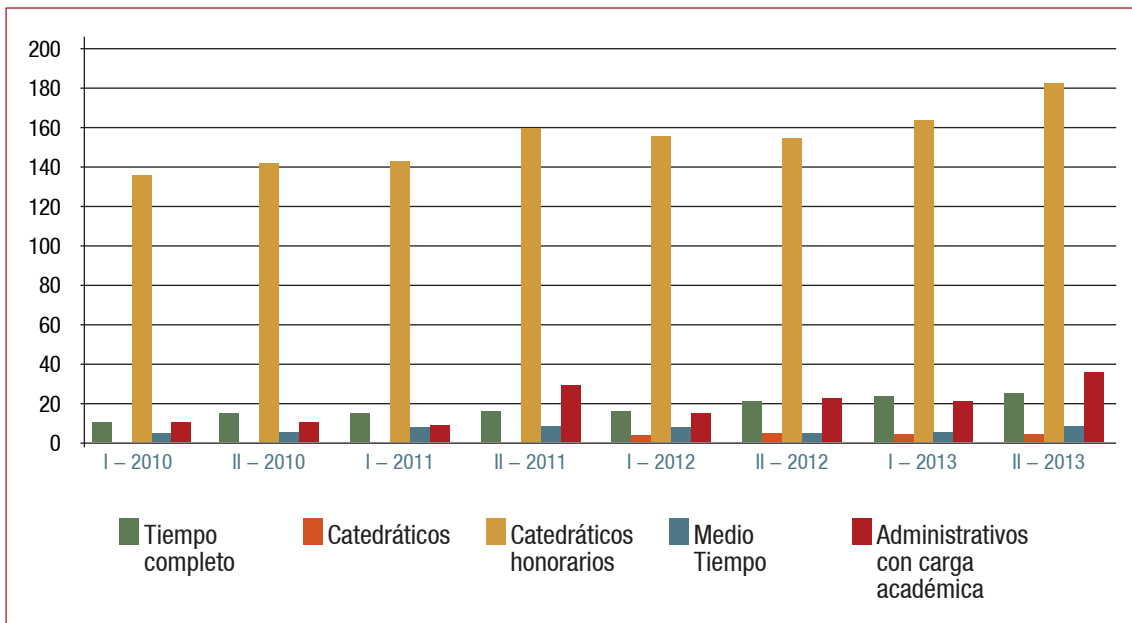
FUENTE: CESA, elaboración propia Gestión Humana, 2013.

GRÁFICA 37. Docentes de posgrados



FUENTE: CESA, elaboración propia Gestión Humana, 2013.

GRÁFICA 38. Docentes por tipo de contrato



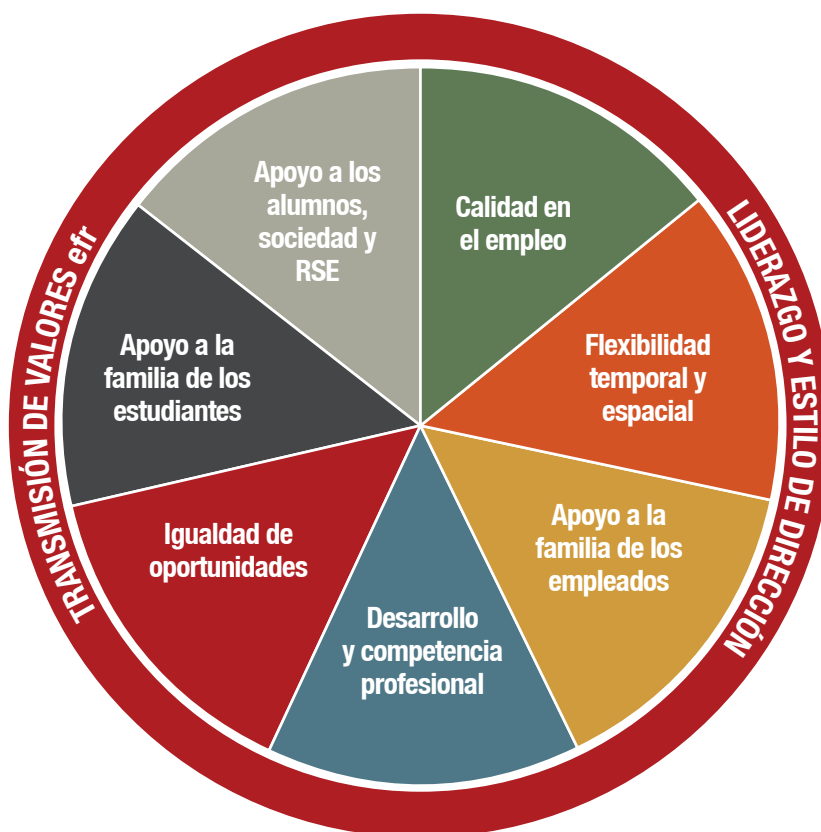
FUENTE: CESA, elaboración propia Gestión Humana, 2013.

Salarios y beneficios

Durante el año 2013 se realizaron ajustes salariales tanto para administrativos como para docentes que incrementaron su escalafón por sus publicaciones y actas de grado.

Se comenzó a gestionar el proyecto de certificar la Institución como una entidad familiarmente responsable, con la Fundación Española MásFamilia, proyecto que cuenta con el total compromiso de la Alta Dirección para mantener un balance de vida laboral, familiar y personal, la cual abarca siete dimensiones específicas que cubren a toda la comunidad CESA:

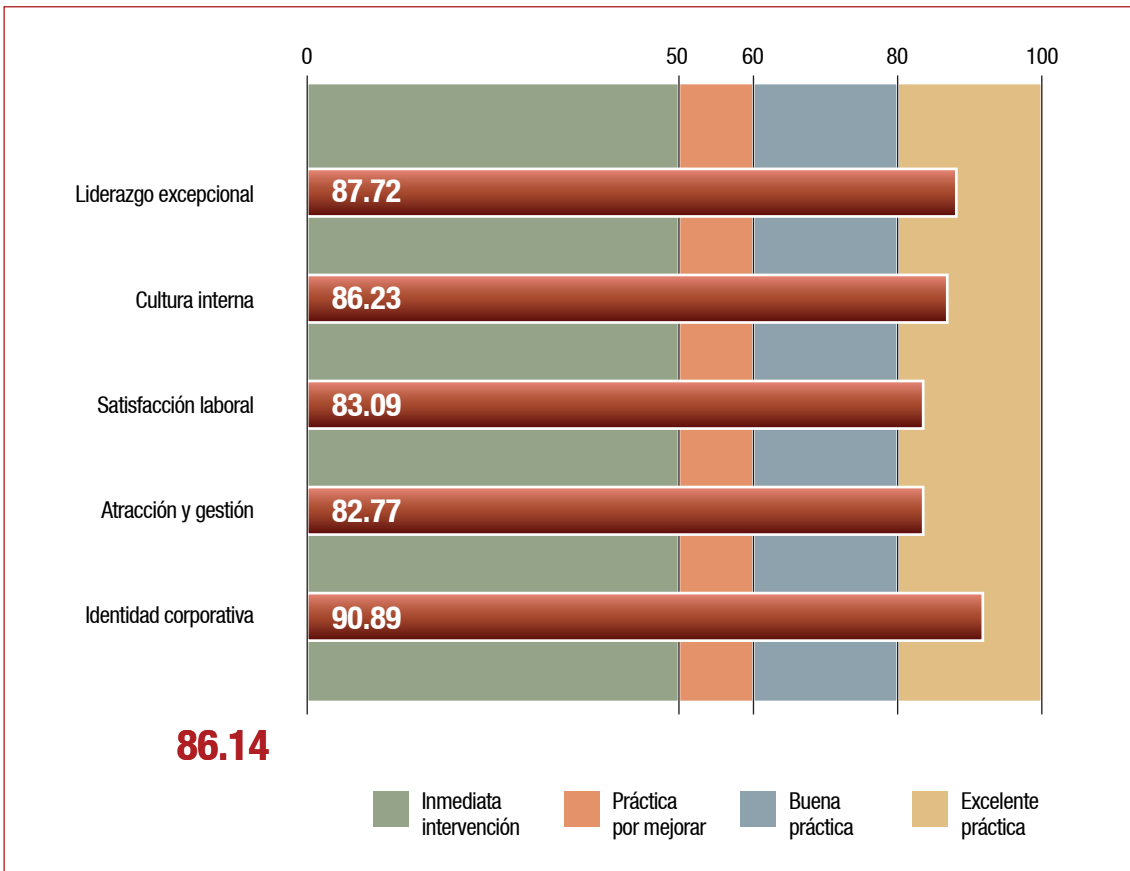
ILUSTRACIÓN 13. Dimensiones efr



FUENTE: CESA, Tomado de informe efr, 2013.

Por primera vez se realizó la medición del clima organizacional, satisfacción y buenas prácticas en Gestión Humana con la firma Psigma. Los resultados obtenidos fueron muy favorables en cuanto a la cultura y clima organizacional, y satisfacción en el trabajo, además de la información pertinente como insumo para el constante trabajo que se realizó desde Gestión Humana para lograr la aceptación y favorabilidad del 100% de los trabajadores de la Institución.

ILUSTRACIÓN 14. Medición de cultura y clima organizacional



FUENTE: CESA, Resultado Medición Psigma, 2013.

Con el fin de consolidar la información de acuerdo con el Modelo efr®, se realizaron grupos foco, entrevistas con directivos y cuestionarios específicos para los diferentes integrantes de la comunidad CESA (administrativos, docentes de planta y de cátedra, estudiantes y padres de familia). Con ello se logró realizar el levantamiento de toda la información pertinente para la obtención de esta certificación y se afianzaron aún más los beneficios que el CESA tiene para todos sus integrantes.

Se continuó con los créditos de libranza, incluyendo el Banco Citibank, manteniendo una tasa cómoda para los colaboradores de la Institución. Con el Banco de Bogotá se trabajó en el cambio de las tarjetas con chip para minimizar la clonación de estas, dado que es el banco con quien se maneja la nómina.

Salud ocupacional

Se llevó a cabo satisfactoriamente el cumplimiento de las actividades programadas en salud ocupacional, con lo que se logró un fortalecimiento en la prevención y promoción en la salud de cada colaborador no solo en su ambiente de trabajo sino en su hogar.

Se actualizaron los informes y las políticas pertinentes a la seguridad industrial con la colaboración de la ARL Sura; el Copaso, que cuenta con nuevos integrantes durante los próximos dos años; y el Comité de Convivencia Laboral, que trabaja permanentemente en las mejoras laborales y de infraestructura para evitar accidentes de trabajo. También, se continuó con la sensibilización para realizar las pausas activas que deben ejercitar todos los trabajadores en sus rutinas diarias, afianzando esta idea con la semana de la salud a través de charlas informativas y talleres prácticos dirigidos a toda la comunidad.

Igualmente, se trabajó en talleres y ejercicios personalizados para los colaboradores que presentaron dolores osteomusculares con la compañía y asesoría de la ARL Sura; y se realizó un estudio para la adecuación y modificación de las pocetas ubicadas en las diferentes casas de manera que fueran prácticas y cómodas para el personal de aseo y mantenimiento, con lo que se evita el riesgo ergonómico.

Bienestar

En acompañamiento de la Caja de Subsidio Familiar y demás patrocinadores como los Fondos de Pensiones, EPS y proveedores, se logró mantener un programa de bienestar dirigido a toda la comunidad CESA. Incentivando el trabajo en equipo, el sentido de pertenencia y el trato cordial, se desarrollaron las siguientes actividades y celebraciones:

- Día de la Mujer y Día del Hombre entregando un bono de Fedco y Arturo Calle.
- Día de la Secretaria, contando con una participación de 24 personas, celebrado con un desayuno y un bono de spa como obsequio.
- Día de Amor y Amistad, con una participación de 130 personas a un stand up comedy y a unas onces en una de las terrazas de las instalaciones.
- Se realizó un concurso de Halloween por casas para fomentar la integración y trabajo en equipo en el mes de octubre.
- Fiesta de los niños, donde asistieron a Divercity 72 niños y 30 adultos.
- Fiesta de fin de año en Hard Rock Café, con una asistencia de 133 personas, participando en un karaoke por Direcciones y la realización de novenas, con villancicos y premios, alrededor de un pesebre armado por toda la comunidad CESA.

Capacitación y desarrollo organizacional

Dentro de los lineamientos del Plan Estratégico se está trabajando en el levantamiento de los descriptivos de todos los cargos enfocados en competencias, para continuar con la valoración de los mismos y contar con la información necesaria para el cierre de brechas que surjan en cuanto al desarrollo de habilidades y competencias, resultado de la evaluación para el desarrollo de todo el personal.

En cuanto a los auxilios educativos, se concedieron seis auxilios para docentes que comenzaron su doctorado y para los administrativos que continúan en la especialización y maestría en mercadeo del CESA. Además, se continuó con los auxilios educativos para los administrativos en sus diferentes pregrados.

Adicionalmente, fueron entregados auxilios educativos y se realizaron capacitaciones diversas por valor de ciento sesenta millones de pesos.

Infraestructura

“Todo espacio es un ambiente de aprendizaje”

En cuanto al desarrollo y crecimiento de la infraestructura física para atender los requerimientos de las actividades académicas de la Institución, las acciones estuvieron dirigidas, en primer lugar, al cumplimiento del Plan Estratégico y sus diferentes líneas estratégicas: construcciones y administración del campus.

En el año 2013 se adelantaron obras de construcción y remodelación de infraestructura física de la Institución por un valor cercano a los cinco mil millones de pesos.

Obras realizadas:

- Sala de estudio primer piso Biblioteca.
- Terminación unión de las dos casas Carrera 5.
- Terminación adecuación Casa CESA.
- Terminación adecuación cafetería Casa Arango.







“La Biblioteca es la columna vertebral de la academia”

El propósito para el segundo semestre es ofrecer más y mejores espacios para el estudio individual y grupal. La sede Biblioteca cuenta con un área total de 623.86 M2 en salas de estudio, con capacidad de 200 puestos de trabajo.

Como servicio de apoyo, en esta sede se ubica el Centro de Apoyo para la Lectura, la Oralidad y la Escritura – DIGA.

Así mismo, se incrementó el área para baterías de baños y sedes administrativas.

Obras realizadas:

- Obras baños primer y segundo piso.
- Adecuación del área mansarda para sala de estudio.
- Adecuación de espacios segundo piso para oficinas administrativas.
- Ampliación de espacios para salas de estudio segundo piso y oficina administrativa.







“Espacios físicos de alta calidad”

Se realizaron proyectos para la modernización y adecuación de la infraestructura física de las sedes Incolda, Fundadores, Rocha y Lleras, en mejoramiento de los espacios e instalaciones de salones de clase, salas de cómputo, baterías de baños y áreas administrativas.

El CESA cuenta con 41 aulas de clase, 20 de ellas totalmente automatizadas, diez salas de cómputo y dos salones múltiples; uno con capacidad para 80 personas y otro con capacidad superior a 180 personas.

Obras realizadas:

- Incolda: adecuaciones de baños, salones.
- Salones segundo piso, oficina de SUMA y baño antigua Rectoría en Casa Fundadores.
- Adecuaciones baños y oficinas de Casa Rocha.
- Adecuación baños, oficinas y cafetería de Casa Lleras.
- Salón múltiple Casa CESA.
- Tanque de agua Casa CESA.









Mantenimiento planta física

Para garantizar servicios educativos de calidad, se cuenta con una planta física adecuada y en óptimas condiciones. Para ello, se realizaron trabajos de mantenimiento preventivo y correctivo que conservan en perfectas condiciones las sedes de la Institución. El CESA cuenta con un área construida de 12.153,06, repartidos en los trece inmuebles, doce de los cuales son patrimonio arquitectónico.

- Restauración de cubiertas Biblioteca, Incolda y CESA.
- Pintura general.
- Lavado sillas / alfombras/ fachadas.
- Redes estructuradas de voz y de datos.
- Carpintería de madera, metálica y modular.
- Instalaciones eléctricas.
- Mantenimiento de equipos.







Calle 35 No. 6-16
www.cesa.edu.co
www.editorialcesa.com

