

Informe de Gestión 2012



Colegio de Estudios
Superiores de Administración



**Colegio de Estudios
Superiores de Administración**

Informe de Gestión 2012









**José
Manuel
Restrepo**
Rector CESA

Durante el presente año, el Colegio de Estudios Superiores de Administración-CESA continúa su búsqueda de excelencia y calidad. Acorde con su Misión y Proyecto educativo Institucional, y consciente de las crecientes necesidades de mostrar información clara y transparente en nuestro actuar como institución, presentamos a toda la comunidad un nuevo paso del camino que se ha recorrido durante los últimos 3 años: los avances del “Plan Estratégico 2010-2014”.

Presentamos la renovación de la estrategia de mercadeo y comunicación de la institución. También, el avance en el plan de regularización y manejo del CESA, al habilitar nuevos espacios académicos, administrativos, y zonas de bienestar para los estudiantes. Del mismo modo, resaltamos la obtención de la renovación de los registros calificados de los programas de especialización; el fortalecimiento de calidad con procesos de autoevaluación institucional con miras a la acreditación, los procesos de certificación internacional para el Pregrado y la implementación de sistema de gestión de calidad para la Biblioteca. En lo que a investigación se refiere, conseguimos el reconocimiento por parte de Colciencias de nuestra editorial y nuevos convenios con universidades en el exterior; gracias a ello podemos contar con una mayor presencia de estudiantes del CESA en el exterior al mismo tiempo que aumentamos el número de estudiantes extranjeros en nuestra institución.

Los anteriores son sólo algunos ejemplos de lo que hemos logrado a lo largo del año 2012, resultado del esfuerzo conjunto de todos los actores de la institución. A continuación presentamos el Informe de Gestión 2012 y el boletín estadístico consolidado. En ellos la comunidad podrá encontrar los avances del plan estratégico y las cifras más representativas del CESA para este periodo.

José Manuel Restrepo A.

Rector

Contenido

Staff Directivo	10
Consejo Directivo	12
Ejes Estratégicos CESA	12
Plan Estratégico	14

PÁGS.
16
59

1.

Mejor talento

1.1. Crecimiento inteligente del pregrado	18
1.2. Número 1 en medidas de calidad	24
1.3. Acreditaciones	30
1.4. Fortalecimiento de la malla académica	34
1.5. Centro de Apoyo para la Lectura, la Oralidad y la Escritura – DIGA	38
1.6. Bienestar Estudiantil	53

PÁGS.
60
79

2.

Internacionalización

2.1. Plan de internacionalización	63
2.3. Center for Business Communication Arts – BUSCA	75

PÁGS.
80
127

3.

Calidad Académica

3.1. Posgrados en Marketing	82
3.2. Posgrados en Finanzas	108
3.3. Investigación	115
3.4. Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – CEGLI	122

PÁGS.
128
171

4.

Relacionamiento con el Sector Productivo

4.1. Centro de Consultoría Empresarial cce – CESA	131
4.2. Centro de Liderazgo y Emprendimiento CLE – CESA	138
4.3. Formación Ejecutiva	146
4.4. Visitas y prácticas	155
4.5. AECESA	164

PÁGS.
172
205

5.

Modernización

5.1. Biblioteca	174
5.2. Infraestructura	180
5.3. Tecnología	184
5.4. Gestión Humana	195
5.5. Financiero	199

PÁGS.
206
235

6.

Visibilidad del CESA

6.1. Imagen institucional	208
6.2. Campañas de comunicación interna y externa	209
6.3. Mercadeo Posgrados	210
6.4. Convocatorias, invitaciones y divulgación de proyectos puntuales	213
6.5. Convocatorias, invitaciones y divulgación de proyectos puntuales	215
6.6. Otras piezas	217
6.7. Eventos y Ferias (presenciales y virtuales)	219
6.8. Editorial CESA	221
6.9. Informe de medios	222
6.10. Entrevistas a grandes líderes	223
6.11. Página web	224
Profesores de Planta Tiempo Completo	228

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

Unidades de Apoyo Académico

GERENTE UNIDAD DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Luisa Fernanda Villegas

DIRECTOR DE BIBLIOTECA

Celiar Quiroga

DIRECTORA DE BIENESTAR UNIVERSITARIO

Juanita Jiménez

DIRECTOR DEL CENTRO DE LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO – CLE

Oscar Bravo

Dirección Apoyo Administrativo

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

Juan Santiago Correa

DIRECTORA DE RELACIONES INTERNACIONALES

Edén Bolívar

IDIOMAS

David van der Woude de Vries

OFICINA DE REGISTRO Y CONTROL

Tulia Agudelo

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES Y MARKETING

Paula María Cañas

DIRECCIÓN CONTABLE Y FINANCIERA

Ana Iris Chávez

DIRECCIÓN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

Maira Patricia Gómez

DIRECCIÓN DE INFRAESTRUCTURA

Rocío Jiménez

DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Magda Jackson

DIRECCIÓN DE TECNOLOGÍA

Víctor Julio Hernández

Consejo Directivo

PRESIDENTE

Luis Alberto Arango E.

VICEPRESIDENTE

Pedro Vargas Gallo

MIEMBROS

Camilo Calderón Rivera

Juan Francisco Mejía González

Julio Caballero Durán

Karim Kure Prada

Marco Fidel Rocha Rodríguez

Mónica Salgar Ortiz

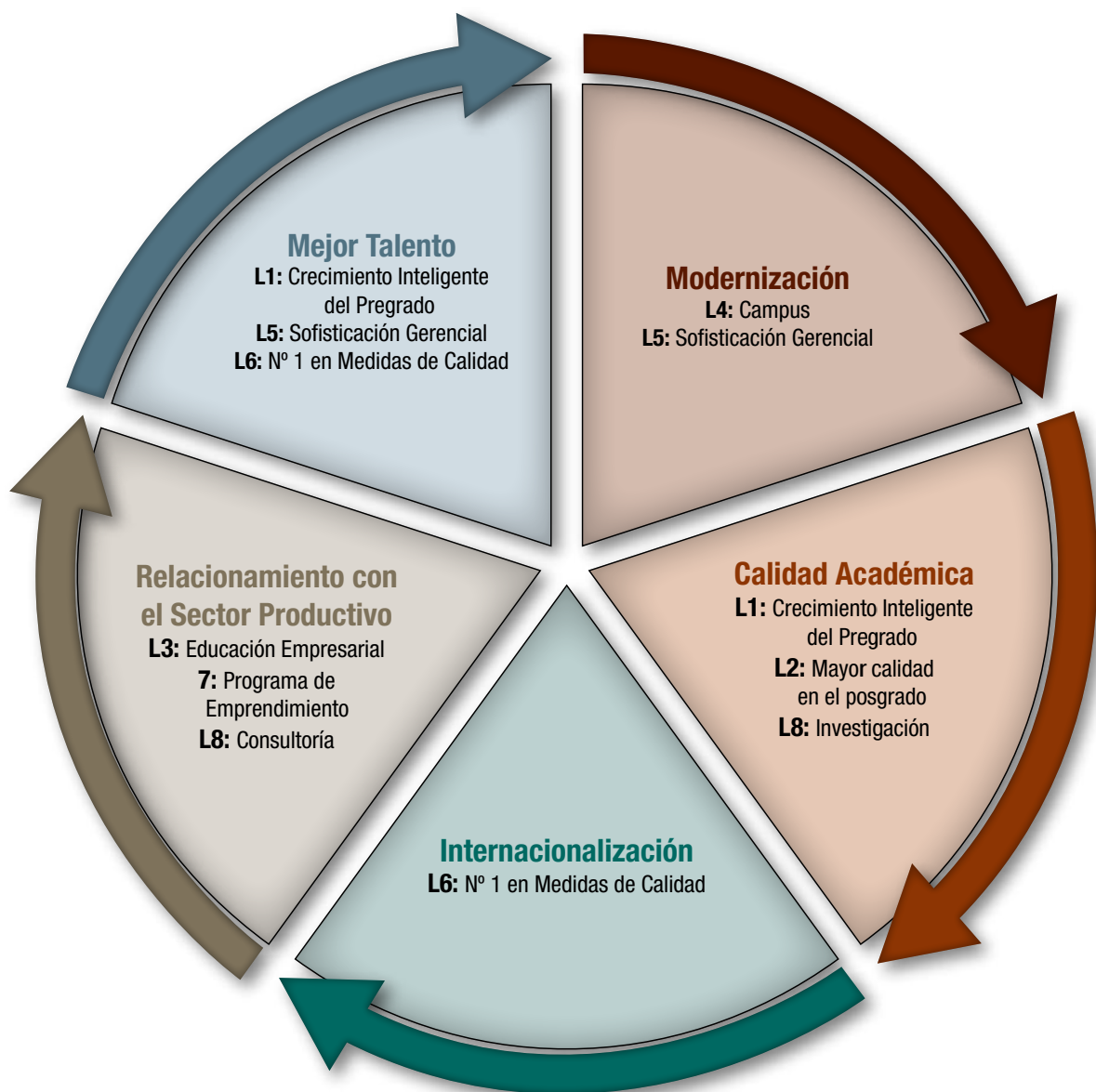
Santiago Perdomo Maldonado

Ejes estratégicos CESA

El CESA en los últimos años 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.





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 2012 el CESA cumplió con el 94% del Plan Estratégico planteado al inicio de 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 por los ejes estratégicos, en este se exponen los resultados y logros obtenidos por las áreas durante el año 2012.

■ Para el año **2012** el **CESA** cumplió con el **94%** del Plan **Estratégico**







Mejor Talento



- 1.1. Crecimiento inteligente del pregrado
- 1.2. Número 1 en medidas de calidad
- 1.3. Acreditaciones
- 1.4. Fortalecimiento de la malla académica
- 1.5. Centro de Apoyo para la Lectura, la Oralidad y la Escritura – DIGA
- 1.6. Bienestar Estudiantil

1.1. Crecimiento inteligente del pregrado

La Dirección de pregrado se enfocó, durante el 2012, no solo en garantizar el cumplimiento de los procesos académicos administrativos, de planeación académica y de atención a estudiantes para dar una respuesta oportuna a los estudiantes, docentes y áreas transversales que apoyan al pregrado, sino en fortalecer el plan estratégico del mismo cumpliendo con lo propuesto en el Plan Estratégico institucional 2010-2014, y anticipándose en el fortalecimiento de los pilares clave del plan de acción, que permitieron mantener al CESA como uno de los mejores programas de Administración del país con un reconocimiento a nivel nacional de sus procesos académicos y de formación integral que lo mantiene liderando los rankings nacionales y siendo la primera opción de aquellos que quieren estudiar Administración con un enfoque en dirección y creación de empresa.

1.1.1. Aumento de cobertura del pregrado

La Dirección de Pregrado participó como conferencista invitado en eventos y ferias escolares explicándoles a los futuros bachilleres qué es la Administración de Empresas, cuál es el perfil ocupacional y cuáles deben ser las características y las competencias que deben tener aquellos bachilleres que quieran ser Administradores; asimismo, se les presentaron las ventajas competitivas del enfoque del CESA, su gran diferenciador de los demás programas de Administración del país.

Se recibieron los interesados en el programa que fueron en busca de información al CESA, se les mostraron las fortalezas del programa y las diferencias con las otras ofertas educativas. Se realizó un recorrido por la



universidad, y a varios alumnos muy interesados se les permitió asistir a una o varias clases durante un día o una semana.

Durante el 2012 se organizó el proceso de selección en Bogotá y otras ciudades objetivo del CESA aprovechando al máximo la entrevista para descubrir las competencias de emprendimiento, trabajo en equipo, manejo de situaciones problema, motivación y liderazgo de los candidatos a través de preguntas abiertas basadas en experiencias, gustos y manejo del tiempo libre; a su vez, se les pidió que identificaran las actividades en las que se sintieron muy bien y los momentos en los que se sintieron menos bien. Esto permitió tener una relación muy alta entre la calificación de la entrevista y los resultados de la prueba Saber 11.

1.1.2. **Control de selectividad**

En el último año, el crecimiento en el pregrado fue mayor al esperado dado que se incrementó el porcentaje de estudiantes admitidos que escogieron al CESA como su opción —en el proceso para el 2013-1 se matriculó el 83% de los admitidos—; tradicionalmente el porcentaje de admitidos comparado con matriculados oscilaba entre el 72 y 77%. No solo aumentó en el número de matriculados en relación con los admitidos, sino el número de estudiantes que solicitaron transferencia de diferentes universidades como los Andes, el Rosario y la Javeriana.

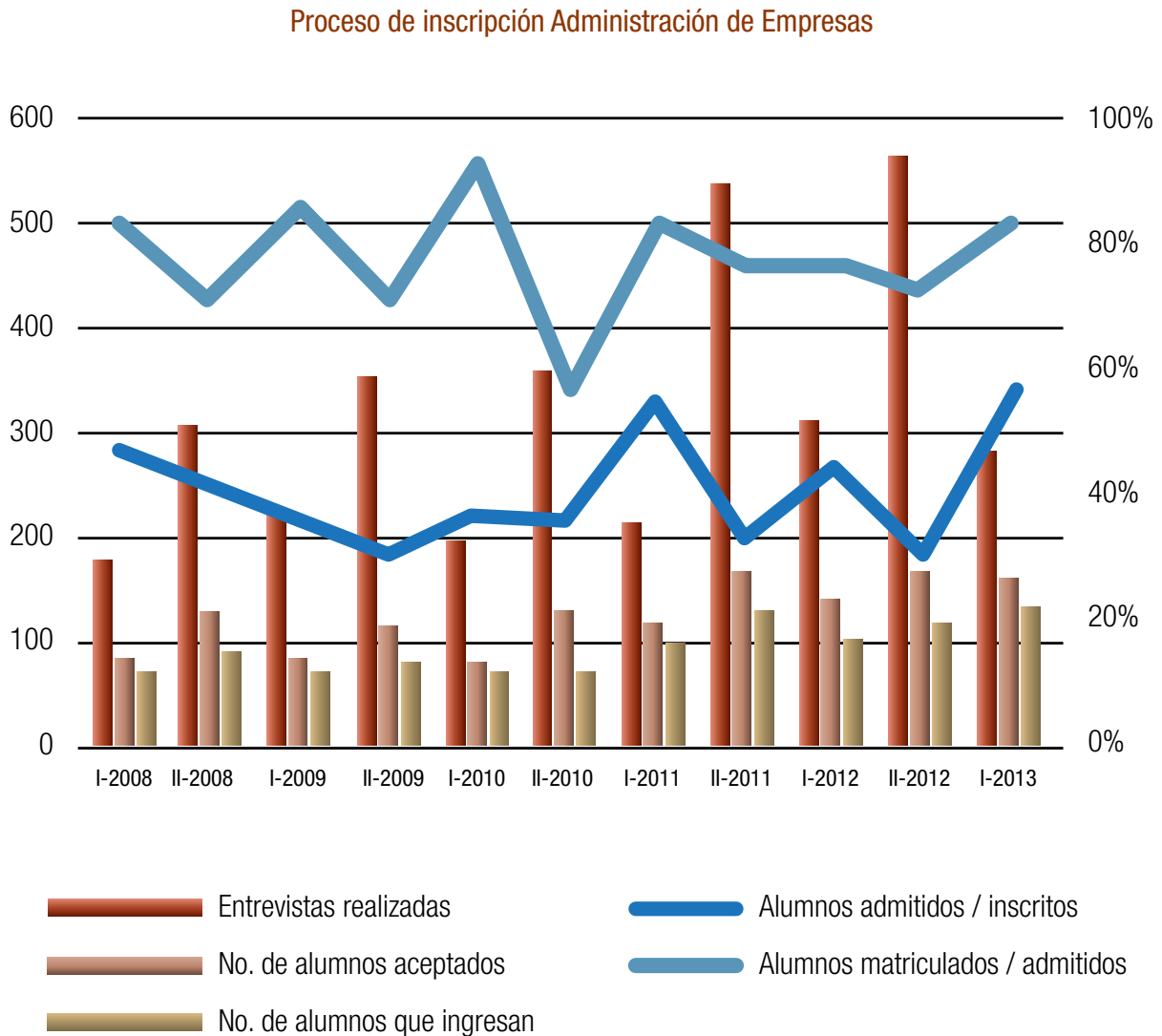
A partir de la entrevista buscamos a los estudiantes con desempeños altos en habilidades de comunicación, manejo de diferentes situaciones y presión; a partir de las experiencias y la participación en las actividades escolares y deportivas indagamos sobre sus capacidades de trabajo en equipo y de formación de los mismos, liderazgo y niveles de tolerancia al fracaso o condiciones diferentes a las esperadas (frustración). También, a partir de situaciones reales, se indagó sobre sus valores y

principios y, a través de sus logros o los de sus familias, se observó la vocación por el emprendimiento y el empresarismo.

Desde el primer semestre de 2012 se viene implementando una prueba de ingreso sobre competencias matemáticas, pensamiento lógico, crítico y lingüísticas para tener desde el perfil de ingreso los puntos máximos y mínimos de las competencias en el grupo que ingresa y así poder hacer el seguimiento, al terminar el tercer semestre, del avance logrado en el desarrollo de las competencias básicas.

El pregrado viene apoyando a los estudiantes que cursan su proceso de inmersión durante el último año de colegio, les hace seguimiento y los involucra en la vida académica buscando que ellos afiancen su vocación por la carrera. En el último año, todos los que cursaron inmersión presentaron proceso de admisión y un porcentaje alto (más del 90%) se matriculó al CESA. Adicionalmente al programa de inmersión que lideran Bienestar y la Rectoría en el proceso de promoción y difusión, el pregrado ha desarrollado espacios para que los alumnos interesados puedan participar en la vida académica del CESA asistiendo un día completo a clases; durante el 2012 se hizo una semana o un día de inmersión en conjunto con los colegios objetivo que les otorgaron a sus alumnos permiso para asistir (figura 1).

En el proceso para el **2013-1** se **matriculó**
el **83%** de los admitidos

FIGURA 1. Proceso de inscripción pregrado en Administración de Empresas


FUENTE: elaboración propia.

1.1.3. **Eli+e**

En conjunto con la Unidad de Gestión Empresarial, y para fortalecer el proceso de selección y la selectividad del estudiante que ingresa al CESA, se desarrolló el curso Eli+e, en el cual participaron 26 estudiantes que reforzaron sus competencias en liderazgo, comunicación y trabajo en equipo, y desarrollaron una idea de negocio para despertar el espíritu emprendedor. Este curso contó con la certificación de Dale Carnegie para que los estudiantes realizaran un ejercicio de autoconocimiento y desarrollaran su plan de vida y carrera. Eli+e fue muy bien evaluado por los participantes.

Los 26 estudiantes se presentaron al proceso de admisión y 25 de ellos se matricularon como estudiantes para primer semestre de 2013-1. Se llevó a cabo el segundo proceso de difusión y selección a través de un assessment para la segunda promoción del curso Eli+e.

A fin de desarrollar el espíritu emprendedor y el empresarismo, con los estudiantes de Eli+e se realizan visitas empresariales; en esta oportunidad asistieron a la Feria de Logística y Comercio Internacional en Panamá, y a la zona franca y la sociedad portuaria en Cartagena y Barranquilla. Esta salida permitió conocer y evaluar las competencias la motivación de este grupo de estudiantes para ingresar al CESA. Durante la feria tuvieron la oportunidad de relacionarse con estudiantes de Centroamérica y México, y compartieron su experiencia.

Los **26** estudiantes se presentaron al **proceso** de admisión
y **25** de ellos se **matricularon** como estudiantes
para primer semestre de **2013-1**



1.1.4. **Apoyo en la formación**

El pregrado viene trabajando fuertemente en el apoyo estudiantil a través de la Consejería y el Centro de Pensamiento Matemático Aplicado a la Administración (SUMA) y el Centro de Apoyo para la Lectura, la Oralidad y la Escritura (DIGA), para facilitar la adaptación de los estudiantes a la vida universitaria con refuerzos académicos, técnicas de estudio, y situaciones de estrés y conflicto o duelo, especialmente en sus familia.

Durante el 2012 se desarrolló, en conjunto con Bienestar Estudiantil, la cátedra Wellness, para motivar al estudiante a un estilo de vida saludable. En esta cátedra desarrollamos, en conjunto con el doctor Jonh Duperly, experto en la materia, una serie de charlas y talleres sobre tabaquismo, ansiedad, adicciones (alcohol y droga), sobrepeso y deporte. A estas cátedras asistieron alrededor de 200 estudiantes. Se invitaron conferencistas especializados en depresión y conflicto, charlas en las cuales participaron alrededor de 60 estudiantes. Se está trabajando en el fortalecimiento de este programa y para el 2013 se ofertará como una cátedra y un seminario de autoconocimiento y autogestión que se dictará a lo largo del semestre todas las semanas (1,5 horas).

Con el apoyo académico a través de SUMA en el área de matemáticas, DIGA en lengua y la Dirección del pregrado, se logró mejorar los niveles de desempeño de los estudiantes en riesgo académico y periodo de prueba, se disminuyó la tasa de repitencia y se mejoraron los promedios académicos.

Los extracréditos ofrecidos con los talleres de autoconocimiento y desarrollo de planes de vida y carrera, preparación para la vida laboral, pruebas y evaluación realizados a los estudiantes han permitido desarrollar proyectos y actividades de aprendizaje a fin de mejorar las competencias de los estudiantes, su desempeño y participación en los

En los últimos **dos años** el CESA viene **encabezando**, como una de las instituciones de **mayor calidad** en la **formación integral** de sus estudiantes

grupos de trabajo. También, se ha abordado el manejo de tecnologías y herramientas como Microsoft Office, SPSS, ACCES y Bloomberg, y se ha fortalecido al estudiante en el uso de estas, así como el análisis de la información para mejorar la toma de decisiones. Para el 2013 se desarrolló un modelo a través de la realización de laboratorios en el uso de las herramientas tecnológicas y software adscritos a diferentes asignaturas del Plan de Estudios, para el primer semestre de 2013 se ofertarán TIC para contabilidad y costos, para operaciones y optimización, para estrategia y productividad, y un laboratorio para estadística, investigación de mercados y electivas del área financiera.

1.2. Número 1 en medidas de calidad

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 niveles muy superior, superior, alto, medio y bajo (tabla 1). El CESA, desde el inicio de la prueba, se ha destacado por clasificar en los niveles superior y muy superior, el pregrado se ha preocupado por desarrollar una serie de acciones, evaluaciones y pruebas que permitan al estudiante mantener actualizado sus conocimientos y reforzar sus competencias comprensivas, analíticas y decisorias para apoyarlos en la resolución de la prueba y la obtención de buenos resultados.



En los últimos dos años el CESA viene encabezando, con la universidad de los Andes, como las instituciones de mayor calidad en la formación integral de sus estudiantes, posición avalada no solo por el ICFES, sino por las firmas como BOT e instituciones universitarias que han realizado investigaciones sobre calidad en la educación superior.

A fin de asegurar la calidad se viene trabajando en procesos de evaluación permanente y revisión de los resultados académicos de los estudiantes a través de la aplicación de pruebas que nos permitan medir el valor agregado, el desarrollo de sus competencias y sus aprendizajes, para ello se han venido desarrollando pruebas de cierre de ciclo y se están diseñando proyectos integradores para implementar al finalizar los semestres que coinciden con los núcleos de formación básica, profesional y de profundización.

Dentro del fortalecimiento y aseguramiento de la calidad a través del análisis de los resultados Saber pro se han identificado necesidades puntuales por reforzar y se están teniendo en cuenta para incluirlas en la revisión curricular.

Desde enero de 2012, y especialmente a partir del periodo intersemestral (junio-julio) se ha venido trabajando en la conformación y consolidación del grupo de autoevaluación y revisión curricular permanente donde a partir de los resultados semestrales y de cierre de ciclo se revisen y analicen los resultados para identificar necesidades y correctivos del currículo.

Con esta revisión y autoevaluación se están unificando los contenidos mínimos de cada asignatura, las evaluaciones que debe tener el desarrollo del plan de trabajo de cada profesor en el aula, y a partir de

TABLA 1. Resultados Pruebas Saber Pro 2012-1

Universidad	Semestres	Duración semestre [semanas]	Semanas de clases	Semanas receso	Semanas de exámenes	Créditos	Acreditación Institucional	Acreditación de programa	Acreditación Internacional	RANKING BOT	SABER PRO	SALARIOS
CESA	9	19	16	1	2	186		1		2	11,5	1
Uniantes	8	18	15	1	2	141	1	1	3	1	11,8	2
Externado	9	18	16	1	1	192	1	1		6	11,2	4
Rosario	9	18	16	1	1	169	1	1		4	11,3	5
EAFIT	9	18	15	1	2	160	1	1		7	11,2	7
Javeriana BGT	8	19	16	1	2	160	1	1		11	10,96	10
EAN	8	19	16	1	2	144		1	1	26	10,51	9
Sabana	9	18	15	1	2	153	1	1		9	11,1	6
Sergio	10	20	17	1	2	150		1		24	10,52	
Nacional BGT	10	18	15	1	2	164	1	1		8	11,1	15
ICESI	10	17	14	1	2	132	1	1		5	11,3	8

FUENTE: elaboración propia.



esta homogeneización se están diseñando los currículos y microcurrículos de cada área, identificando el nivel de conocimiento de entrada que se requiere para el curso y el nivel de conocimiento de salida del mismo, las competencias desarrolladas en diferentes niveles de profundización, que respondan al PEI, al perfil de egreso y a los estándares nacionales e internacionales del administrador de empresas.

En el diseño curricular y microcurricular se pretende desarrollar e incorporar actividades que aseguren los objetivos de aprendizaje del curso y los mecanismos unificados de evaluación para garantizar al estudiante uniformidad en el proceso y sus mínimos requeridos.

De la misma manera se ha invitado a conformar un grupo académico y asesores externos expertos en diseño de currículos, microcurrículos, actividades de aprendizaje, didácticas y procesos de valuación y construcción de indicadores y desarrollo de competencias.

También, se ha revisado el modelo de evaluación docente y se desarrolló un modelo piloto que se aplicó en el primer y segundo semestre donde miramos no solo la percepción sobre el docente, sino también sobre su aprendizaje y sobre el curso, modelo que arrojó unos resultados interesantes que nos permitieron identificar acciones por seguir para la formación docente, el diseño de actividades en el aula y los modelos de evaluación.

1.2.1. **Ranking**

Se efectuó un estudio de la oferta de programas de las escuelas de negocios en el mundo, sus acreditaciones, diferenciadores, convenios de movilidad, entre otros, con el fin de hacer una comparación con el programa del CESA y los nacionales, y poder hacer una primera

evaluación del programa y su alineación con los programas internacionales (figura 2). El resultado del estudio nos permitió identificar tendencias, contenidos y metodologías de enseñanza-aprendizaje que permitirán reforzar el programa del CESA.

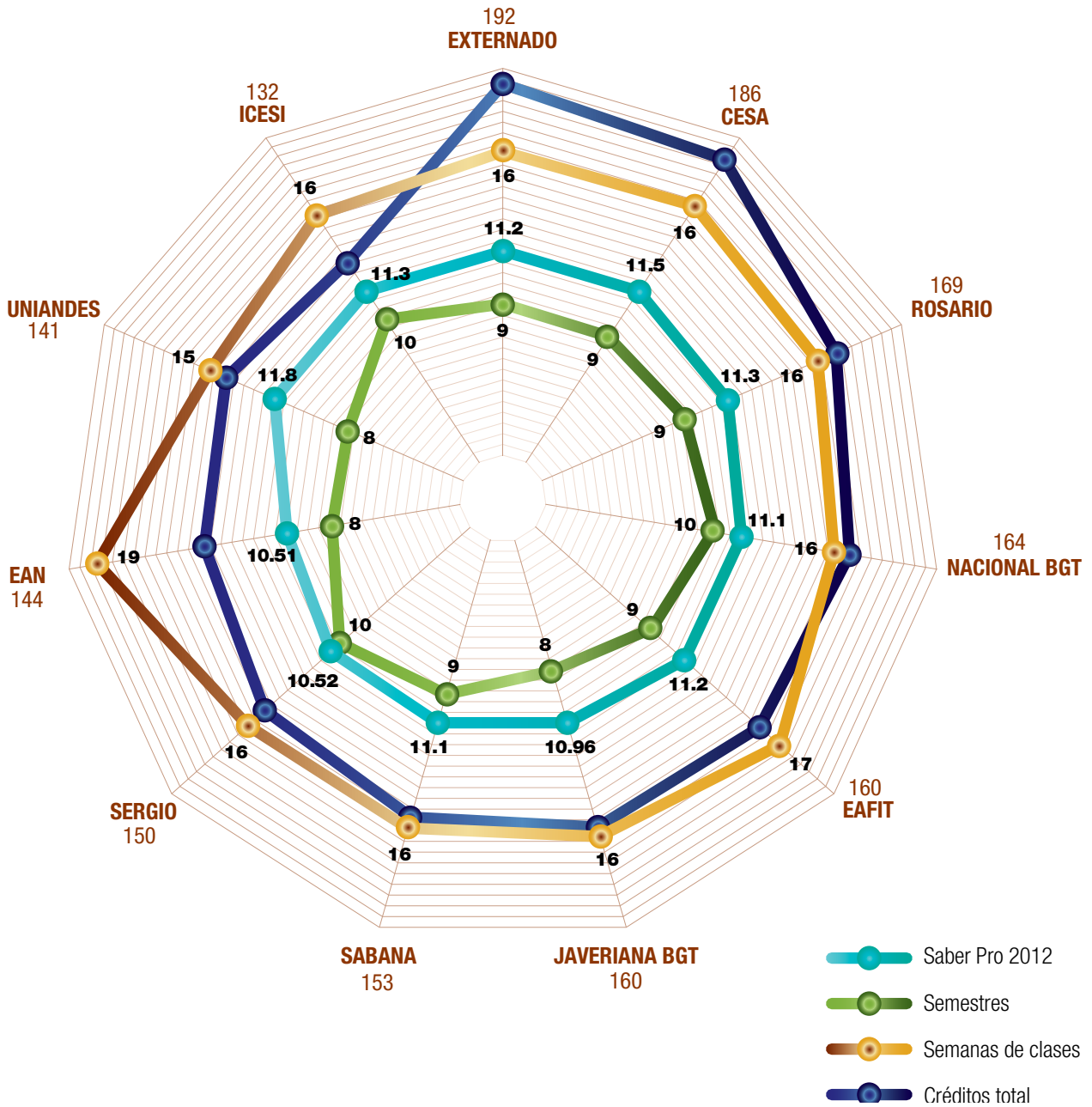
1.2.2. **Docentes**

El pregrado, con el apoyo de la Rectoría, inició desde el primer semestre de 2012 un programa de capacitación docente en temas como el desarrollo de actividades de aprendizaje y diseño de un *syllabus* por competencia. Este taller lo dictó el profesor español Juan Antonio García Freile, experto en el desarrollo de currículos por competencias; el taller tuvo una duración de 16 horas y participaron 16 profesores (cátedra y planta). Asimismo, se ha venido teniendo un acompañamiento por parte de la profesora PhD en Educación, Nelly Rodríguez, para acompañar el proceso de revisión de los *syllabus*. En el 2013 se espera continuar con el proceso de formación a través de la metodología de workshops, talleres cortos, con el fin de vincular el mayor número de profesores.

A diciembre de **2012** ya se ha logrado tener **unificadas** las áreas de matemáticas y estadística, economía, un **80%** del área de mercadeo, gestión humana, producción y operaciones



FIGURA 2. Comparación entre los diez mejores programas de Administración



FUENTE: elaboración propia.

1.3. Acreditaciones

1.3.1. Acreditación nacional

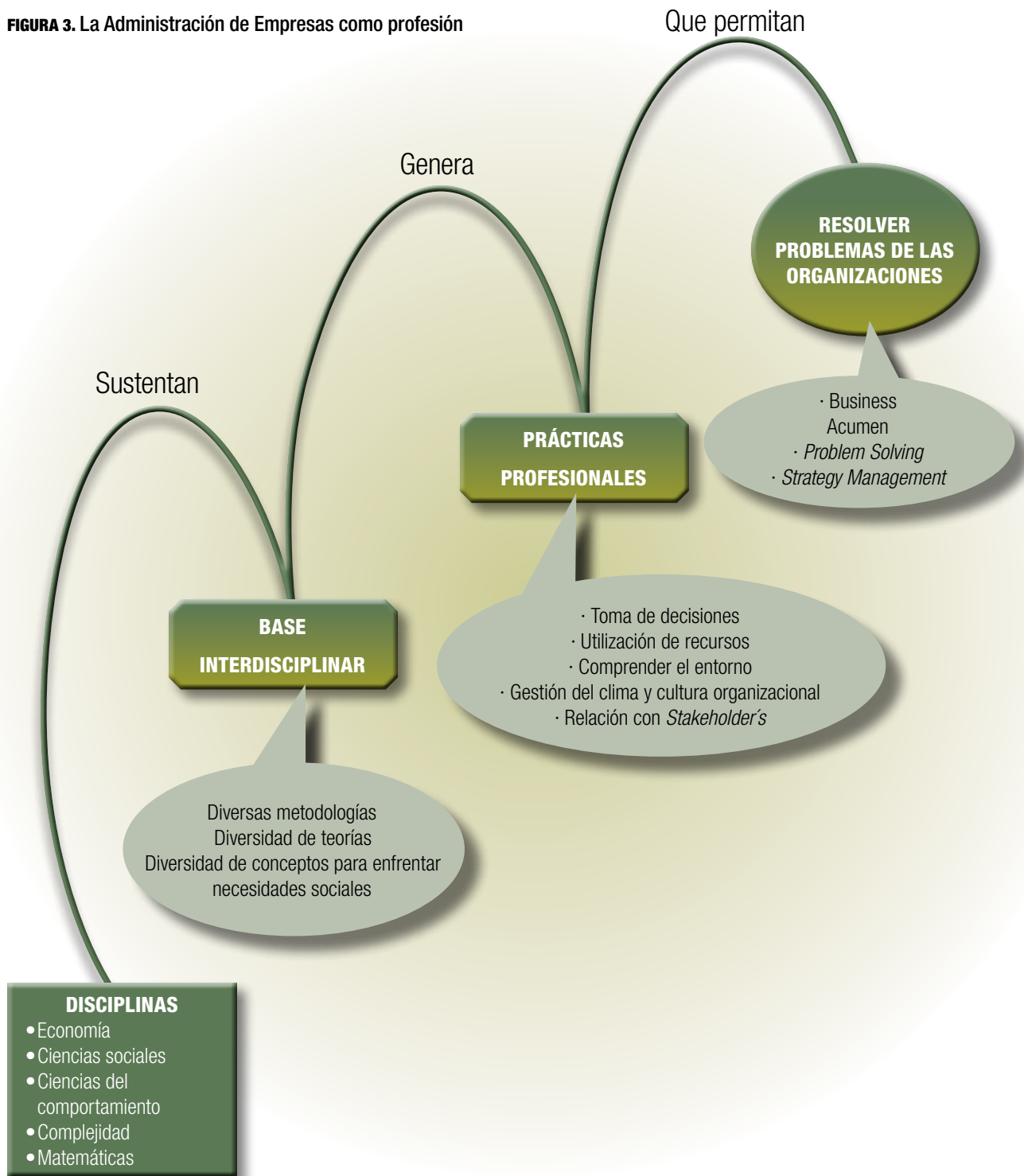
A partir del PEI y del informe de la acreditación se ha venido trabajando en la unificación y alineación de los contenidos curriculares del Plan de Estudios 23 (vigente actualmente). A diciembre de 2012 ya se ha logrado tener unificadas las áreas de matemáticas y estadística, economía, un 80% del área de mercadeo, gestión humana, producción y operaciones, y para el 2013 se espera lograr la unificación en el área de administración y finanzas.

Asimismo, se está construyendo el PEP y se revisaron e identificaron los perfiles de ingreso y egreso para garantizar el cumplimiento de la propuesta de Valor del CESA en su misión y el desarrollo de las competencias para que el egresado sea un líder empresarial, emprendedor, y que genere valor en las organizaciones. En esta revisión para identificar las competencias de nuestros egresados se trabajó de la mano con Rafael Ortega de Korn Ferry. Dentro del proceso de alineación PEI-PEP, Misión y Visión, se viene trabajando en el ajuste y la revisión de los syllabus para garantizar su pertinencia, y en los objetivos de aprendizaje en cada área que garanticen el perfil de egreso de nuestros estudiantes. (Figura 3)

Se han venido alineando los contenidos y los objetivos de aprendizaje del Plan de Estudios acorde a los estándares nacionales e internacionales en Administración de Empresas. Se ha conformado el grupo de trabajo para la revisión curricular con invitados externos nacionales e internacionales; para el efecto se han realizado sesiones de discusión y



FIGURA 3. La Administración de Empresas como profesión



debates en las diferentes áreas incluyendo los temas internacionales, y la importancia de que los aprendizajes estén alineados con el perfil de egreso y los requerimientos de contratación de las empresas nacionales e internacionales.

Dentro del proceso de reconocimiento de la calidad y el posicionamiento de la institución a nivel nacional nos hemos vinculado activamente en los eventos nacionales e internacionales de las asociaciones que agrupan las facultades de Administración, y hemos tomado un rol activo: desde diciembre del 2011 ocupamos la presidencia del Capítulo de Ascolfa Bogotá, formamos parte del Consejo Directivo Nacional y somos los representantes de los decanos de las facultades de Administración del capítulo Bogotá y Centro en la Junta Directiva del Consejo Profesional de Administración (CPAE).

1.3.2. **Certificación Internacional DAF de la EFMD**

Se hizo la presentación formal de la voluntad del CESA para la admisión al Programa DAF (Deans Across Frontiers) de la EFMD, programa de acompañamiento y asesoramiento a través de los decanos miembros acreditados por la EFMD en los procesos de aseguramiento de la calidad, revisión curricular y objetivos de aprendizaje del programa, que permita elaborar un resultado de la autoevaluación del programa y los planes de acción (Self Assessment Report) para garantizar el cumplimiento de los criterios de evaluación de la Acreditación Internacional.

El CESA está trabajando en el proceso de autoevaluación con estándares internacionales ya que en el mes de octubre de 2013 seremos visitados por la delegación de la EFMD, donde los pares visitantes revisarán las condicio-



nes iniciales del programa para su proceso de acreditación y nos darán un acompañamiento por dos años para desarrollar los planes de acción sugeridos a fin de ser acreditables por la EFMD. El pregrado viene participando activamente y capacitándose en los seminarios internacionales impartidos por la EFMD y la Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) sobre el desarrollo de los currículos, la administración académica y la gestión curricular, las discusiones sobre las necesidades de formación en Administración, y asiste a los foros internacionales en las conferencias anuales de la EFMD y AACSB sobre lo que los empleadores requieren y las universidades entregan, foros de discusión con *head hunters*, egresados y grandes firmas que buscan administradores a nivel global, esto con el fin de ser muy críticos en la autoevaluación, en los ajustes curriculares que se vienen realizando al interior del programa, con el fin de que estos garanticen pertinencia y, sobre todo, aseguren el logro de la Misión del CESA, el diferenciador en los egresados que se ha mantenido a nivel nacional desde su fundación, y la pertinencia en términos de desarrollo de competencias globales para el ejercicio de la profesión en y fuera del país.

Dentro del proceso de Acreditación Internacional se ha venido trabajando de la mano de la Oficina de Relaciones Internacionales para incrementar los acuerdos internacionales de movilidad de alumnos y profesores, a fin de traer estudiantes y profesores internacionales que hagan su semestre de intercambio y pasantía en el CESA, y aumentar el número de profesores visitantes internacionales de escuelas acreditadas para que impartan cursos electivos y seminarios en temas actuales en la formación de la Administración.

Otro tema que se ha reforzado es el **bilingüismo** y el estudio de una **tercera lengua** con profesores **internacionales**, esto ha permitido durante el 2012 cerca del **90%** de los **cursos** dictados con una sesión **en inglés**

1.4. Fortalecimiento de la malla académica

Otro tema que se ha venido reforzando es el bilingüismo y el estudio de una tercera lengua con profesores internacionales, esto ha permitido tener durante el 2012 cerca del 90% de los cursos dictados con una sesión en inglés, en su gran mayoría dictada por profesores internacionales, y se han fortalecido el francés y el portugués con más de cincuenta estudiantes matriculados en estos cursos, que se dictan de manera electiva y como extracréditos; para el 2013 se seguirá fortaleciendo la oferta de estos idiomas.

Dentro del proceso de fortalecimiento académico y cumplimiento de los estándares se ha venido trabajando en incorporar y usar las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje en el diseño de las actividades de aprendizaje incorporadas en los *syllabus* y planes de las asignaturas creando técnicas de innovación pedagógica para incentivar a los profesores en la utilización de TIC en el desarrollo de las clases, el uso de juegos gerenciales, software especializado y simuladores para lograr aprendizajes significativos, competencias en el uso de herramientas y capacidad de análisis para la toma de decisiones empresariales.

Otro paso que se ha dado ya en algunas asignaturas que se han considerado pilotos es el diseño de cursos que partan del logro de los objetivos de aprendizaje a través de metodologías dinámicas, con actividades pedagógicas que permitan llegar a los diferentes tipos de aprendizaje que tienen nuestros alumnos. Dentro de este mismo proceso venimos invitando a los profesores a fortalecer sus habilidades y competencias a partir de conocer diferentes técnicas en innovación pedagógica.



Por otra parte, dentro del proceso de aseguramiento y fortalecimiento académico está el desarrollo de competencias transversales para el emprendimiento y la innovación a lo largo de los diferentes cursos del programa, complementados por una serie de seminarios y talleres que comienzan desde primer semestre con talleres de creatividad, autoco-nocimiento, innovación, liderazgo, comunicación asertiva y desarrollo de plan de vida y carrera, así como una serie de seminarios en el uso de herramientas y software para modelar escenarios futuros.

En el proceso de autoevaluación y fortalecimiento de las competencias para la empleabilidad hemos realizado 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 y una mayor flexibilidad que permite al estudiante escoger de acuerdo con sus gustos y planes futuros del ejercicio profesional y para reforzar temas que en su práctica encuentran interesantes de profundizar.

Dentro de este proceso se han ofertado electivas en temas tales como: negociación internacional, recursos humanos, posicionamiento de marca país, inversiones en el exterior, innovación y emprendimiento, con profesores invitados que vienen durante una semana; estos cursos se hacen intensivos estilo módulos de posgrado. En estas electivas normalmente participan tres profesores internacionales y cada uno dicta un módulo de 16 horas por semana que se desarrollan de lunes a viernes de 5 a 9 p.m.

Durante el 2012 se dictaron electivas en temas financieros, mercadeo, estrategia organizacional, recursos humanos y competitividad y apertura de negocios en mercados internacionales. Para los estudiantes que realizan práctica internacional se dictaron los cursos correspondientes a octavo y noveno semestres *on line* con Innova College, y a los que



1.4.1. **Electividad en la malla académica**

Dentro del mismo proceso de autoevaluación y revisión curricular desde el 2011 el pregrado viene trabajando en la oferta de un mayor número de electivas, tanto humanísticas como profesionales y de profundización que permitan al estudiante ser más selectivo al momento de escoger el área profesional en la cual quiere profundizar sus conocimientos. Desde el primer semestre de 2012 se vienen ofertando electivas en las áreas financiera, de recursos humanos, de mercadeo estratégico y publicidad, de estrategia y dirección de organizaciones y del manejo de la cadena de las organizaciones desde el enfoque del Supply Chain Management, y de competitividad e internacionalización de las empresas en mercados globales.

En el área de humanidades también se han venido reforzando las electivas incluyendo aspectos como la geopolítica, la interculturalidad, las negociaciones internacionales, y se introdujeron electivas en temas como la música, el arte, la literatura y el desarrollo del ser.

Adicionalmente en el manejo de las electivas se ha buscado el fortalecimiento académico y el desarrollo de competencias transversales a través de seminarios y cursos talleres que complementan la formación personal, el uso de herramientas y tecnologías de gestión, y una serie de seminarios profesionales en los cuales se manejan temas hoy son muy frecuentes en el mundo empresarial. Con estos seminarios profesionales se han complementado temas en calidad y medioambiente, en herramientas financieras y en tecnologías, y temas de gestión de marketing y manejo del dinero en mercados de capitales nacionales e internacionales, estrategia financiera y manejo de tesorería.

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

El intenso trabajo del 2011 evidenció una creciente demanda de los servicios del Centro DIGA, por lo que la administración del CESA amplió el presupuesto para profesores asistentes y de tiempo completo.

A partir del segundo semestre del 2012, Tatiana Ramírez y Andrés Sánchez, quienes eran profesores de medio tiempo (con un compromiso de veinte horas semanales), fueron contratados como profesores de tiempo completo. Del mismo modo, desde julio del mismo año se contó 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. Al unificar el trabajo con este departamento, el Centro DIGA redefinió sus funciones para trabajar más efectivamente con los estudiantes.

Como se hizo durante los dos años anteriores, dos estudiantes cumplieron la función de monitores del Centro DIGA como lectores pares de los trabajos de sus compañeros.

Principales actividades de 2012:

1. Asesoría a estudiantes
2. Asesoría docente
3. Tutorías DIGA



4. Coordinación del Proceso de selección editorial
5. Espíritu emprendedor
6. Español como segunda lengua
7. Proyectos especiales

1.5.1. **Asesoría académica a estudiantes**

Como se ha hecho hasta ahora, los profesores de DIGA estuvimos atentos a las necesidades de los estudiantes del pregrado y maestrías en lo que a elaboración de trabajos escritos y orales se refiere. A través del correo de DIGA (diga@cesa.edu.co) o en la oficina (Casa Rocha, segundo piso, desde julio del 2012), los profesores Ramírez, Sánchez y Murillo recibimos las preguntas y los requerimientos de los estudiantes de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. Las principales dudas referidas eran respecto a:

- Estructura y argumentación de un ensayo.
- Elaboración de reseñas, resúmenes, actas e informes.
- Uso de normas APA.
- Puntuación.
- Ortografía.

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

1.5.2. **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 esto, durante los dos años de

trabajo hemos asesorado 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 más elocuente el trabajo de escritura de los estudiantes. A continuación se puede ver la lista de cursos y los profesores con los que se trabajó bajo la figura de Curso Asociado durante el 2012 (tabla 2).

TABLA 2. Cursos asociados para 2012

Comunicación escrita (Grace Burbano, Javier H. Murillo, Juliana Ortiz, Tatiana Ramírez).
Comunicación oral (Grace Burbano, Javier H. Murillo, Andrés Sánchez, Andrés Valero).
Corporate Communications (Dana Matl).
Desarrollo organizacional (Henry Bradford).
Espíritu emprendedor (Óscar Bravo, Julio Caballero, Juan Carlos Rodríguez).
Fundamentos de Matemáticas (Esteban Durán).
Geopolítica (Alejandro Jordán).
Gobierno y decisiones administrativas (Alfonso Valdivieso).
Historia y geografía de Colombia (Juan Santiago Correa, Francisco Osuna).
Ingeniería de la producción (Pedro Aguilar).
Introducción al Derecho (Leonor Osuna).
Investigación de mercados (Claudia Gómez).
Macroeconomía (José Manuel Restrepo).
Marketing del cliente (Marta Lucía Restrepo).
Microeconomía (Víctor Malagón).
Negocios internacionales (Ángela García, Elsa Torres).
Políticas y procesos empresariales (Marta Lucía Restrepo).
Principios de mercadeo (Juan María Andrade, Julio Caballero, Claudia Gómez, David van der Woude).
Talento humano I (María Teresa Sánchez).
Ver cine y televisión (Andrés Sánchez).
Visitas empresariales (Laura Bermúdez, Juan José Loboguerrero, Emilio Pizano).

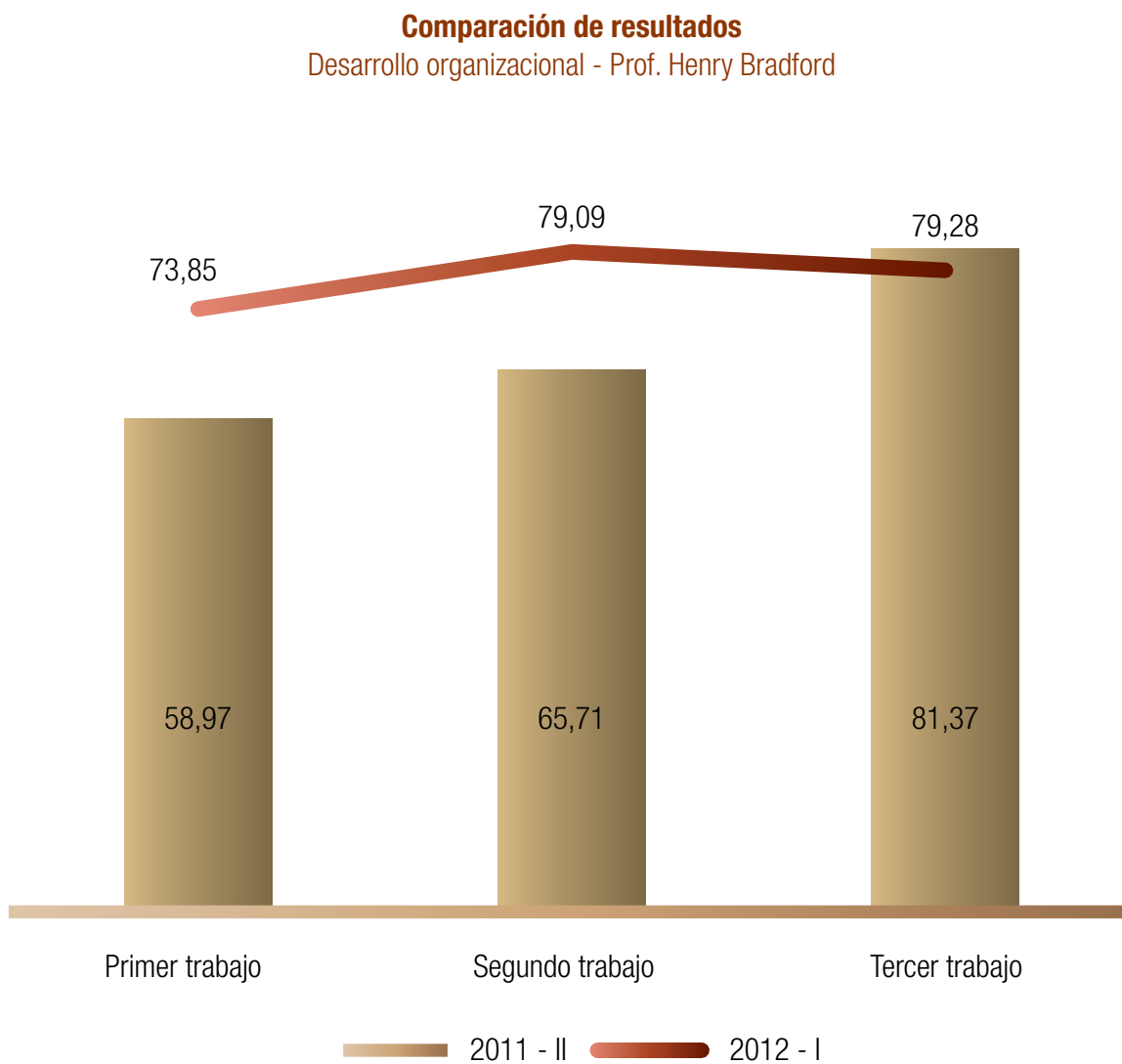
FUENTE: elaboración propia.



Esta asesoría se lleva a cabo de dos 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. Ejemplo de ello fueron los casos de Principios de mercadeo (prof. Claudia Gómez) y Fundamentos de Matemáticas (prof. Esteban Durán). Con la primera se diseñaron rúbricas de evaluación (ver tabla 3) y con la segunda técnicas de escritura y el parafraseo como parte del proceso de comprensión de lectura, imprescindible para solucionar un problema matemático. En la segunda, orientada más a los resultados, el profesor envía un paquete de tareas para que sea calificado por DIGA. Así, el Centro da una calificación antes que el profesor, que es requisito para la entrega final.

DIGA realizó también un informe para cada evaluación de los profesores asociados en el que se especificaban las generalidades estilísticas y el planteamiento de las ideas básicas de los textos y, a través de una gráfica, el rendimiento general del curso. Esto con el objeto de que tanto el profesor como el grupo de estudiantes pudieran ver la evolución de sus trabajos. En estos resultados, en especial con cursos con los que se trabajó más de una vez, se evidenció una evolución notoria en su escritura (figuras 5, 6 y 7).

FIGURA 5. Comparación de resultados Desarrollo Organizacional

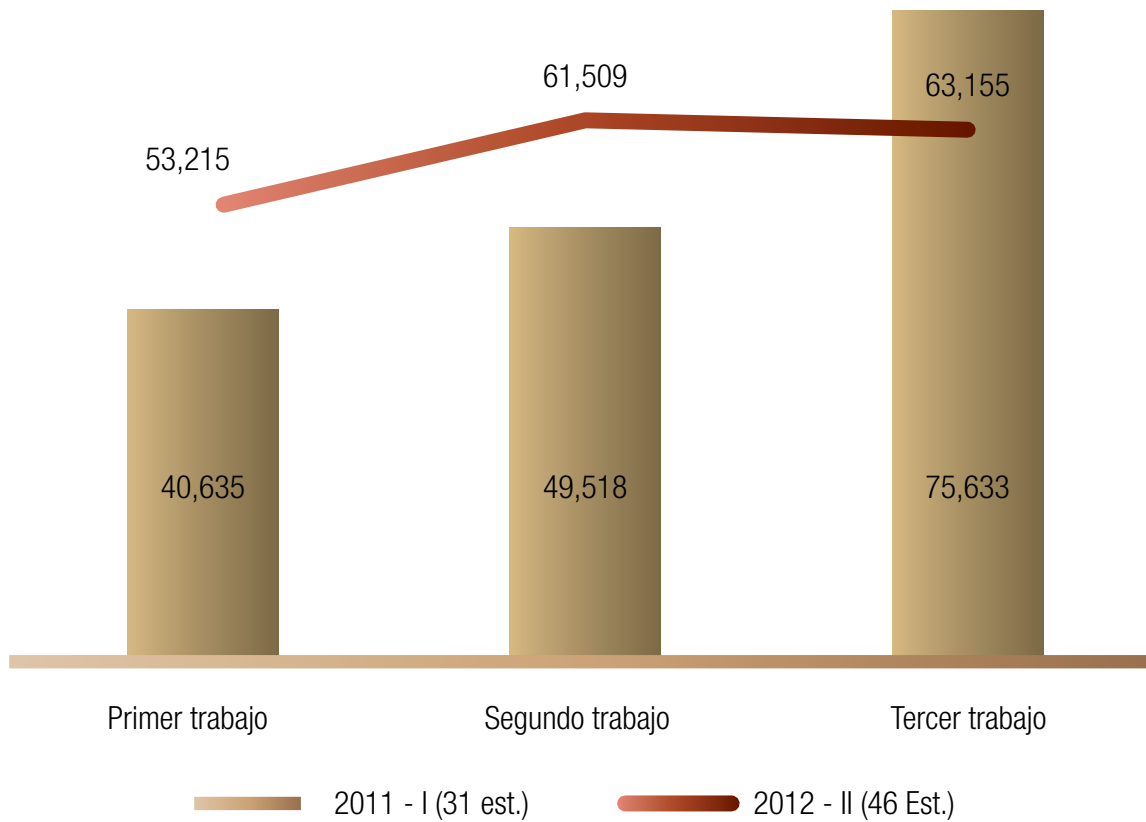


FUENTE: elaboración propia.



FIGURA 6. Comparación de resultados Historia y Geografía

Comparación de resultados
Historia y Geografía - Prof. Juan Santiago Correa

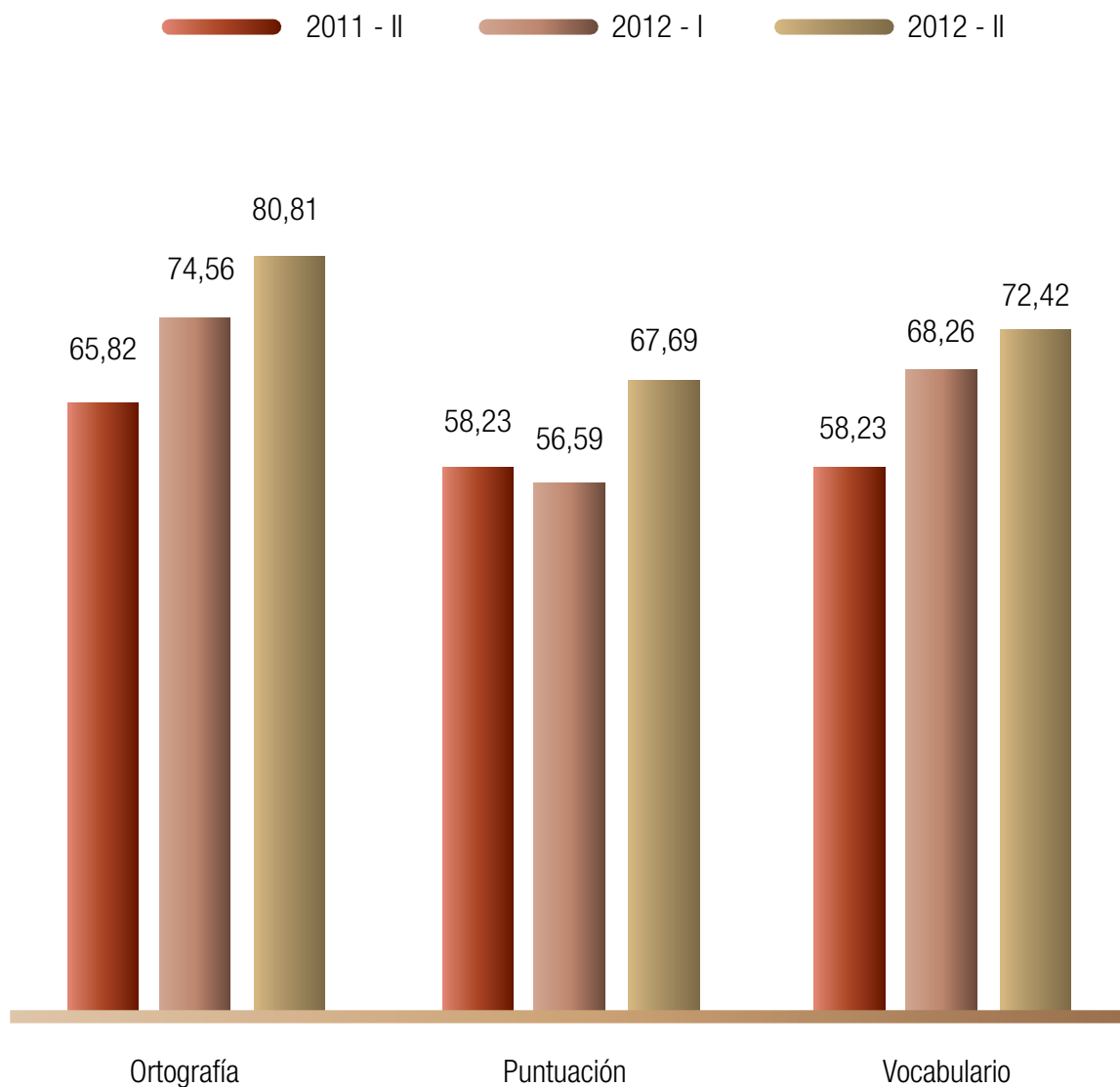


FUENTE: elaboración propia.

FIGURA 7. Comparación de resultados Macroeconomía

**Comparación de resultados - Gramática
2011 - II / 2012 - II**

Macroeconomía - Prof. José Maunel Restrepo



FUENTE: elaboración propia.



Adicionalmente, se apoyó el trabajo de escritura de profesores y miembros del grupo administrativo del CESA. El Centro DIGA se consolidó 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, Jorge Mejía, Juan Felipe Parra y Marta Lucía Restrepo fueron parte de este grupo. También se hizo una revisión de documentos institucionales como algunos del Área de Gestión Humana o el Informe de Gestión del CESA para el año inmediatamente anterior.

1.5.3. Tutorías DIGA

Las tutorías se organizaron de forma individual y grupal, y se publicaron en la página web del CESA. A lo largo de los dos semestres se ofrecieron tutorías individuales y grupales (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 IV semestre).

El principal público objetivo fueron los estudiantes de pregrado del CESA, pero también participaron estudiantes de las maestrías en Finanzas y Marketing, lo mismo que empleados de la institución. Los estudiantes de pregrado que más utilizaron estos servicios fueron los de las materias de Comunicación escrita, Gobierno y decisiones administrativas, Historia empresarial, Historia y geografía, Emprendimiento, Macroeconomía, Marketing del cliente y Visitas empresariales.

1.5.4. Coordinación del proceso editorial

Durante el segundo semestre del año el coordinador del Centro DIGA asumió la 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 fue 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. Asimismo, 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. Hasta el momento se coordinó la presencia de diez pares lectores, la mayoría de ellos avalados por Colciencias en cinco áreas del conocimiento, y la lectura y evaluación de sendos títulos.

1.5.5. **Espíritu emprendedor**

Debido al éxito que tuvo la colaboración entre DIGA y la asignatura de Espíritu Emprendedor en 2011-II, se decidió continuar y formalizar la colaboración en esta materia. Para ello, DIGA fue invitado a la presentación del curso en los dos semestres de 2012 y participó con un 5% de la calificación definitiva. El trabajo consistió en asesorar, en el área de lecto-escritura, los planes de negocios (planteamiento de una idea, misión-visión) y las presentaciones del Panel de Springboard.

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. Con estos se buscaba que los grupos observaran inconsistencias en su exposición (tanto en la presentación oral como en sus diapositivas), y encontraran puntos para fortalecer y escogieran los expositores.



1.5.6. Español como segunda lengua

En el primer semestre de 2012, la Dirección de Pregrado, con el apoyo del Centro DIGA, incluyó la clase de Español para extranjeros I en el pénsum de los estudiantes de intercambio.

Los estudiantes de Alemania, Holanda, Letonia e Israel que visitaron el CESA en el 2012, tomaron la clase de Español para extranjeros I. Para la mayoría, esta clase representó un primer acercamiento al aprendizaje de la lengua española, así que uno de los objetivos fue prepararlos para obtener un nivel A1-A2 (según el Marco Común Europeo de Referencia). El nivel A es de un usuario básico que comprende asuntos muy sencillos de la lengua como saludos, información personal, vocabulario de colores, cuerpo, animales, comidas..., pequeñas conversaciones acerca de temas conocidos, entre otros.

Efectivamente, al final del curso los extranjeros demostraron tener un nivel A1-A2 con el que podían crear pequeños textos escritos y orales. Con este curso lograron:

- Comprender y utilizar expresiones cotidianas de uso muy frecuente, así como frases sencillas destinadas a satisfacer las necesidades de tipo inmediato y relacionadas con áreas de experiencia que les son especialmente relevantes (información básica sobre sí mismos y su familia, compras, lugares de interés, ocupaciones, etc.).

En el **primer semestre de 2012**, la Dirección de Pregrado, con el apoyo del Centro DIGA, incluyó la **clase de Español** para extranjeros I en el pénsum de los estudiantes de **intercambio**

- Presentarse a sí mismos y a otros, pedir y dar información básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conocen.
- Relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar y repetir.
- En general, la formalización de la clase en el pènsum resultó positiva; ahora representa un valor agregado para estudiar en Colombia.

1.5.7. **Proyectos especiales**

a) Debate CESA

En el primer semestre de 2012 se organizó el segundo concurso de debate junto a la Dirección de Pregrado y a los estudiantes Miguel Guerrero y Karim Kure.

Se inscribieron 25 estudiantes, de entre I y VI semestre —fundamentalmente de I y II semestre—, divididos en cuatro grupos. También se contó con la presencia de un grupo de estudiantes de VII semestre de la Universidad del Rosario. Al final, el ganador fue un grupo del CESA compuesto por estudiantes con particulares habilidades para expresarse en público.

b) Manuel Campo Vidal en el CESA

Junto con la Rectoría y la Vicerrectoría del CESA se organizó la visita del periodista y especialista en comunicación español Manuel Campo Vidal.

El profesor Campo estuvo tres días en Bogotá y dio tres conferencias: la primera a profesores del CESA, en la que insistió sobre la importancia de la comunicación en la academia; la segunda, a estudiantes de



pregrado, en la que habló del valor de las habilidades comunicativas en la formación del liderazgo, y la última, al grupo de emprendedores de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), en la que se discutieron temas de comunicación y emprendimiento en economías emergentes.

Manuel Campo V. no solamente logró un muy efectivo encuentro con los miembros del CESA, profesores y estudiantes, sino que se llevó la mejor impresión del trabajo que se hace en la institución; por ello insistió en la necesidad de establecer proyectos conjuntos con el CESA, concretamente con el Centro DIGA.

c) Asesorías externas en pedagogía de la lengua y metodología

Gracias a la difusión en la web de los cuadernillos del Centro DIGA — *Claves para escribir y para corregir textos formales y Recomendaciones para escribir un ensayo* (Murillo, 2010)—, durante el 2012 instituciones externas como el Colegio Nueva Granada y las Fuerzas Militares de Colombia solicitaron asesoría pedagógica y de manejo de metodologías de citación al Centro DIGA. Se buscará, durante el 2013, formalizar estas asesorías.

1.5.8. Visibilización

a) Actualización docente

Como parte de los seminarios y conferencias de actualización docente se participó en el seminario-taller “Gestión del currículum, didáctica y evaluación de competencias desde el enfoque socioformativo” (agosto), a cargo del profesor Juan Antonio García Fraile. Dentro de ese taller, tres

profesores del Centro DIGA trabajaron junto a la profesora Claudia Gil en el desarrollo de una competencia pedagógica fundada en el desarrollo de las habilidades de escritura de ensayos de los estudiantes. También se participó en las conferencias del profesor Jamil Salmi y en el Research workshop del profesor Peter Nuttall, ambos eventos en el mes de septiembre.

b) Conferencias

DIGA fue invitado a la conferencia del profesor Daniel Wilson en la Universidad del Rosario en el mes de abril. Por otro lado, Javier H. Murillo participó en el mes de octubre en el XVII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática de la UNAM, en México, D.F., con la ponencia Las habilidades lingüísticas como instrumento para apuntalar la formación profesional en Administración de Empresas.

1.5.9. Principales logros

- Asesoría particular, según la necesidad de cada profesor y de cada materia.
- Integración del trabajo de diga con el trabajo de cada profesor; no se trata de calificar uno o varios paquetes de exámenes, sino que se plantean las actividades que involucran habilidades lingüísticas para lograr resultados más efectivos en la escritura y expresión oral de los estudiantes.
- Continuación de los procesos de concienciación de profesores y estudiantes sobre la necesidad de una comunicación efectiva, escrita y oral.
- Concienciación del riesgo de cometer plagio, y de la gravedad de hacerlo.
- Posicionamiento en Colombia y fuera del país, gracias al cual especialistas de diferentes parte del mundo (la consultora de corrección de estilo de las Fuerzas Militares de Colombia y el



profesor Manuel Campo Vidal, por ejemplo) tienen en cuenta la labor de DIGA para el desarrollo de sus trabajos.

- Afinación de herramientas pedagógicas que permiten un trabajo cada vez más claro y efectivo con los profesores y los estudiantes.
- Participación de la Universidad del Rosario en el concurso de debate CESA.
- Formalización del trabajo con el Centro de Emprendimiento y Liderazgo (CLE) en competencias escritas y orales.
- Formalización de la clase de Español para extranjeros en el p nsum de pregrado.
- Revisión de estructura y desarrollo de los trabajos de grado de especializaciones y maestrías en Finanzas y Marketing.

TABLA 3. Ejemplo de rúbrica: evaluación de un video para docentes de Mercadeo

	No funcional		Funcional	
	Nivel I <i>0,0-3,9</i>	Nivel II <i>4,0-5,9</i>	Nivel III <i>6,0-7,9</i>	Nivel IV <i>8,0-10,0</i>
Investigación y contenidos mínimos 30% Contenidos mínimos exigidos: Producto/Servicio, Público objetivo, Beneficios o satisfactores, Segmento de mercado, Canales de venta y distribución	No se desarrollan los conceptos planteados.	El manejo de los conceptos propuestos es débil y carece de soporte.	Los contenidos exigidos aparecen con un soporte externo mínimo.	Hay una investigación de fuentes confiables. Muestra un análisis claro de los conceptos propuestos.

		No funcional		Funcional	
		Nivel I 0,0-3,9	Nivel II 4,0-5,9	Nivel III 6,0-7,9	Nivel IV 8,0-10,0
Organización 30%		El trabajo es desordenado; no evidencia planeación.	La secuencia propuesta no es lógica. Hay esbozos de libreto o <i>storyboard</i> no desarrollados.	Hay una secuencia lógica en el video, apoyada por lo menos en parte por un libreto o un <i>storyboard</i> .	La secuencia del video es clara. Es evidente el seguimiento de un libreto o <i>storyboard</i> .
Producción 20%	Edición	Los clips aparecen cortados, sin transición. No hay edición.	Hay un proceso de edición, pero algunas transiciones son abruptas.	El trabajo de edición permite que la historia fluya, aunque son evidentes algunos cortes.	La edición garantiza una transición limpia y sin quiebres.
	Sonido	El audio está cortado o es irrelevante para el video.	El sonido es inconsistente con las imágenes. La música de fondo se vuelve más importante que el audio primario.	El audio es coherente con las imágenes mostradas e ilustra con alguna precisión la historia.	Audio claro y consistente con la idea del video. El sonido de fondo está perfectamente equilibrado con el audio primario.
	Imágenes	Las imágenes mostradas distraen del contenido.	Algunas imágenes externas no están relacionadas con el tema.	Las imágenes son coherentes con la idea general del video.	Las imágenes refuerzan los contenidos mínimos.
Manejo de tiempo 10%		Utiliza más o menos de dos minutos de los acordados.	Se toma de uno a dos minutos más o menos de los acordados.	Se toma un minuto más o uno menos de los acordados. A pesar de que respeta el tiempo acordado, utiliza información irrelevante para lograrlo o corta de manera abrupta, y no cierra adecuadamente.	Se ciñe al límite de tiempo propuesto por el ejercicio sin que se evidencie ningún esfuerzo por lograrlo.



	No funcional		Funcional	
	Nivel I 0,0-3,9	Nivel II 4,0-5,9	Nivel III 6,0-7,9	Nivel IV 8,0-10,0
Referencias externas 10%	No hay referencia de las fuentes utilizadas.	Si bien se documenta el material usado, no hay identificación clara de su origen.	Hay un manejo de créditos que evidencia las fuentes.	El manejo de créditos es claro y efectivo.

FUENTE: Centro DIGA, Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA (2012); adaptado de Vandervelde (2011).

1.6. Bienestar Estudiantil

1.6.1. Promoción y selección

Durante el año 2012 se dictaron charlas sobre el CESA en 43 colegios de todo el país, se asistió a seis ferias en diferentes colegios y se realizaron entrevistas en ciudades como Bogotá, Cali, Cartagena, Barranquilla y Manizales.

1.6.2. Eventos deportivos

Durante el primer semestre del año se realizó la actividad “Outdoor de bienestar” en Suesca donde asistieron 80 estudiantes de diferentes semestres a una carrera de aventura que duró seis horas. Se contrató a dos estudiantes del CESA para que realizaran esta actividad la cual

desarrollaron con mucho profesionalismo. La actividad permitió la integración entre los estudiantes que conformaron grupos de diferentes semestres.

Para el segundo semestre se llevó a cabo la segunda actividad “*Outdoor* de bienestar” del año, con la participación de 65 estudiantes de diferentes semestres a Tobia donde se realizaron actividades de *canopy* y *rappel*. Este día los estudiantes tuvieron que vencer diferentes situaciones de miedo como la altura y el agua, la cuales supieron sacar adelante en grupo. Este tipo de actividades tienen un propósito muy importante de liderazgo, trabajo en equipo y resolución de conflictos de una forma diferente a lo académico.

En septiembre se realizó el Torneo “bienestar” donde 128 estudiantes participaron en competencias de X-box, Wii, ping pong, fútbolín y juegos de mesa. Los ganadores recibieron bonos del Éxito y Sodexo.

Se realizaron los torneos de golf y tenis del CESA en el Club el Rincón donde se inscribieron originalmente 120 en golf y jugaron 98, y en tenis se inscribieron 11 y jugaron 2. Para este evento el CESA consiguió directamente con los distribuidores de Taylormade un descuento de más del 20% para los premios que se entregaron en el evento y para comprar palos nuevos para la clase de golf.

Durante los dos semestres se realizó el campeonato interno de fútbol con la inscripción de 14 y 15 equipos respectivamente. El nivel competitivo del torneo cada vez es más alto y exigente lo que hace que sea reconocido por fuera de la universidad sobre todo en los colegios en los últimos años académicos. El equipo de futbol del CESA llegó al hexagonal semifinal en el campeonato de Cerros.



■ Durante el año 2012 se dictaron **charlas** sobre el **CESA** en **43 colegios** de todo el país

Durante el año se realizaron dos torneos de polo donde los estudiantes que toman la materia muestran a sus amigos y familiares lo aprendido en clase.

El equipo de natación del CESA participó en las competencias de Cerros en algunas pruebas.

1.6.3. **Electivas**

Durante el primer semestre se dictaron dos conferencias magistrales de Cátedra Wellness por el doctor John Duperly a las que asistieron más de 150 estudiantes. Estas conferencias se basaron en la importancia del ejercicio y la buena alimentación de las personas para llevar una vida saludable.

En el segundo semestre se continuó con la Cátedra Wellness y se puso como obligatoria de I a III semestre donde se trataron temas como depresión, ansiedad, hábitos alimenticios, cigarrillo, abuso de sustancias y alcohol. Para esta última se trajo a un egresado del CESA a dar su testimonio lo cual causó mucho impacto en los estudiantes, esto nos hizo ver con la Dirección de pregrado que para el próximo año es mejor utilizar más conferencias vivenciales que teóricas sobre todo en el tema de sustancias y alcohol. La participación fue de más de 350 estudiantes durante todo el semestre.

Se ofreció enología como materia de bienestar donde se inscribieron quince estudiantes. Esta materia ha tenido mucha acogida pues en cada clase los alumnos tienen la oportunidad de aprender sobre diferentes

tipos de vinos, degustando unos muy buenos y otros no tanto, y así aprender a manejar cartas de vinos en eventos sociales y de negocios.

Se contrató a la Bloom, academia de fotografía, para que sea la encargada de dictar esta electiva y así subir el nivel de la materia. La idea es que los estudiantes aprendan no solo de fotografía recreativa sino que vean un poco de fotografía comercial y publicidad para aplicarla en el mundo laboral.

Durante el año 739 estudiantes tomaron alguna de las electivas ofrecidas por Bienestar (hay alumnos que repiten actividad).

1.6.4. **Otras actividades de Bienestar Estudiantil**

Como parte de las actividades de Bienestar se trabaja conjuntamente con la biblioteca para realizar diferentes exposiciones de arte en este espacio para toda la comunidad. En el mes de abril se realizó la exposición de fotografía en la biblioteca donde los estudiantes pudieron exponer sus fotos tomadas a lo largo de la materia; el día de la inauguración se repartieron pasabocas a los estudiantes que estaban en este recinto. Aun continúan fotos colgadas que hacen parte de la decoración de este espacio.

Se realizaron los **torneos** de **golf** y **tenis** del CESA.
Se inscribieron **120** en golf y en tenis **11**



Durante el mes de mayo se realizó la semana de la salud donde hubo jornada de optometría, donación de sangre y charlas sobre temas de salud con la participación de estudiantes y personal administrativo. En esta actividad se trabajó de la mano con la enfermería y recursos humanos.

En julio se realizó la Escuela de Líderes donde participaron 15 niños. Se visitaron empresas como Popsy, Femsa, Quala, Panaca Sabana, entre otras, y se dictaron talleres de liderazgo y creatividad. Dos profesoras del Colegio Anglo Colombiano ayudaron durante todo el taller en el manejo de los estudiantes. Se habló con grupos de empresarios como EO, YPO y FBN para que sus hijos ingresaran a la escuela, estos contactos se verán reflejados en la escuela del 2013.

En agosto se realizó por primera vez una actividad diferente a lo académico donde se invitó a una dermatóloga para que les diera consejos sobre el cuidado de la piel y belleza a las estudiantes, donde se les invitó a tomar té y oír la charla. Esta actividad tuvo mucho acogida y la idea es hacer una semestral o anual con diferentes temas que sean de interés.

En septiembre se realizó una actividad para egresados donde se les invitó a una cata de vinos en el restaurante La Sigale. Se inscribieron 26 egresados y el día de la cata llegaron 16, el CESA patrocinó el 50% de la cata. El evento fue bien recibido por los asistentes que manifestaron querer tener más de estos espacios sociales como egresados. También durante este mes se celebró el día del amor y la amistad en el que se regalaron 600 galletas en forma de corazón entre estudiantes y administrativos. La reacción de los estudiantes ante actividades como esta es totalmente positiva y siempre recalcan que esto es lo que hace al CESA un lugar diferente y especial.

Durante el año se repartieron 1300 cuadernos, 650 en el primer semestre y 650 en el segundo semestre a los estudiantes de pregrado. El tema del cuaderno del primer semestre se basó en el “CESA espacio libre de humo de cigarrillo” para apoyar la campaña que venía del año anterior. En el segundo semestre se utilizaron como tema los olímpicos y otros relacionados con los buenos hábitos alimenticios.

Durante el año se trajeron más de diez empresas para promocionar sus productos donde regalaban diferentes cosas a los estudiantes. Marcali, Helm bank, Today, entre otras.

En **julio** se realizó la **Escuela de Líderes**
donde participaron **15 niños**









Internacionalización

- 2.1. Plan de internacionalización
- 2.2. Avances Oficina Relaciones Internacionales
- 2.3. Center for Business Communication ARTS – BUSCA

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 donde se describen los ejes principales por 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 2012; en esta misma sección se enumeran los acuerdos internacionales vigentes y se hace una presentación de las estadísticas de estudiantes del CESA que se encuentran en intercambio y los estudiantes internacionales que están en el CESA durante el año 2012.

2.1. Plan de internacionalización

La globalización, y el consecuente crecimiento de interdependencia entre países y economías, han creado desafíos grandes para las instituciones de educación superior. Las universidades tienen la responsabilidad de crear y generar ideas a partir de investigación y cooperación con otras instituciones y divulgarlas a través de la enseñanza y la formación integral de profesionales. En este sentido, se hace necesaria la internacionalización de las universidades para formar profesionales capaces de generar valor agregado, asumir retos y tomar decisiones en un entorno altamente competitivo con el fin de responder a los nuevos desafíos puestos por el mundo globalizado y un entorno y ambiente económico cambiante.

El plan de internacionalización del CESA se divide en cuatro estrategias: internacionalización de los profesores, de los estudiantes, de los procesos académicos e internacionalización institucional. Durante el último año se han hecho los siguientes avances en el desarrollo de este plan:

2.1.1. Avances Oficina Relaciones Internacionales

a) Acuerdos Internacionales del CESA

Como eje principal de la estrategia de internacionalización, la Oficina de Relaciones Internacionales ha implementado acciones para fortalecer lazos con universidades socias. Asimismo, se han establecido contactos en países donde no existen convenios con universidades para establecer alianzas y comenzar a enviar estudiantes (tabla 4).

TABLA 4. Acuerdos internacionales CESA

	País	Universidad	Descripción	Vigencia
1	Australia	Griffith University (GU)	Acuerdo de Doble Titulación	Cinco años hasta diciembre de 2014
2	Austria	Upper Austria University of Applied Science School of Management	Acuerdo de Semestre de Intercambio	Sin caducidad según acuerdo de las partes
3	Bélgica	Vesalius College	Acuerdo de Semestre en el Extranjero / Intercambio	Sin caducidad según acuerdo de las partes
4	Canadá	Sprott School of Business, Carleton University	Memorando de Entendimiento / Acuerdo de Semestre de Intercambio	Sin caducidad según acuerdo de las partes
5	Ecuador	Universidad Internacional del SEK - Ecuador	Acuerdo Marco	Cinco años hasta 21 de febrero de 2016
6	Francia	IESEG School of Management	Acuerdo de Doble Titulación / Acuerdo de Semestre de Intercambio	Dos años hasta el año 2013
7	Francia	ROUEN Business School (RBS)	Acuerdo de Doble Titulación / Acuerdo de Semestre de Intercambio	Hasta el 2015
8	Francia	École Supérieure du Commerce Extérieur (ESCE)	Memorando de colaboración para semestre de intercambio	Cinco años hasta enero de 2017
9	Alemania	Zeppelin University	Acuerdo de Semestre de Intercambio	Sin caducidad según acuerdo de las partes
10	Israel	The Interdisciplinary Center Herzliya (IDC Herzliya)	Acuerdo de Intercambio y cooperación	Tres años, hasta septiembre de 2014
11	Japón	Kansai Gaidai University	Acuerdo Especial (los estudiantes del CESA cursan Estudios Asiáticos)	Sin caducidad según acuerdo de las partes
12	México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM - Campus Monterrey)	Acuerdo de Cooperación Interinstitucional	Cinco años hasta octubre de 2014



	País	Universidad	Descripción	Vigencia
13	México	Facultad de Economía, Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango (FECA)	Acuerdo de Cooperación	Dos años de validez
14	Holanda	The Hague University of Applied Science - The Netherlands	Acuerdo de Intercambio para estudiantes y profesores	Cinco años de validez hasta el 2016
15	Holanda	Arnhem Business School	Acuerdo de Semestre en el Extranjero	
16	Paraguay	Universidad Americana de Paraguay	Acuerdo de Semestre en el Extranjero	
17	España	Universidad Francisco Vitoria	Acuerdo de Doble Titulación / Acuerdo de Intercambio para estudiantes y profesores	Dos años de validez, pero renovable automáticamente
18	España	Escuela Europea de Dirección y Empresa (EUDE)	Acuerdo de Doble Titulación	Dos años de validez, pero renovable automáticamente
19	España	Escuela Superior de Estudios Internacionales (ESEI)	Acuerdo de Intercambio para estudiantes y profesores	Dos validez años, pero se renovará automáticamente por otros cinco años
20	España	Instituto de Estudios Bursátiles (IEB)	Acuerdo Marco	Cuatro años de validez hasta el año 2016
21	España, Suiza, Alemania	European University	Acuerdo de Doble Titulación	Sin caducidad según acuerdo de las partes
22	Reino Unido	University of New Castle Upon Tyne (NU)	Acuerdo de Semestre en el Extranjero	Vigente
23	Estados Unidos	American University	Acuerdo Especial (los estudiantes del CESA estudian en el Washington Semester Program)	Sin caducidad según acuerdo de las partes

	País	Universidad	Descripción	Vigencia
24	Estados Unidos	American University	Acuerdo de Semestre en el Extranjero	Cinco años de validez hasta el año 2016
25	Estados Unidos	Whitman School of Management, Syracuse University	Memorando de Entendimiento	Sin caducidad según acuerdo de las partes
26	Estados Unidos	University of Pennsylvania English Language Programs	Acuerdo para Programas de Inglés	Un año de validez pero renovable anualmente

Fuente: elaboración propia.

b) Nuevos convenios

Durante el segundo semestre del 2011 y todo el año del 2012 se han realizado acercamientos importantes con varias universidades para fortalecer lazos y renegociar convenios buscando mayores beneficios para nuestra comunidad (tablas 5 y 6).

12 nuevos **Convenios** internacionales **firmados**



TABLA 5. Nuevos convenios firmados o renegociados

	País	Universidad	Descripción Breve	Desarrollos recientes
1	Bélgica	Vesalius College	Acuerdo de Semestre en el Extranjero	Acuerdo recientemente firmado
2	Canadá	Sprott School of Business, Carleton University	Memorando de Entendimiento (Amplio) y Acuerdo de Intercambio para Estudiantes y Profesorado.	Acuerdo recientemente firmado
3	Francia	IESEG School of Management	Acuerdo de Doble Titulación para estudios al nivel de Maestría y Acuerdo de Semestre de Intercambio	Acuerdo recientemente firmado
4	Francia	ROUEN Business School (RBS)	Acuerdo de Doble Titulación para estudios al nivel de Maestría y Acuerdo de Semestre de Intercambio	Acuerdo recientemente firmado
5	Francia	École Supérieure du Commerce Extérieur (ESCE)	Memorando de colaboración para la promoción de intercambios en el nivel de pregrado y maestrías.	Acuerdo recientemente firmado
6	Israel	The Interdisciplinary Center Herzliya (IDC Herzliya)	Acuerdo de Intercambio y cooperación	Acuerdo recientemente firmado
7	Corea	Kyung Hee University	Acuerdo Amplio e Intercambio de Estudiantes	Acuerdo recientemente firmado

8	Malasia	Limkokwing University of Creative Technology.	Acuerdo de Intercambio de Estudiantes	Acuerdo recientemente firmado
9	España	Instituto de Estudios Bursátiles (IEB)	Acuerdo Marco (Amplio)	Acuerdo renegociado para incluir beca
10	España, Suiza, Alemania	European University	Acuerdo de Doble Titulación a nivel de Maestría.	Acuerdo renegociado para incluir beca para el intercambio de estudiantes
11	Estados Unidos	American University	Acuerdo de Semestre en el Extranjero	Acuerdo renegociado para incluir beca para el intercambio de estudiantes
12	Estados Unidos	University of Pennsylvania English Language Programs	Acuerdo para Programas de Inglés	Acuerdo renegociado para aumentar la beca de un 10% a casi un 30%.

Acuerdos para Estudios de Niveles de Maestría		
España	Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC)	Acuerdo de Doble Titulación.
México	American Academy of Financial Management	Certificación Profesional en Finanzas

FUENTE: elaboración propia.

**TABLA 6. Nuevos convenios bajo negociación**

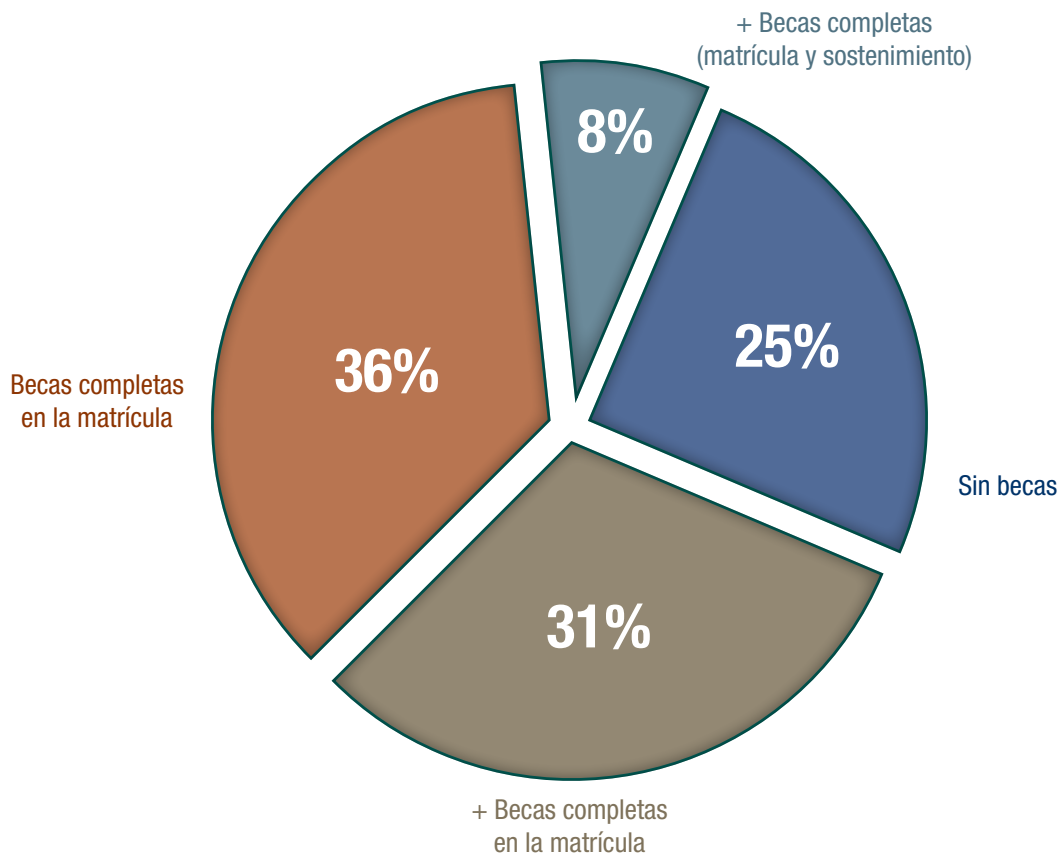
Acuerdos Actualmente Bajo Negociación		
País	Universidad	Descripción breve
Canada	St.Thomas University	Intercambio de Estudiantes
Italy	Università Cattolica del Sacro Cuore	Intercambio de Estudiantes
Turkey	Istanbul Kültür University	Acuerdo de Cooperación
UK	University of Portsmouth	Doble Titulación
Spain	EADA Business School	Descuento en Programas de Verano
US	California State University at Fullerton	Semestre de Intercambio

c) Nuevas becas para estudiantes del CESA

Una de las barreras para estudios en el exterior es la parte financiera. A través de la gestión de la directora de Relaciones Internacionales se lograron becas parciales para matrícula o sostenimiento con varias universidades durante el primer y segundo semestre del 2012. En la figura 8 se muestran las cifras de becas otorgadas a nuevos estudiantes durante el segundo semestre de 2012, donde el 75% de los estudiantes se fue con algún tipo de beca.

El **75%** de los **estudiantes** se fue con algún tipo de **beca**

FIGURA 8. Becas para estudiantes



FUENTE: elaboración propia.

d) Asesoría académica

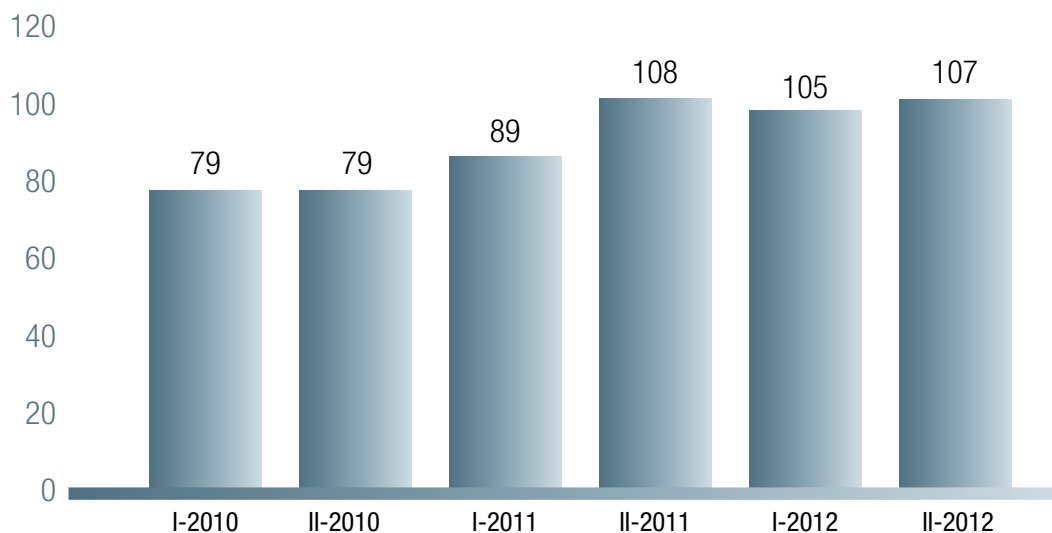
La Oficina de Relaciones Internacionales brindó asesoría académica sobre oportunidades de estudios en el exterior (semestre por fuera o doble titulación) a un gran número de estudiantes durante todo el año 2012. Durante este periodo hubo 179 estudiantes únicos que buscaron asesoría académica con múltiples visitas y consultas. Esta actividad fue clave para incrementar el número de estudiantes con planes para estudiar o hacer prácticas en el exterior.



e) Estudiantes con experiencia internacional

El esfuerzo para promover la internacionalización no solamente de la Oficina de Relaciones Internacionales sino de las demás áreas del CESA como la Rectoría, la Dirección de Pregrado y las 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 el 30% de los estudiantes de quinto a noveno semestre (figuras 9 y 10).

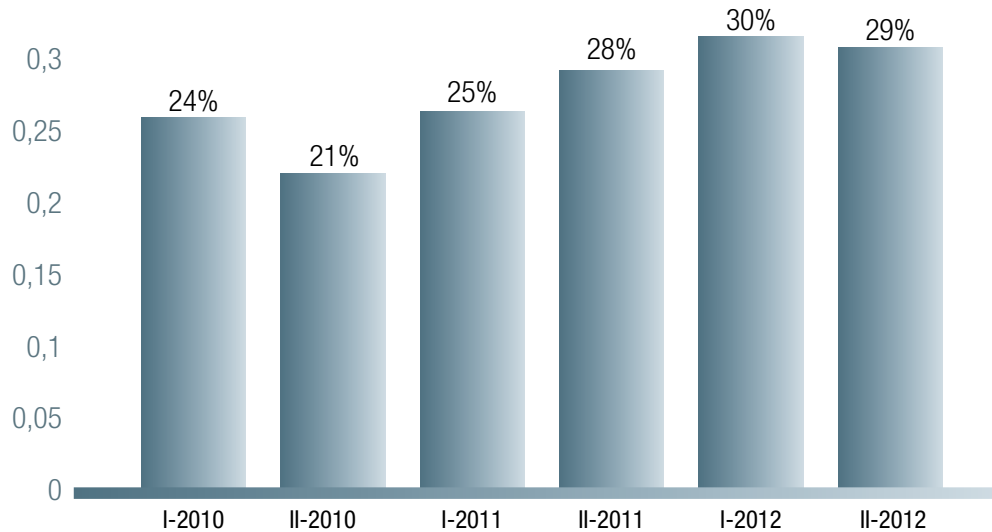
FIGURA 9. Estudiantes con experiencia internacional



FUENTE: elaboración propia.

El número de **estudiantes** que tienen **experiencia internacional** directa a través de **intercambio**, práctica y visitas empresariales en el **exterior**, representa **hoy** en día el **30%** de los estudiantes de quinto a noveno semestre

FIGURA 10. Estudiantes con experiencia internacional directa como porcentaje de los estudiantes de semestre V a IX



FUENTE: elaboración propia.

f) Pre-Departure Orientation

Se realizaron charlas a los estudiantes que se van de intercambio para dar información de los aspectos claves para tener en cuenta antes de viajar. Con esta charla se espera que sus experiencias en el exterior sean más productivas.

g) Promoción de bilingüismo en el CESA

El CESA ha trabajado fuertemente en fortalecer el bilingüismo a través de los esfuerzos de la Dirección del Pregrado a fin de aumentar el número de cursos dictados en inglés y contratar más profesores extranjeros, estos son: Andrés José Barrios, David van der Woude, Zarifa Mohamad, Dana Matl, Brian Olarte, David Noto, David Quintana, Esteban Damián Mancusso, Guadalupe Diez Geoghegan, Matthew Rogers, Peter Dale, Phin Zhang, Robert Salomon Brandwayn, Stephen Ronald Langdon, Victoria del Castillo.



Lo anterior en conjunto con las estrategias implementadas por el Center for Business Communication Arts – BUSCA (en cabeza David van der Woude) para reforzar las competencias de comunicación escrita y oral en inglés de los estudiantes a través de, por ejemplo, los cursos Advanced Public Speaking (tercer semestre), Intercultural Business Communication (cuarto semestre), Corporate Communications (quinto semestre), IELTS/TOEFL Graduation Class (sexto semestre y extracréditos).

h) 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 realizó el proceso de admisión para ocho estudiantes internacionales (cuatro estudiantes cada semestre) durante el año 2012. Asimismo, se viene realizando un esfuerzo desde la Oficina de Relaciones Internacionales a fin de promover el CESA como destino para estudiantes internacionales.

Como resultado de este trabajo de acercamiento, en los últimos años se nota un creciente interés por parte de las universidades en el exterior que tienen convenio con el CESA de enviar estudiantes a nuestra institución. Se espera que durante el próximo año 2013 el CESA tenga un mayor número de estudiantes internacionales.

i) Visitantes internacionales en el CESA

Por gestión de varios profesores y de la Oficina de Relaciones Internacionales han venido profesores internacionales a dictar seminarios/conferencias para la comunidad CESA. Algunos de los profesores que han visitado al CESA durante el último año son: Christopher Auld (Griffith University), Tim Zak (Carnegie Mellon University), Pete Nuttal (University of Bath), Joan Tarradellas (EADA España), Christopher Robertson (Northeastern University), José Rojas (Sprott School of Business Carleton

Unviersity), Ruprecht von Buttlar, Greg Horowitt, Vilma Coutino y Eduardo Rosker, entre otros.

Asimismo, durante el último año tuvimos la visita de algunos representantes de universidades extranjeras para estrechar relaciones y conocer más de cerca el proceso del CESA: representantes de Rouen Business School, IESEG School of Management, University of Maastricht, University of Pennsylvania, EADA, EAE, University of Bath, European University, Adolfo Ibáñez de Chile, Griffith University y otras universidades en Australia.

j) Contacto con otras instituciones

Durante todo el año la ORI participó en reuniones con representantes del CEF de Francia, British Council, Australian Trade Comission, y ha divulgado algunas convocatorias de becas o estancias de investigación del Servicio Alemán de Intercambio Académico (DAAD) y de la embajada de Corea. La Rectoría del CESA también ha organizado reuniones con la Cámara Colombo-China y con la embajada de Corea.

k) Presencia en ponencias y eventos internacionales

La Oficina de Relaciones Internacionales ha brindado apoyo al rector en sus ponencias en conferencias internacionales acerca de educación superior, como por ejemplo, en la Latin American and the Caribbean Higher Education Conference (Lachec).

A través de la membresía a NAFSA y EAIE, la ORI ha participado en algunas conferencias internacionales y como resultado ha hecho 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 noviembre del año pasado la ori fue invitada por el gobierno canadiense a través de su institución para



la promoción de estudios en Canadá, el Canadian Bureau for International Education (CBIE), para participar en una misión de colaboración con universidades canadienses. Este último ha resultado en un posible acuerdo con otra institución en Canadá.

I) Promoción y divulgación

Durante el 2012 varias ferias internacionales que promueven estudios en el exterior a nivel de pregrado y posgrado fueron divulgadas a la comunidad a través de Papernet del CESA. También, la Oficina de Relaciones Internacionales ha divulgado competencias internacionales para que nuestros estudiantes se animen en participar, como por ejemplo, The Negotiation Challenge (TNC) a través de nuestro socio IESEG School of Management en Francia.

2.2. Center for Business Communication Arts – BUSCA

En los últimos años, el perfil de quienes ingresan al CESA en su mayoría es el de un estudiante bilingüe, con la excepción de menos del 20% que califican en un nivel más bajo. Esta clasificación se realiza mediante el diagnóstico del examen Toefl que el Departamento de Inglés empezó a implementar desde el año 2009.

Después de realizar un diagnóstico del nivel con el que entraban los estudiantes se pudo determinar:

Estudiantes que obtienen un nivel 1 y 2:

- La mayoría de estudiantes tenían problemas con la estructura y por eso calificaron en un nivel bajo, pero en realidad tenían un nivel de inglés superior.
- La mayoría de estudiantes en esa categoría tiene un estigma con las clases de inglés y hacen todo lo posible por no tomarlas. Si toman el requisito de inglés es solamente por uno o dos semestres, pero no de forma consecutiva, lo que contribuyó a no mejorar su nivel.
- La mayoría de estudiantes que sí tienen una deficiencia notable en el idioma se dan cuenta de su debilidad y buscan estudiar por fuera. Entonces mejoran su nivel de inglés sin usar los recursos del CESA.

Los estudiantes que obtienen un nivel 3 y 4 tienen un enfoque práctico hacia el Toefl, por lo que el Departamento de Inglés empezó a tener un alcance limitado con las necesidades de los estudiantes.

Después de realizar varias entrevistas con profesores que dictan materias en inglés encontramos que los estudiantes tienen falencias en lectura, estructura y fluidez al hablar el idioma, por esta razón fue necesario quitar el diagnóstico de Toefl para la clasificación de niveles e implementar un examen que solamente mida las habilidades del idioma.

De acuerdo con lo anterior, se tomó la determinación de cambiar el enfoque del Departamento de Inglés, pero seguir con el requisito de los idiomas enfocados en sus habilidades comunicativas en inglés para llegar a ser profesionales con altos estándares y estudiantes exitosos en los posgrados. Por eso el Centro BUSCA cumple perfectamente con ese propósito.

La mejor manera para seguir con el apoyo a los estudiantes fue convertir los requisitos 1-3 en tres clases obligatorias de comunicaciones



(en inglés) que complementaban a las clases de comunicaciones en español que ya han tomado en primer y segundo semestre. El cuarto requisito es una electiva que prepara a los estudiantes para tomar el TOEFL o el IELTS.

Adicionalmente, el CESA les ofrecerles el software de Rosetta Stone para darles más confianza y las habilidades para tomar los tres niveles dentro de la línea BUSCA.

2.2.1. **Relación del Centro con las áreas del CESA**

a) Internacionalización

Durante el año 2012, el Centro empezó a trabajar de manera más cercana con el área de Relaciones Internacionales. Ahora el proceso para un estudiante que quiere estudiar por fuera es más eficiente gracias al trabajo en conjunto. El Centro ofrece una capacitación “expres” a los estudiantes que necesitan tomar el IELTS o TOEFL para que puedan cumplir rápidamente con los requisitos de la Oficina de Relaciones Internacionales. Adicionalmente, el Centro se integró al proceso de bienvenida de los estudiantes internacionales apoyado en las actividades que desarrollamos.

b) Dirección de Pregrado

Transversalidad

En 2012, BUSCA y la Dirección de Pregrado empezó a trabajar con los profesores que dictan materias en inglés para garantizar la eficiencia de los cursos dentro del plan de estudio y también para garantizar la promesa de calidad que la institución ofrece. En las reuniones logramos sincronizar más actividades y asegurar que los estudiantes no repitan

temas, y así el Centro se integra completamente a las actividades académicas y no se queda como una isla independiente.

Con el área de investigación pudimos asegurar que los profesores en la línea de BUSCA se desempeñen con la rigurosidad y experiencia neCESArias para hacer un área sólida en el CESA. A finales del 2012 se integraron dos profesores al Centro que pertenecen a la Línea de Investigación de Mercadeo y a la Línea de Investigación de Globalización y Gestión.

Otro tema importante en la Dirección de Pregrado fue el refuerzo de otros idiomas. En los últimos diez años, el CESA ha ofrecido francés y, en años recientes, ofreció mandarín y portugués, siempre dictados por profesores de cátedra de una manera independiente. En el segundo semestre del 2012 se empezó a reorganizar para el 2013 la estandarización de los procesos a fin de asegurar clases más exitosas con el objetivo de ofrecer materias electivas dictadas en dichos idiomas en un futuro cercano.

Estandarización

En el CESA como requisito de grado se contempla que el estudiante tenga una calificación de TOEFL de 80 o IELTS de 6,5, lo que promete a las empresas que el egresado del CESA tiene un nivel de inglés suficiente para trabajar en el entorno global.

En el 2008, la Dirección de Pregrado y el anterior Departamento de Inglés implementaron una transición para estudiantes que entraron antes del 2009 en la que tenían la opción de graduarse con un curso interno. En el segundo semestre del 2012 dicha transición terminó.

Para anticipar la cantidad de estudiantes que iban a tomar los exámenes oficiales de ielts o toefl, el Centro hizo un acuerdo con el British



Council para ofrecer capacitación y el examen oficial en las instalaciones del CESA. Este acuerdo fue un valor agregado para el estudiante porque recibe un descuento significativo en el valor del examen y lo puede tomar en la institución para su comodidad. Para la institución el beneficio fue que ya no tuvimos que luchar con el proceso de registro para las pruebas fuera de la universidad.

En 2012, **BUSCA** y la **Dirección de Pregrado** empezó a trabajar con los **profesores** que dictan materias en **inglés** para garantizar la **eficiencia** de los cursos dentro del plan de estudio y también para **garantizar** la promesa de **calidad** que la institución ofrece







Calidad Académica



- 3.1. Posgrados en Marketing
- 3.2. Posgrados en Finanzas
- 3.3. Investigación
- 3.4. Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – CEGLI

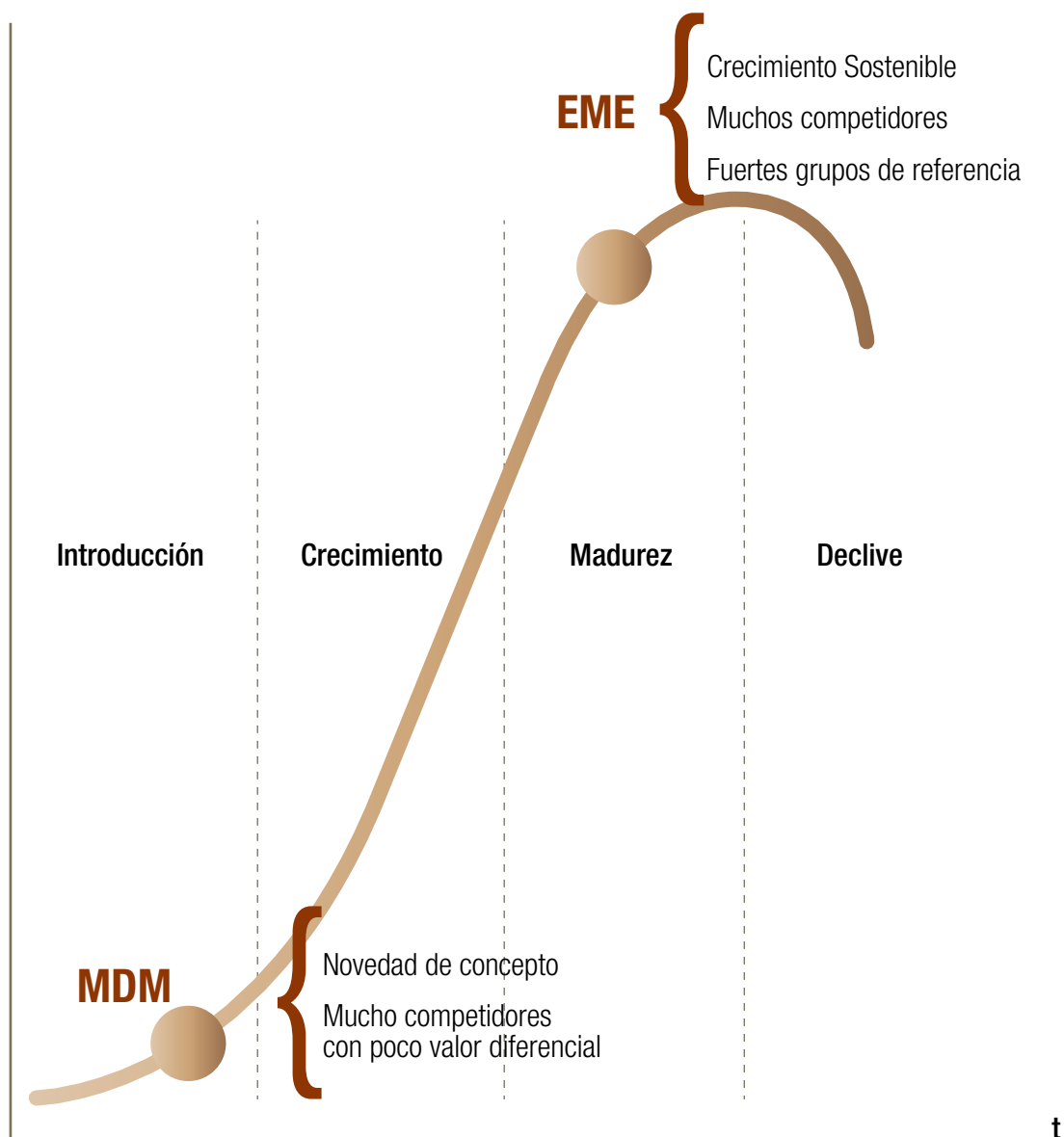
3.1. Posgrados en Marketing

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 2012; cada programa se encuentra en una etapa diferente de su ciclo de vida. La especialización se encuentra en una etapa de madurez, después de dieciséis años mantiene su liderazgo en programas similares con un fuerte enfoque en mercadeo y estrategia. Hay sesenta especializaciones en mercadeo, modalidad presencial y con registro calificado en Colombia. Sin embargo, se atienden en promedio 120 inscripciones semestrales y los egresados reconocen en el programa una fuerte contribución a la práctica profesional. En lo referente a la maestría nos encontramos con un programa joven, que entra a competir con catorce programas en mercadeo en Colombia, de los cuales seis están radicados en Bogotá.

Se atienden en promedio **120 inscripciones semestrales** y los egresados **reconocen** en el programa una fuerte contribución a la **práctica profesional**

FIGURA 11. Ciclo de vida de los posgrados en Marketing CESA

Ing.



FUENTE: adaptado de “Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing”, Colegio de Estudios Superiores de Administración (2012d).

3.1.1. Maestría en Dirección de Marketing (MDM)

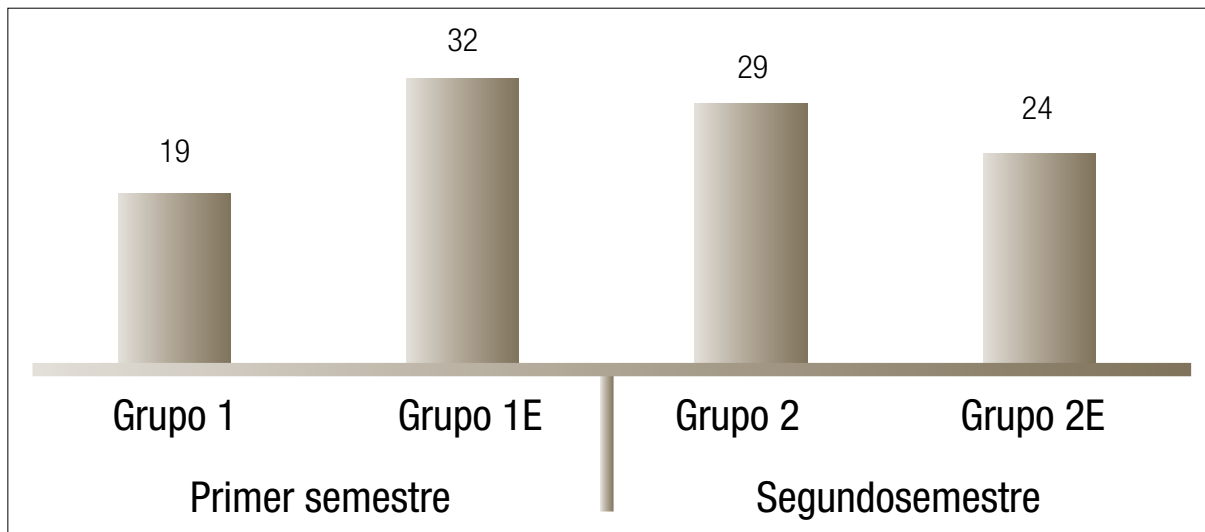
Entendemos por dirección de marketing el proceso sistemático de toma de decisiones y la formulación y ejecución de estrategias competitivas en la función de marketing de una empresa. Un director de marketing tiene fuerza vital creadora, capacidad de realización, deseo de superación y progreso, habilidad 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, facilidad para integrar hechos y circunstancias que permitan tomar decisiones en un entorno de incertidumbre.

Por este motivo, el Colegio de Estudios Superiores en Administración – 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. El programa inició en marzo de 2012. Se abrieron dos grupos por semestre (figura 12):

a) Grupo 1. Compuesto por estudiantes nuevos (MDM1) y egresados (MDME1) para el primer semestre de 2012.

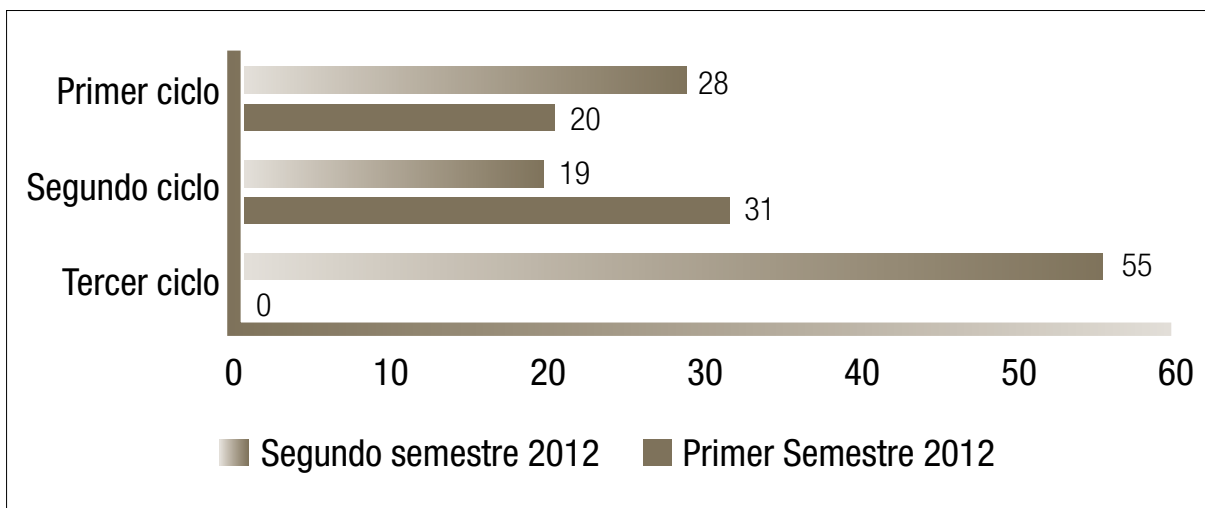
b) Grupo 2. Compuesto por estudiantes nuevos (MDM2) y egresados (MDME2) para el segundo semestre de 2012.

FIGURA 12. Número de estudiantes admitidos primer y segundo semestre de 2012



FUENTE: elaboración propia con datos de Coordinación de Posgrados en Marketing, 2012.

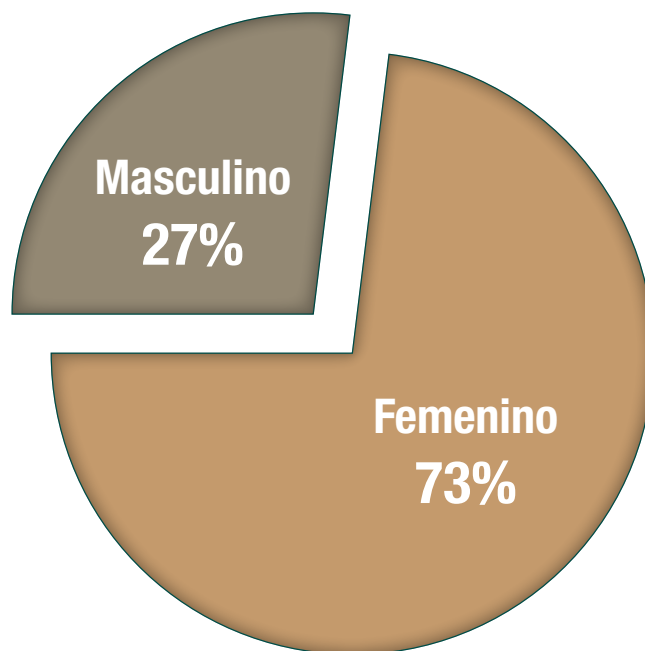
FIGURA 13. Número de estudiantes por ciclo académico del programa de maestría 2012



FUENTE: adaptado de “Información Estadística de la Oficina de Registro y Control” por el Colegio de Estudios Superiores de Administración (2012).

En el programa de maestría predomina el género femenino entre el total de los alumnos matriculados (figura 14).

FIGURA 14. Género de los estudiantes de la Maestría en Dirección de Marketing 2012



FUENTE: adaptado de “Información Estadística de la Oficina de Registro y Control” por el Colegio de Estudios Superiores de Administración (2012).

Para el **primer** semestre se registraron **51** alumnos **matriculados** y para el **segundo** semestre un total de **102** alumnos



Del total de la población estudiantil del CESA en el primer semestre, el 4% de los estudiantes corresponde al programa de Maestría en Dirección de Marketing. Para el segundo semestre, el 7% de un total de 1322 estudiantes del CESA son del programa de maestría. Para el primer semestre se registraron 51 alumnos matriculados y para el segundo semestre un total de 102 alumnos.

a) Hacia la internacionalización de la maestría

En el estudio “Análisis de competencia directa e indirecta de programas de maestría en Colombia 2012” realizado por la Dirección del Programa, se encontró que en el país hay quince programas de maestría en mercadeo registrados en Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES). Entre estos 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 la tabla 7, el CESA fue la primera institución universitaria en ofrecer un programa de maestría en el área de mercadeo con doble titulación internacional en Bogotá y la segunda en el país. La Escuela de Ingeniería de Antioquia fue la primera en Colombia en ofrecer un programa con la Universidad de Glasgow.

TABLA 7. Análisis de la competencia directa de programas de maestría en Colombia 2012

Universidad	Denominación del Programa	Municipio	Convenio Doble Titulación	País
Politécnico Grancolombiano	Maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo	Bogotá	No tiene	
Escuela de Ingeniería de Antioquia	Maestría en Mercadeo	Envigado	Universidad de Glasgow	Escocia
Fundación Universitaria Esumer	Maestría en Mercadeo	Medellín	No tiene	
Universidad Jorge Tadeo Lozano	Maestría en Mercadeo Agroindustrial	Pasto	No tiene	
Universidad del Norte	Maestría en Mercadeo	Barranquilla	No tiene	
Universidad de Medellín	Maestría en Mercadeo	Medellín	No tiene	
Universidad Externado de Colombia	Maestría en Mercadeo	Bogotá	No tiene	
Universidad de los Andes	Maestría en Mercadeo	Bogotá	No tiene	
Universidad de Manizales	Maestría en Mercadeo	Manizales	No tiene	
ICESI	Maestría en Mercadeo	Cali	No tiene	
Universidad Autónoma del Caribe	Maestría en Mercadeo	Barranquilla	No tiene	



Universidad	Denominación del Programa	Municipio	Convenio Doble Titulación	País
Universidad Jorge Tadeo Lozano	Maestría en Mercadeo Agroindustrial	Bogotá	No tiene	
EAN	Maestría en Mercadeo Digital	Bogotá	Universidad de Nebrija	España
Universidad Libre	Maestría en Mercadeo	Cali	No tiene	
Colegio de Estudios Superiores de Administración	Maestría en Dirección de Marketing	Bogotá	ESIC	España

FUENTE: ADAPTADO del “Sistema Nacional de Información para la Educación Superior” por el Ministerio Nacional de Educación (2012).

En lo referente a la Competencia Indirecta se consultaron ocho de las mejores universidades de Colombia que ofrecen programas de MBA. Cuatro universidades tienen convenio de doble titulación para sus programas de MBA (ver tabla 8).

Desde el 2010, el CESA inició la tarea de realizar un convenio de internacionalización para el programa de Maestría en Dirección de Marketing a través de una Universidad o Escuela con reconocimiento global. Fue en ese entonces que se estableció contacto con ESIC Business School, escuela de origen español con altos reconocimientos internacionales. Las razones que motivaron la consecución del convenio con una institución internacional fueron:

TABLA 8. Análisis de competencia indirecta de programas de maestría en Colombia, 2012

Universidad	Denominación del programa	Municipio	Programa en convenio de doble titulación	País
Universidad de los Andes	MBA	Bogotá	Doble titulación con: Tulane University, EGADE, Rouen Business School, Florida International University	USA, México y Francia
EAFIT	Maestría en Administración	Medellín	Doble titulación con: Universidad de Leipzig, Université de Strasbourg	Alemania, Francia
Universidad Externado	Maestría en Administración de Empresas	Bogotá	No tiene	
Universidad del Norte	Maestría en Administración	Barranquilla	No tiene	
Universidad del Rosario	Maestría en Dirección	Bogotá	No tiene	
EAN	Maestría en Creación y Dirección de Empresas	Bogotá	Doble titulación con: Universidad Nebrija	España
ICESI	Maestría en Administración	Cali/Bogotá	Doble titulación con: Tulane University	USA
Universidad Nacional de Colombia	Maestría en Administración	Bogotá	No tiene	

FUENTE: adaptado de “Sistema Nacional de Información para la Educación Superior” por Ministerio Nacional de Educación (2012).



- a)** El valor agregado con la inclusión del convenio es el aprovechamiento de metodologías de enseñanza europeas y el componente de internacionalización que se articula a las líneas estratégicas del CESA.
- b)** La Maestría en Dirección de Marketing del CESA es la única en el país con una denominación y currículo diferenciador y contextualizado en el marco de la globalización.
- c)** Como se evidencia en el Análisis de Competencia Indirecta, cuatro instituciones han creado mecanismos para premiar a los estudiantes con la oportunidad de obtener dos títulos en un mismo periodo, hoy este beneficio se está convirtiendo en una práctica casi general en Colombia.
- d)** La doble titulación se ha convertido en una ventaja comparativa en el mercado educativo en Colombia.
- e)** “Los profesionales con doble titulación tienen un mayor espacio profesional, en lo nacional como global” (Gabriel Burgos, exviceministro de Educación).

En octubre de 2012 se firmó un convenio entre el CESA y ESIC para ofrecer un programa de doble titulación que permite al estudiante:

- a)** Conocer experiencias y metodologías de aprendizaje internacionales.
- b)** Adquirir el más alto grado de competitividad posible de cara a una inmediata incorporación al mercado laboral.
- c)** Integrar conocimientos de dos escuelas de negocios de alto prestigio nacional e internacional.

El estudiante obtendrá dos diplomas cada uno con las siguientes titulaciones:

- Magíster en Dirección de Marketing – CESA
- Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial – ESIC

En España existen dos tipos de títulos de posgrado: el título oficial, pensado originalmente con una orientación académica y de investigación, y los títulos propios con una orientación más práctica y profesional. ESIC emite títulos propios con pleno reconocimiento en España por ser una escuela de negocios de prestigio y perteneciente a la Asociación Española de Escuelas de Dirección de Empresas (AEDEE). La homologación y convalidación del título está sujeta a la normatividad que define el Ministerio de Educación Nacional de Colombia, no obstante lo cual el que ofrece el CESA es un título formal de maestría.

ESIC, Business & Marketing School ocupa una posición destacada en la formación empresarial de grado, posgrado y *executive* en España. Es un centro privado fundado en 1965 como escuela de negocios líder en la enseñanza de marketing que busca responder a las necesidades actuales de la empresa y de su entorno competitivo mediante la formación de profesionales capaces de analizar, reflexionar, decidir y actuar responsablemente en todos los niveles de la empresa.

ESIC pretende la formación de profesionales capaces de crear empresas y organizaciones o de desempeñarse en ellas con responsabilidad y eficacia, un trabajo directivo —a cualquier nivel— o técnico, y en

El estudiante obtendrá **dos diplomas**
cada uno con las siguientes **titulaciones**.

- **Magíster** en Dirección de Marketing — CESA
- **Máster** en Dirección de Marketing y Gestión Comercial — ESIC



cualesquiera de las áreas de actividad de la empresa, incidiendo en el campo del marketing tanto a nivel nacional como internacional.

ESIC se encuentra en una posición privilegiada entre las escuelas de negocio en el ámbito mundial (tabla 9)

ESIC ha conseguido ser un referente de calidad en educación mediante el desarrollo de acuerdos institucionales y colaboraciones de primer nivel en el ámbito empresarial. Una gestión continua de procesos de calidad en un marco de actuación que toma como referente modelos reconocidos nacional e internacionalmente.

ESIC se encuentra acreditado y certificado internacionalmente por:

- El Sistema de Gestión de Calidad de ESIC certificado bajo la Norma ISO 9001:2008.
- Valoración Excelente para Executive Education de ESIC como organismo de Formación.
- La Metodología de Simulación Empresarial de ESIC está acreditada por la European Foundation for Management Development (EFMD).
- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.
- Cinco titulaciones de Grado de ESIC evaluadas positivamente por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA).
- El Sistema de Gestión de Calidad de ESIC acreditado por Aneca bajo el Programa.
- Profesorado del Claustro Universitario de ESIC acreditado bajo el Programa.
- Naciones Unidas Global Compact (UN Global Compact).
- ESIC es miembro de la Chartered Institute of Marketing y de la Red Pacto Mundial España.

TABLA 9. Ranking Internacional de los programas ESIC año 2012

Publicación	Fecha	Clasificación/Reconocimiento
Thomson Reuters	2012	ESIC, entre las instituciones y universidades de importancia mundial
El Mundo	2012	Primer puesto: Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (GESCO). Primer puesto: Máster en Dirección de Comercio Internacional (MDCI). Primer puesto: Máster en Dirección de Personas y Desarrollo Organizativo (DRHO). Primer puesto: Máster en Dirección de Comunicación y Gestión Publicitaria (MPC)
América Economía	2012	4ª posición en España, 11ª en Europa y 22ª en el mundo
QS	2011	ESIC se posiciona entre las Escuelas de Negocios Líderes: 37ª de Europa y 4ª de España
América Economía	2011	ESIC se posiciona 14ª Escuela de Negocio del Mundo, 4ª de Europa y 4ª de España
BusinessWeek	2011	Finalista para Top 20 del Ranking
The Aspen Institute	2011	Reconocimiento para el International MBA
Financial Times	2010	Reconocimiento para el Máster de Dirección Financiera
Guia Você S/A (Brasil)	2009	1er puesto Melhor MBA Executivo do sul do Brasil - VOCÊ S/A (2009)
CNN Expansión	2011	Reconocimiento MBA
El Mundo	2011	Primer puesto: Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (GESCO). Primer puesto: Máster en Dirección de Comercio Internacional (MDCI). Primer puesto: Máster en Dirección de Personas y Desarrollo Organizativo (DRHO). Primer puesto: Máster en Dirección de Comunicación y Gestión Publicitaria (MPC)

FUENTE: adaptado de “Relaciones Institucionales” por ESIC (2012).



b) Política para el ingreso de egresados de la Especialización en Mercadeo Estratégico a la Maestría en Dirección de Marketing

En noviembre de 2012 se presentó una nueva política aprobada por el Consejo Académico de Posgrados sobre el ingreso de egresados de la especialización a la maestría. La nueva política que comienza a ser vigente en el segundo semestre de 2013 establece los siguientes requisitos de ingreso según el tipo de aspirante:

Aspirante A. Si su ingreso al programa de especialización ocurrió entre julio de 2011 a julio de 2012:

- a)** Debe aplicar al programa en las fechas asignadas según calendario académico de Posgrados.
- b)** Cumplir con los requerimientos exigidos en el proceso de admisión.
- c)** Presentar y aprobar las pruebas previstas en el proceso de admisión.
- d)** Tener un promedio acumulado igual o superior a 7.0/10.0.
- e)** Según el artículo 20 del Reglamento General de Posgrados, se homologará hasta el 40% de las asignaturas que componen el plan de estudios de la maestría.
- f)** No tener sanciones disciplinarias.
- g)** Se requiere un mínimo de quince alumnos matriculados para abrir grupo de egresados. Si no se cumple este requisito, debe cursar las asignaturas según los cupos disponibles y el calendario establecido para el programa.
- h)** Decidir si tomará o no la doble titulación internacional previo al inicio del Ciclo I del programa de maestría y cumplir con los requerimientos del programa en convenio. La opción de doble titulación se aceptará una vez se haya efectuado la matrícula. No se autorizarán solicitudes posteriores a la establecida. El estudiante que opte por la doble titulación debe ajustarse a la programación y

al horario establecido para los cursos que impartirán los profesores internacionales procedentes de ESIC. El estudiante que decida no optar por el programa en convenio, se graduará con el título emitido por el CESA.

- i) Al momento de aplicar el aspirante no debe superar más de tres años y medio como egresado contados desde la fecha de ingreso al programa de especialización.

Aspirante B. Si su ingreso al programa de especialización ocurrió con anterioridad a julio de 2011 o con posterioridad a julio de 2012:

- a) Debe aplicar al programa en las fechas asignadas según calendario académico de Posgrados.
- b) Cumplir con los requerimientos exigidos en el proceso de admisión.
- c) Presentar y aprobar las pruebas previstas en el proceso de admisión.
- d) Tener un promedio acumulado igual o superior a 7.0/10.0.
- e) Según el artículo 20 del Reglamento General de Posgrados, se homologará hasta el 40% de las asignaturas que componen el plan de estudios de la maestría. Para efectos de homologación se considerarán solo aquellas asignaturas cuya calificación final sea igual o superior a 8.5/10.0.
- f) No tener sanciones disciplinarias.
- g) Realizar el programa de doble titulación internacional y cumplir con los requerimientos del programa en convenio. El estudiante debe ajustarse a la programación y al horario establecido para los cursos que impartirán los profesores internacionales procedentes de ESIC.
- h) Al momento de aplicar el aspirante no debe superar más de tres años y medio como egresado contados desde la fecha de ingreso al programa de especialización.
- i) Solo se admitirá un número máximo de diez egresados por semestre.



Un atributo importante en este proceso de internacionalización del programa de maestría es la vinculación de profesores visitantes, independientemente del programa en convenio (tabla 10).

TABLA 10. Profesores Internacionales visitantes al programa de maestría 2012

Profesor internacional	Tópico de marketing
Néstor Braidot	Neuromarketing
Luis Herrera y Marquez	Decisiones estratégicas y competitividad
Claudio Pizarro	Gestión de Retail

FUENTE: adaptado de “Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing” por el Colegio de Estudios Superiores de Administración (2012).

Un **atributo** importante en este proceso de **internacionalización** del **programa** de maestría es la **vinculación** de **profesores visitantes**, independientemente del programa en convenio

3.1.2. 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:

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

En noviembre de 2012, se tuvo la visita de los pares académicos nombrados por el Ministerio de Educación Nacional. El motivo de la visita fue la renovación del Registro Calificado de la especialización que se vence en octubre de 2013. De acuerdo con lo anterior se presentó un informe sobre las tendencias y el contexto de los programas de especialización en Colombia.

Las instituciones de educación superior en Colombia han identificado una necesidad creciente de formación en especialización, principalmente en mercadeo, lo que se evidencia en un total de 131 programas en este campo del conocimiento, de los cuales 60 son de modalidad presencial y tienen registro calificado. De un total de 131 universidades que ofrecen especializaciones en mercadeo, 118 son de carácter privado y 13 corresponden a instituciones de carácter público. En Colombia

existen tres programas con la denominación de Especialización en Mercadeo Estratégico y dos en Marketing Estratégico.

La Fundación Universitaria del Área Andina ofrece en la ciudad de Bogotá la Especialización en Mercadeo Estratégico con una duración de dos semestres y un total de 26 créditos en su plan de estudios. La Fundación Universitaria Luis Amigó tiene un programa de especialización en la ciudad de Medellín, con una duración de dos semestres y un total de 30 créditos en su malla curricular. Y el tercer programa lo ofrece el Colegio de Estudios Superiores de Administración, con una duración de tres semestres y un total de 34 créditos en su pènsum. En lo referente a la Universidad del Valle, el programa de Especialización en Marketing Estratégico tiene una metodología flexible con la incorporación de módulos, dura tres semestres y tiene un total de 21 créditos (tabla 11).

TABLA 11. Programas de Especialización en Mercadeo Estratégico y Gerencia de Mercadeo Estratégico con registro calificado ofrecidos por instituciones universitarias nacionales, 2012

Universidad	Programa	Ciudad
Fundación Universitaria del Área Andina	Esp. Mercadeo Estratégico de Servicios	Pereira
Fundación Universitaria Luis Amigó	Esp. Mercadeo Estratégico	Bogotá
Fundación Universitaria Luis Amigó	Esp. Mercadeo Estratégico	Medellín
Universidad Piloto de Colombia	Esp. Gerencia de Mercadeo Estratégico	Bogotá
Universidad Surcolombiana	Esp. Gerencia de Mercadeo Estratégico	Neiva
Universidad del Valle	Esp. Marketing Estratégico	Cali
Colegio de Estudios Superiores de Administración	Esp. Mercadeo Estratégico	Bogotá

FUENTE: adaptado de “Sistema Nacional de Información de la Educación Superior” por el Ministerio de Educación Nacional (2012).

Los estudiantes de la Especialización en Mercadeo Estratégico son el eje central de desarrollo del programa. Su proceso de enseñanza-aprendizaje es fundamental en la construcción del 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.

Nuestro interés se concentra en la interdisciplinariedad, por eso ingresan estudiantes con diversas profesiones relacionadas con las ciencias de la salud, sociales y administrativas. En los últimos dos años se ha evidenciado un aumento en el número de aspirantes admitidos en profesiones como: ciencia política, medicina, medicina veterinaria, derecho, contaduría, psicología, bacteriología, entre otras.

Desde 1996, el número de estudiantes admitidos se ha mantenido. A la fecha hay 33 promociones del programa. Tres de ellas son estudiantes activos y 30 corresponden a promociones de egresados graduados. En el primer semestre de 2012 ingresaron 65 estudiantes a la promoción 31 y 68 a la promoción 32. En el segundo semestre ingresaron 64 estudiantes a la promoción 31, 68 a la promoción 32 y 65 estudiantes a la promoción 33 (tabla 12).

Durante el 2012 había un total de 198 estudiantes activos en los tres ciclos del programa. Los resultados en términos de deserción y retención estudiantil se mejoraron notablemente. Para el 2012 se presentó un 3% de deserción y un 95% de retención. Para diciembre del mismo año el programa de especialización tenía un total de 1490 de egresados graduados.

**TABLA 12.** Número de estudiantes admitidos por profesión

Profesiones	Prom 31	Prom 32	Prom 33
Administración de Empresas	24	19	20
Ingeniería Industrial	9	7	13
Comunicación Social y Periodismo	3	7	6
Finanzas y Relaciones Internacionales	2	3	2
Mercadeo y Publicidad	2	8	3
Administración de Negocios Internacionales	0	2	5
Economía	5	7	3
Ciencias de la salud	0	2	5
Otras Ingenierías	0	8	2
Diseño Industrial	4	1	3
Otras	16	4	3

FUENTE: adaptado de “Informes Estadísticos de la Coordinación de Posgrados en Marketing”, Colegio de Estudios Superiores de Administración (2012).

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 participen como conferencistas. Los siguientes profesores fueron invitados durante el 2012 (tabla 13):

Los **posgrados de marketing** demostraron un crecimiento y un atractivo educativo para **Bogotá**. El CESA ha logrado **consolidar** un original **modelo educativo**.

TABLA 13. Profesores internacionales visitantes al programa de especialización 2012

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
Stephanie Geiger	Culture, Consumption and Branding

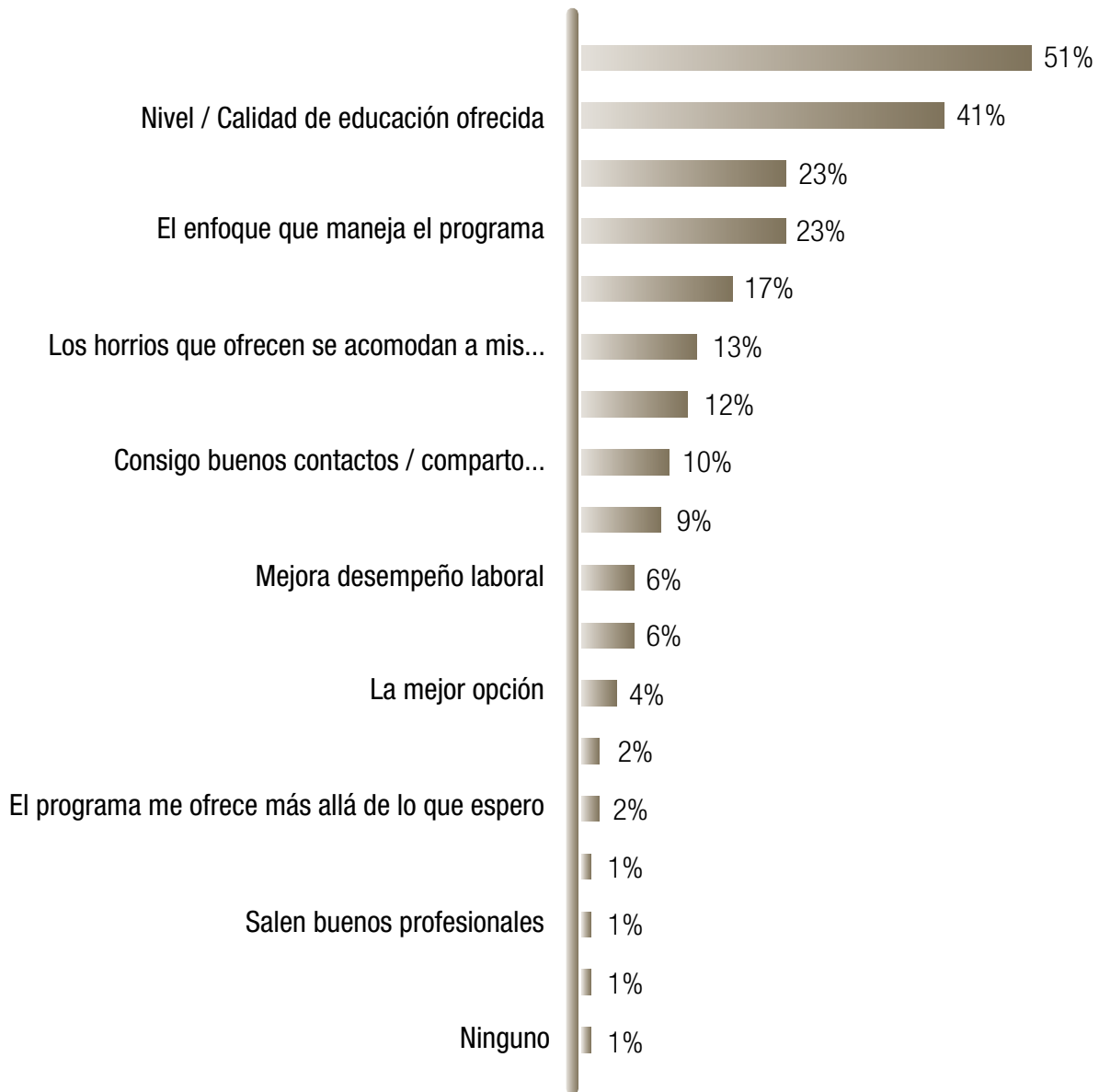
FUENTE: adaptado de “Archivos Internos de la Dirección del Programa de Posgrados en Marketing”, Colegio de Estudios Superiores de Administración (2012).

a) El mejoramiento continuo como resultado del proceso de resignificación curricular de la especialización

El Colegio de Estudios Superiores de Administración, con apoyo de la firma consultora Brandstrat, realizó el estudio de mercados a fin de identificar áreas de mejora para sus programas de especialización e implementar planes de acción para mejorar dichas falencias. El estudio se realizó durante los meses de abril a junio de 2012 en la ciudad de Bogotá a 201 estudiantes y egresados de la Especialización en Mercadeo Estratégico.

En general, los encuestados encuentran grandes fortalezas en el programa. La mayoría ven como fortaleza el nivel de los profesores del programa (lo dicen mujeres de NSE 6, de 31 a 35 años) y la calidad de la educación ofrecida (lo dicen mujeres de NSE 4, de 26 a 30 años), seguido por el reconocimiento/prestigio que tiene el programa (lo dicen hombres de NSE 5 de más de 35 años) (ver figura 15).

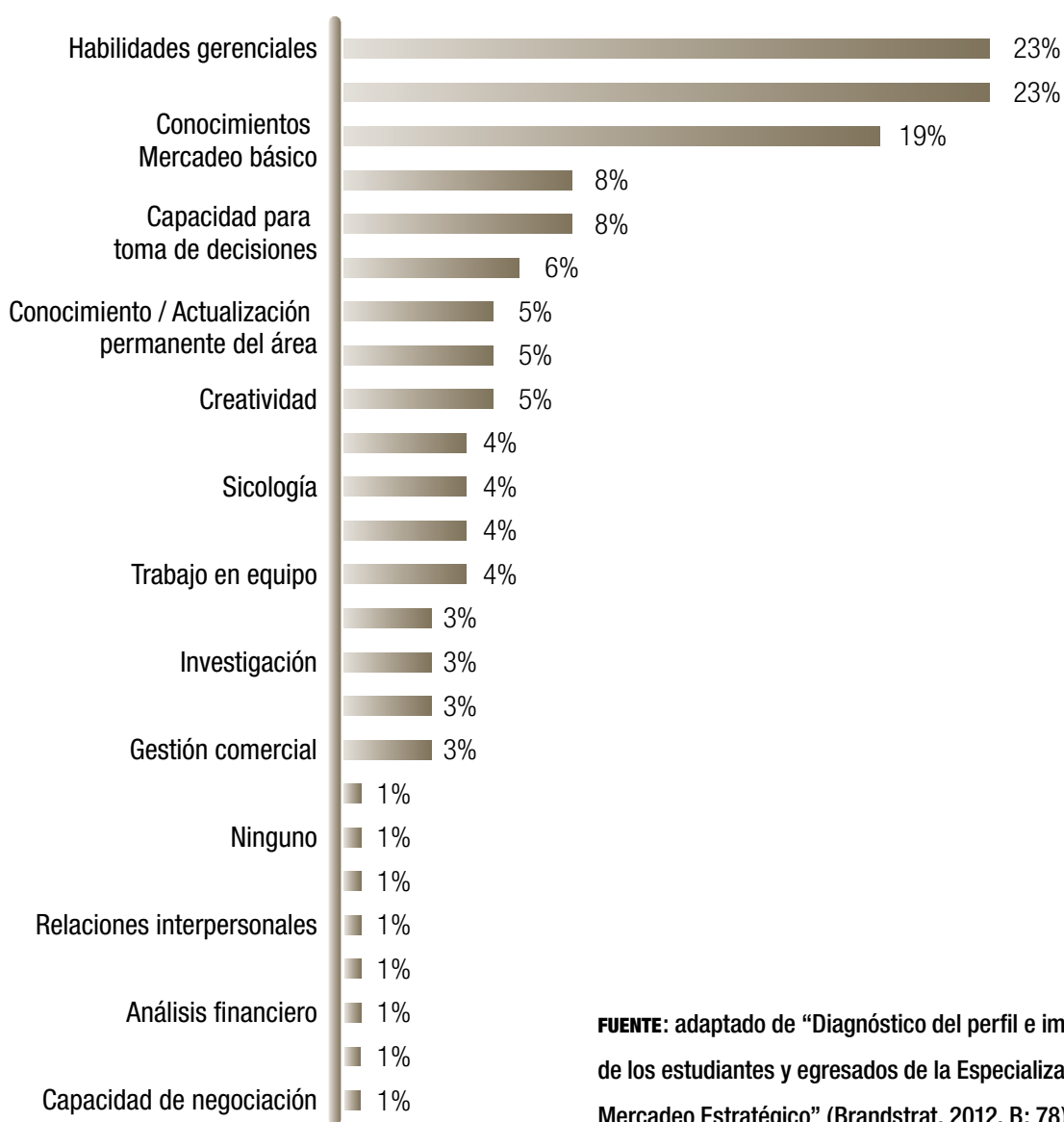
FIGURA 15. Fortalezas del programa de Especialización en Mercadeo Estratégico



FUENTE: adaptado de “Diagnóstico del perfil e impacto de los estudiantes y egresados de la Especialización en Mercadeo Estratégico” (Brandstrat, 2012, B: 201).

El estudio recogió también los comentarios de 78 empleadores de egresados de la especialización. Para los empleadores de los egresados del CESA las áreas de conocimiento más relevantes son: habilidades gerenciales y capacidad analítica, como se observa (ver figura 16).

FIGURA 16. Áreas de conocimiento más importantes en la contratación de especialistas de Mercadeo Estratégico del CESA



FUENTE: adaptado de “Diagnóstico del perfil e impacto de los estudiantes y egresados de la Especialización en Mercadeo Estratégico” (Brandstrat, 2012, B: 78).



Es interesante observar que un 24% de los empleadores indica que no reportan nuevas áreas de desarrollo. Entre los temas por desarrollar o profundizar están los relacionados con trabajo en equipo, capacidad analítica, temas generales de mercadeo como innovación de productos, estar al tanto de las últimas tendencias y aterrizar más los temas de análisis de mercadeo a negocios reales.

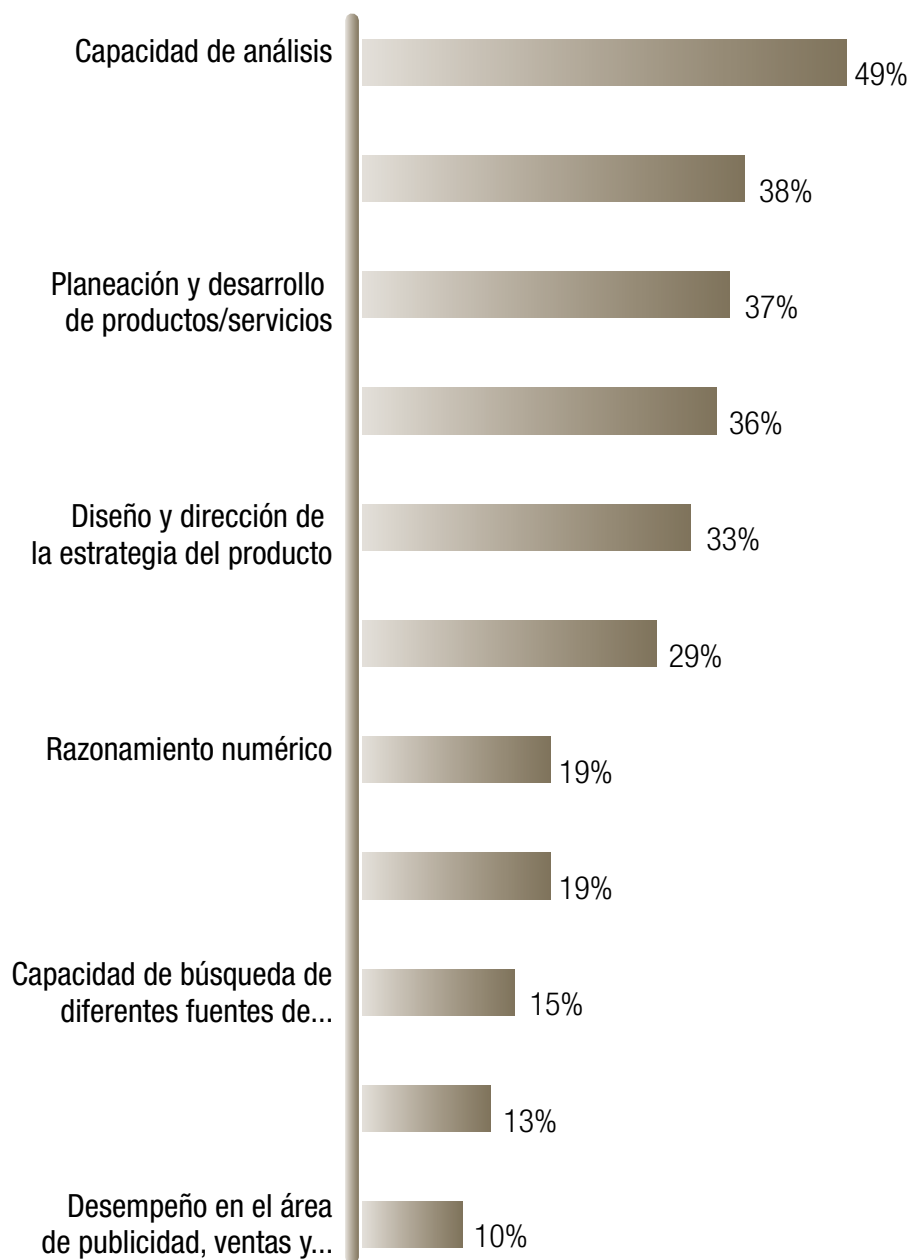
De acuerdo con los resultados del estudio se identificó que las tres competencias personales más importantes que debería tener un egresado eran la creatividad en la solución de problemas, la capacidad de trabajo en equipo y el liderazgo. En términos de competencias el estudio muestra que las competencias disciplinarias más mencionadas son la capacidad de análisis, la capacidad de resolución de problemas, y la planeación y el desarrollo de productos y servicios (figura 17).

Adicional a las competencias mencionadas, un aspecto que ha centrado la atención de la dirección del programa es la inclusión de contenidos referentes al análisis de las tendencias de mercado, seguido por la capacidad de análisis financiero. Un 62% de los egresados del CESA ha tenido un desempeño excelente en su área laboral y son calificados como profesionales competentes con buen desempeño. Se destaca positivamente que en cuanto a la formación del Programa de Especialización en Mercadeo Estratégico no hay ningún cambio sugerido, lo que evidencia que es una formación excelente; sin embargo, se debe trabajar en el aspecto del trabajo en equipo.



Para el **2012** se presentó un **3%** de **deserción** y un **95%** de **retención**

FIGURA 17. COMPETENCIAS disciplinarias esperadas de un egresado de especialización



FUENTE: adaptado de “Diagnóstico del perfil e impacto de los estudiantes y egresados de la Especialización en Mercadeo Estratégico” (Brandstrat, 2012, B: 78).



En general, los egresados de la Especialización de Mercadeo Estratégico tienen un desempeño alto a nivel laboral, ya que son percibidos como profesionales competentes, integrales, con altas habilidades gerenciales y profesionalismo. Debido a estas características la gran mayoría (80%) de los empleadores volvería a contratar egresados de esta especialización del CESA ya que los califican como personal capacitado y competente.

Los posgrados de marketing del CESA han logrado conseguir y mantener un liderazgo en la formación de especialistas y magísteres que responde a la dinámica propia del mercado, al agresivo proceso de globalización, a la creciente amenaza de nuevos competidores y a la difícil gestión ejecutiva frente a los distintos escenarios sobre los cuales se deben tomar decisiones puntuales. Por esta razón, el CESA puede confirmar que el marketing solo tiene un esquema de aplicación estratégico y para ello los programas mantienen un constante análisis de los componentes y determinantes de una demanda real, a fin de presentar académicamente las distintas herramientas que optimicen el esfuerzo comercial de los ejecutivos en el logro de sus objetivos.

Los posgrados de marketing del CESA demostraron durante el 2012 un crecimiento sostenido y un atractivo educativo para el mercado de Bogotá. El CESA ha logrado consolidar una reputación sustentada en trayectoria y un original modelo educativo. En los posgrados de marketing se evidencia la filosofía del CESA de poner especial interés en una formación sólida, integral, humanista, basada en la ética y en la moral.

Un **62%** de los **egresados** del CESA ha tenido un desempeño **excelente** en su área laboral y son **calificados** como **profesionales** competentes con buen desempeño

3.2. Posgrados en Finanzas

3.2.1. Maestría en Finanzas Corporativas

El programa de Maestría en Finanzas Corporativas fue aprobado por el Ministerio de Educación Nacional (MEN) con SNIES 91265, en mayo de 2011, con registro calificado por siete años sin comentarios.

A partir del mes de mayo de 2011, una vez formalizada la aprobación por parte del MEN, se lanzó la promoción por diferentes medios y a pesar de la brevedad del tiempo para la campaña se logró como respuesta del mercado la conformación de un grupo de 20 alumnos nuevos y 17 egresados de la Especialización.

Con el fin de estimular el ingreso de los exalumnos se diseñó un programa especial para estos, a quienes se les reconocieron buena parte de los créditos cursados, de manera que en el curso de un año, tomando aproximadamente 25 créditos y la elaboración de un trabajo de grado que se ajusta a los requerimientos de una Maestría de Profundización, puedan acceder al grado de Maestría.

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

A partir de septiembre de 2011 se abrieron las inscripciones para la segunda promoción, con una acogida muy satisfactoria, puesto que del grupo de aspirantes se seleccionaron 30 y además solicitaron ingreso 14



exalumnos de la Especialización, para quienes se diseñará igualmente un programa ajustado a sus requerimientos. De esta manera tendremos un total de 44 alumnos en esta segunda cohorte.

El programa de Maestría en Finanzas Corporativas recibe profesionales de diversas carreras relacionadas con la línea de finanzas (tabla 14).

TABLA 14. Origen de los aceptados por profesión de procedencia

Periodo Académico	II-2011	I-2012	II-2012
Administración de Empresas	6	13	9
Ingenierías	9	7	4
Economía	3	9	8
Finanzas y Relaciones Internacionales	9	8	12
Contaduría	4	2	1
Otras	4	1	1

TABLA 15. Origen de los aceptados por universidad de procedencia

Periodo Académico	II-2011	I-2012	II-2012
Javeriana	2	7	3
Cesa	3	4	2
Andes	6	8	3
Rosario	5	2	3
Externado	4	5	9
Otras	15	14	15

Se logró como **respuesta** del mercado la conformación de un grupo de **20** alumnos **nuevos** y **17** egresados de la **Especialización**

3.2.2. **Especialización en Finanzas Corporativas**

En términos generales, es de anotar que la demanda por la Especialización se ha mantenido en el año 2012; el tamaño de los grupos, como más adelante se relata, está en un promedio de 34 alumnos, aunque la relación de aceptados divididos por aspirantes se encuentra en el segundo semestre de 2012 en 92%; esta alta proporción refleja el menor número de aspirantes, pero la calidad de quienes se han presentado corresponde al estándar que el CESA requiere, por tanto el veto a aspirantes no deseados es mínimo.

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

Con satisfacción registramos, a partir 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 nuestros exalumnos o de los empresarios y ejecutivos relacionados con el CESA de una u otra forma.

Grupo 31:

En julio de 2011 ingresaron 35 aspirantes que culminaron sus estudios en noviembre pasado, están pendientes las calificaciones de sus



trabajos de grado con el fin de graduarse como Especialistas en Finanzas Corporativas en marzo de 2013.

Grupo 32:

En el mes de septiembre de 2011 se abrieron las inscripciones para el primer semestre de 2012 de la Especialización en Finanzas Corporativas con una acogida de 41 candidatos, de los cuales fueron aceptados 32. Actualmente han cursado el 70% de los créditos, y terminarán las materias previstas en mayo de 2013.

Grupo 33:

Esta cohorte comenzó sus estudios en julio de 2012 con 35 alumnos y han cursado hasta el corte en diciembre ocho créditos correspondientes al ciclo básico.

Grupo 34:

Efectuadas las entrevistas y practicado el examen de admisión —del total de 39 aspirantes—, sorprendió la calidad de los candidatos, razón por la cual se armó un grupo de 32 alumnos, quienes comenzaron sus estudios en enero de 2013.

La procedencia por universidades se ha mantenido en un Pareto en orden de importancia de:

- Javeriana
- Externado
- Andes
- CESA
- Rosario
- La Sabana
- SantoTomás
- Central

La relación de **aceptados**
en el segundo semestre en
2012 es de **92%**

Las profesiones que totalizan el 85% de la población corresponden a:

- Administradores de Empresas
- Economistas
- Ingenieros industriales
- Contadores públicos
- Finanzas y Relaciones Internacionales
- Ingenieros civiles

a) Currículo

Se ha propuesto un abanico de materias electivas en el último ciclo que puede ofrecer un valor agregado especial, como es una profundización en Mercado de Capitales, con el fin de incrementar las competencias para acceder a la certificación del Autorregulador del Mercado de Valores (AMV), y la presentación de pruebas de competencias en finanzas corporativas para acceder a la certificación de la American Academy of Financial Management (dentro de un convenio con el doctor Roberto Santillán, del ITEMS de Monterrey).

b) 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 cuentan con amplia experiencia en el mundo académico.

c) Profesores internacionales

En los últimos años se han realizado 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 como son:



- **Francisco Venegas** (UNAM) Matemáticas
- **Eduardo Herrera** Simulación Monte Carlo
- **Simón Benninga** Modelación Financiera
- **Mark Walenbergh** Mercado de Capitales Internacional
- **Roberto Santillán** (EGADE) Finanzas Corporativas
- **Jaime Alonso Gómez** Estrategia, innovación, creatividad y emprendimiento
- **Lorenzo Dávila** Mercado de capitales / Ingeniería financiera

Finalmente, se recibió la visita de los pares nombrados por el MEN en octubre pasado, visita que transcurrió de manera muy positiva, cuya finalidad es la renovación del Registro Calificado para la Especialización en Finanzas Corporativas. Estamos pendientes de la correspondiente respuesta del MEN al respecto.

3.2.3. Otros asuntos por destacar

- El director de los posgrados de Finanzas continúa como miembro principal en el Consejo Académico del Autorregulador del Mercado de Valores desde principios del año 2011 por un periodo de tres años y forma parte del Comité Técnico de BRC Services de Colombia.

- El concurso convocado por la BVC y el AMV a mediados de año, con el tema “Arquitecto del Mercado de Capitales”, fue un desafío para el CESA y por sugerencia del director de los posgrados uno de nuestros alumnos, John Jiménez, presentó su trabajo “Betas Contables” con el que obtuvo el primer puesto.
- La visita del doctor Ramón del Salto del ITESM EGADE de Monterrey arrojó como resultado la posibilidad de que los alumnos de la Maestría en Finanzas Corporativas puedan obtener un certificado internacional de parte del ITESM al haber cursado al menos tres materias con profesores del mismo, para lo cual se tiene prevista la participación del doctor Santillán, la doctora Gabriela Lucero y el doctor Jaime Alonso Gómez; el doctor Francisco Venegas, aunque es profesor de la UNAM, fue aceptado dada su vinculación anterior con EGADE.
- En diciembre del 2012 se constituyó oficialmente la Asociación Colombiana de Analistas Financieros (ACAF), en la cual el director de los posgrados ocupó el cargo de miembro principal de la Junta Directiva. Esta asociación forma parte del grupo Asociación Internacional de Analistas Financieros —se considera como el organismo acreditador del Certified International Investment Analyst (CIIA), certificación equiparable en Europa con la del Charter Financial Advisor (CFA), la cual consiste en un nivel de reconocimiento profesional elevado para los profesionales del sector financiero—.



3.3. Investigación

El Grupo de Investigación en Innovación y Gestión Empresarial ha recorrido un proceso de consolidación y proyección nacional durante los dos últimos años a través de un esfuerzo sostenido en el desarrollo y la visibilización de la investigación tanto nacional como internacionalmente.

Esto ha permitido que la investigación se convierta en un medio privilegiado para la realización de la Misión institucional en la formación de los mejores líderes empresariales, pues una formación de excelencia requiere el desarrollo de competencias analíticas, la actualización permanente y la generación de conocimiento nuevo y pertinente que permita mejorar las prácticas de la administración.

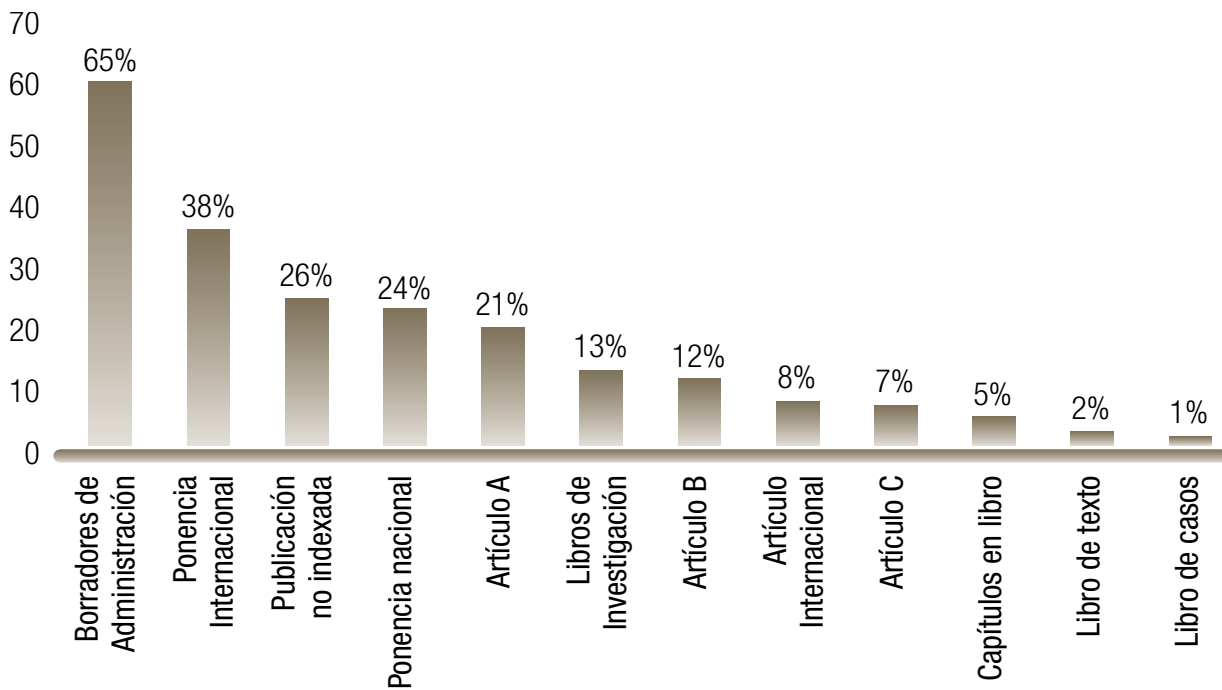
La investigación en el CESA está orientada entonces a conocer de fondo y de manera crítica y reflexiva la realidad empresarial colombiana, las prácticas empresariales, sus modalidades, su eficiencia, su eficacia, su historia, su competitividad internacional, sus motivaciones y su ética, entre otros. Es claro que el medio por excelencia de la investigación es la publicación de sus resultados en documentos científicos que tengan en cuenta tanto el nivel de madurez de lo que se propone, como el público objetivo de la misma.

El grupo de investigación fue creado en el mes de agosto del año 2005 con la finalidad de consolidar una comunidad académica dedicada al estudio de la innovación y gestión empresarial. En la actualidad, el grupo reúne sus proyectos de investigación en la línea de Finanzas, coordinada por María Andrea Trujillo; la línea de Mercadeo, coordinada por Lina María Echeverri; la de Globalización y Gestión, a cargo de Edgar Vieira; y las de Economía y Proyectos Especiales, coordinadas por Juan Santiago Correa.

De la mano con el desarrollo de los procesos investigativos en el CESA se ha consolidado el sello editorial como una fortaleza en la capacidad de gestionar y publicar libros resultado de investigación, a partir de la definición de una política editorial y la formalización de los procesos de revisión por pares externos de las más altas calidades, evaluación editorial, normalización, publicación y difusión, lo que permitió el reconocimiento de la Editorial CESA por Colciencias en el 2012 como una organización capaz de garantizar la calidad científica y académica de sus publicaciones.

La producción acumulada del Grupo de investigación ha venido mostrando una recomposición hacia aquellos productos de mayor exigencia académica (artículos científicos y libros de investigación), sin perjuicio de continuar trabajando en aquellos productos que garantizan una mayor divulgación de la investigación a un público más amplio (figura 18).

La participación relativa de las líneas en el total de la producción académica del grupo muestra cómo las líneas de Mercadeo (26%), Finanzas (27%) y Economía (35%) reflejan un proceso maduro de publicaciones, el cual permitió en los dos primeros casos sustentar con solvencia la creación de las maestrías en Dirección de Marketing y en Finanzas Corporativas, y con la línea de Economía desarrollar investigaciones transversales que apoyan el pregrado y los posgrados del CESA en temas de economía aplicada al mundo empresarial y de historia empresarial y económica. La línea de Globalización y Gestión ha mantenido un proceso de crecimiento desde su reciente creación (2011) que, junto con las otras líneas de investigación, se convertirá en pieza fundamental en el proceso de creación del MBA Internacional en el 2013. En conjunto, se han constituido en un elemento estratégico de proyección del CESA como una escuela de negocios en el ámbito nacional e internacional.

**FIGURA 18.** Acumulado de la producción académica del Grupo de Investigación

FUENTE: elaboración propia.

La producción desagregada por línea de investigación evidencia los retos que se enfrentarán en el 2013 para disminuir la volatilidad en la producción de un año a otro (calculada por media móvil de dos periodos), con el fin de lograr una mayor estabilidad de mediano y largo plazo en la producción académica.

La participación relativa de las líneas en el **total** de la **producción** académica del grupo muestra cómo las líneas de Mercadeo (**26%**), Finanzas (**27%**) y Economía (**35%**) reflejan un proceso maduro de **publicaciones**

ATABLA 16. Producción desagregada por línea de investigación (2008-2012)

	2008	2009	2010	2011	2012
Economía	2,35	3,95	5,25	2,9	7,15
Finanzas	0,75	2,6	5,05	5,3	3,1
Globalización y gestión	1,55	1,4	0,35	1,1	1,75
Marketing	3	1,45	5,9	2,8	3,25
Proyectos Especiales	0	0	0	0,25	1,1

FUENTE: elaboración propia.

3.3.1. Publicaciones

A continuación se muestran las publicaciones de mayor impacto realizadas en el año 2012 por los miembros del Grupo de Investigación:

a) Libros Editorial Nacional

- Correa, Juan Santiago (2012). *The Panama Railroad Company o cómo Colombia perdió una nación*. Bogotá: Editorial CESA. ISBN: 978-958-8722-17-7.
- _____ (2012). *De Buenaventura al Caribe: el ferrocarril del Pacífico y la conexión interoceánica (1872-2012)*. Bogotá: Editorial CESA. ISBN: 978-958-8722-27-6
- _____ (2012). *Ferrocarriles y puertos en Colombia: el Ferrocarril de Bolívar (1865-1941)*. Bogotá: Editorial CESA. ISBN: 978-958-8722-19-1
- _____ (2012). *Café y ferrocarriles en Colombia: los trenes santandereanos*. Bogotá: Editorial CESA. ISBN: 978-958-8722-23-8.



- Guzmán, Alexander y Trujillo, María Andrea (2012). *Hacia la implementación de buenas prácticas de gobierno corporativo en sociedades cerradas*. Bogotá: Editorial CESA, ISBN: 978-958-9722-14-6.
- Restrepo, José Manuel, Guzmán, Alexander y Trujillo, María Andrea (2012). *Gobierno Corporativo en Instituciones de Educación Superior en Colombia*. Bogotá: Editorial CESA. ISBN: 978-958-8722-31-3.

b) Publicaciones seriadas internacionales

- Echeverri, Lina María, Estay-Niculcar, Christian A., Rosker, Eduardo (2012). *Estrategias y experiencias en la construcción de marca país en América del Sur. Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21 (2), 288-305. ISSN 1851-1732.
- Trujillo, María Andrea, Guzmán, Alexander, González, Maximiliano, Pombo, Carlos (December, 2012). Family firms and financial performance: *The cost of growing. Emerging Markets Review*, 13 (4), 626-649 ISSN: 1566-0141.

c) Publicaciones seriadas indexadas nacionales

- Aguilar, Pedro Alejandro (2012). Un modelo de clasificación de inventarios para incrementar el nivel de servicio al cliente y la rentabilidad de la empresa. *Pensamiento y Gestión*, 32, 142-164. ISSN: 1657-6276.
- Correa, Juan Santiago (2012). El Ferrocarril de Bolívar y la consolidación del puerto de Barranquilla (1865-1941). *Revista de Economía Institucional*, 14 (26), 241-266- ISSN: 0124-5996.
- _____ (2012). El Ferrocarril de Antioquia: empresarios extranjeros y participación local. *Estudios Gerenciales*, 28, (123), 149-166. ISSN 0123-5923.
- Gómez, Claudia (septiembre-diciembre, 2012). La identidad olfativa: una estrategia invisible y silenciosa. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. 37, 156-179.

- Gómez, Claudia y Mejía, Jorge Eduardo (2012). Marketing Olfativo: una estrategia de marca para generar ventaja competitiva. *Revista EAN*, 73, 168-183.
- Murillo, Javier H. (2012). La universidad y los procesos de lectura y escritura: Centro de Apoyo para la lectura, la oralidad y la Escritura, DIGA. *Panorama*, 6 (10), 93-101. ISSN: 1909-7433.
- Parra, Juan Felipe (primer semestre, 2012). Una función de producción para el teatro en Colombia. *Cuadernos de Economía (Universidad Nacional) XXXI* (56), pp. 149-177. ISSN 0121-4772 / E-ISSN 2248-4337
- Restrepo Abondano, José Manuel y Restrepo, Martha Lucía (2012). Cinco desafíos en el ejercicio del liderazgo en los rectores de colegios. *Educación y Educadores*. 15 (1), 117-129. ISSN: 0123-1294.
- Restrepo, José Manuel, Trujillo, María Andrea y Guzmán, Alexander (2012). Instituciones de Educación Superior con ánimo de lucro en Colombia. *Innovar Journal*, 22 (43). ISSN: 0121-5051.

Los integrantes del Grupo de Investigación participaron en la presentación de sus trabajos en los siguientes Congresos nacionales e internacionales de alto nivel:

- Correa, Juan Santiago (2012). Puertos y trenes en Colombia: el caso del Ferrocarril de Bolívar. En Tercer Congreso Latinoamericano de Historia Económica: San Carlos de Bariloche, 23 al 27 de octubre de 2012.

La **investigación** en el CESA está **orientada**
entonces a **conocer** de fondo y de manera crítica y reflexiva
la **realidad empresarial** colombiana



- Correa, Juan Santiago (2012). Puertos y trenes en Colombia: el caso del Ferrocarril de Bolívar. En XXIII Jornadas de Historia Económica AAHE: San Carlos de Bariloche, 23 al 27 de octubre de 2012.
- Correa, Juan Santiago (2012). Colombian railways and national sovereignty: the case of the Panama Railroad Co. (1850-1903). En BAM 2012 Conference, Management Research Revisited: Prospects for Theory and Practice. Cardiff: Cardiff Business School, 11 al 13 de septiembre.
- Trujillo, María Andrea, Alexander Guzmán (2012). Corporate governance mechanism in family firms: evidence from CEO turnover. En BALAS Annual Conference. Rio de Janeiro (Brasil): BALAS.
- Vieira, Edgar (marzo 2012). Dificultades de la Integración en América Latina. En Taller Internacional sobre Integración y Sostenibilidad Económica. Facultades de Economía de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Universidad Pierre Mendès-France de Grenoble, Francia, Quito, Ecuador, 1-2.
- Correa, Juan Santiago (2012). Un modelo de gestión de la investigación en Instituciones universitarias. En VIII Jornadas de Gestión Universitaria, 11 al 13 de enero. Santiago de Chile: Universidad Católica.
- Restrepo, Martha Lucía y Juan Felipe Parra (2012). Conocimiento para la implantación de sistemas de información de los clientes. En Desafíos de la gerencia en entornos competitivos-Encuentro Internacional de Investigación en Administración (Ascolfa), 15 al 18 de abril. Bello (Antioquia).

Tanto la publicación de artículos académicos y libros de investigación, como la participación activa en congresos ha permitido la consolidación del grupo de investigación en los últimos años y proyectarlos como un referente en la investigación en el campo de la administración de empresas.

3.4. Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – CEGLI

El Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – CEGLI está adscrito al Grupo de Investigación de Innovación y Gestión del CESA, y es coordinado por el responsable de los temas de globalización e integración, el doctor Edgar Vieira Posada, profesor de tiempo completo del CESA.

El inicio de labores se ha hecho con la vinculación de tres profesores de planta, ocho profesores de hora cátedra del CESA, tres profesores de otras universidades y cuatro consultores independientes.

3.4.1 Actividades del CEGLI

El Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – CEGLI atenderá inicialmente dos campos de actividad:

Un área temática del entorno económico-comercial en un contexto globalizado que deben enfrentar las empresas y las regiones para el aprovechamiento de los tratados de libre comercio que viene suscribiendo Colombia, desde casos demostrativos de éxito, hasta condiciones para una participación competitiva en diferentes escenarios del mundo a los que el país ha decidido vincularse en recientes negociaciones.



Otra área es la del entorno geopolítico e histórico-cultural existente para la articulación mundial del país y de las empresas, en las cuales se debe observar el efecto de entornos civilizacionales diferentes, la forma en que las empresas abordan las consideraciones culturales en su inserción internacional y las consecuencias de posibles escenarios de conflicto cultural y religioso.

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

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

Las principales actividades en las que está trabajando el Centro de Estudios sobre Globalización e Integración – CEGLI son las siguientes:

a) Publicaciones

El CEGLI inició actividades de publicación en septiembre-octubre de 2012, con el libro de investigación *La globalización en un mundo en transformación*, escrito por su coordinador el profesor Edgar Vieira, el cual está siendo presentado en distintas universidades e incorporado en *e-books* para una difusión internacional.

Con este libro de investigación se dio inicio a la Colección Globalización e Integración de la Editorial del CESA, el cual será seguido de las siguientes publicaciones de divulgación, una de estudio de casos y una de investigación:

Libro sobre la *República Popular China*, con los cambios políticos y económicos producidos en este país, su política comercial y escenarios de relacionamiento comercial para Colombia, en el que han trabajado en los últimos meses de 2012 y comienzos de 2013 investigadores del CESA, la Universidad EAFIT de Medellín y la firma consultora Araújo Ibarra & Asociados.

Libro sobre el primero de los recientes tratados de libre comercio negociados por el país, el *TLC entre Canadá y Colombia*, trabajo elaborado entre la Universidad de Carleton, Canadá, y el CEGLI del CESA con ediciones en inglés y español editadas por cada universidad.

Libro sobre los alcances y las oportunidades en el *TLC entre Estados Unidos y Colombia*, trabajo entre integrantes del CEGLI y algunos participantes externos.

Libro *Estudio de casos sobre internacionalización de empresas colombianas multilatinas exitosas* luego de realizarse, como se espera, una consultoría para la Corporación Andina de Fomento (CAF) en el programa de competitividad de Empresas de Excelencia Exportadora.

b) Capacitación

El CEGLI iniciará actividades de capacitación con la definición de un programa de Diplomado en Comercio Internacional con América Latina



para el área de New Jersey/Nueva York, por desarrollar en el primer semestre de 2013 con el Consulado General de Colombia en Nueva York y el Laudem Educative Institut, con el apoyo de la Colombian American Chamber of Commerce of Long Island.

De igual forma, se trabajará en otros programas de capacitación de empresas y colombianos en el país y en el exterior sobre las condiciones de aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio negociados por Colombia y otros compromisos de integración.

c) Redes y centros de estudio

Para la consolidación del CEGLI es fundamental su relacionamiento con otros centros y redes del país y del exterior. Con tal fin, las actividades iniciales son las siguientes:

- Incorporación en una red de universidades latinoamericanas y europeas con la participación del coordinador del CEGLI como panelista en la reunión preparatoria en octubre de 2012 en Lima, Perú, y en la I Cumbre Académica Unión Europea-América Latina y el Caribe el 22 y 23 de enero de 2013 en Santiago de Chile, cuyas conclusiones pasan a la Cumbre de Presidentes de Europa y América Latina.
- Incorporación del Comparative Regional Integration Studies (CRIS) de la United Nations University de Brujas, Bélgica, con un artículo de Philippe de Lombaerde y un investigador chino para el libro sobre China. Luego de una primera actividad conjunta en el libro sobre China, se desarrollan otras actividades con el Centro de Estudios Asia Pacífico de la Universidad EAFIT de Medellín.

- Precisar actividades con el Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas (CEPEC) de la Universidad del Rosario.
- Precisar actividades con centros de estudios de universidades chilenas en temas de casos exitosos de empresas chilenas en el mercado colombiano y del aprovechamiento de nuevos mercados como los de Asia Pacífico, entre otros.

d) Divulgación

En la página web del CESA se abrió un espacio para la divulgación de los objetivos y las actividades de Centro de Estudios sobre Globalización e Integración - CEGLI.









Relacionamiento con el sector productivo



- 4.1. Centro de Consultoría Empresarial CCE – CESA
- 4.2. Centro de Liderazgo y Emprendimiento CLE – CESA
- 4.3. Formación Ejecutiva
- 4.4. Visitas y prácticas
- 4.5. AECESA

La Unidad de Gestión Empresarial se consolida durante el 2012 estrechando aún más las relaciones con el sector empresarial. Con orgullo podemos informar que hoy el CESA está siendo reconocida, además de su éxito en la formación de estudiantes, como un aliado estratégico en el desarrollo productivo de las organizaciones a través de los vínculos que hemos obtenido, y gracias a la estrategia de trabajo en equipo de la Unidad.

A continuación presentamos los avances obtenidos durante el 2012 donde superamos lo presupuestado tanto en términos económicos como en penetración en el ámbito empresarial.



4.1. Centro de consultoría empresarial **CCE – CESA**

“El Centro de Consultoría Empresarial del CESA centra su estrategia en generar valor agregado sostenible para sus clientes”.

Durante el segundo año de prestación de servicios del Centro de Consultoría Empresarial del CESA (CCE-CESA), se reafirma el rol que la Universidad debe cumplir con el sector productivo, no solo en la formación de los profesionales sino también en el valor agregado de contar con expertos con las competencias neCESArias para lograr la transferencia del conocimiento y generar a partir de ella procesos de mejoramiento organizacional. Es en ese proceso de extensión donde la consultoría realmente proporciona un valor agregado que, al desarrollarse a través de una adecuada transferencia, establece bases firmes para que la experiencia que se vive con el cliente sea trascendente y genere sostenibilidad en su organización.

Peter Drucker insistía en que la única ventaja competitiva realmente sostenible para las organizaciones radicaba en su capacidad de aprender más rápido que los demás. Esa afirmación se convierte en una realidad en la medida en que los procesos de aprendizaje organizacional son sólidos y se desarrollan de forma conjunta; es decir, aquel que transfiere y aquel que recibe.

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

Es así como la oferta de valor del CCE está orientada a:

- a.** Mejoramiento de la productividad.
- b.** Incremento en la competitividad en el mercado.
- c.** Propiciar procesos de innovación y sostenibilidad.

Lo anterior se logra a partir de tres aspectos fundamentales:

- 1. *Practicidad*:** todo proceso de consultoría y asesoría debe poderse ejecutar de acuerdo con la necesidad y con los recursos con los que el cliente se pueda comprometer.
- 2. *Simplicidad*:** no se proponen soluciones complicadas, se debe ser lo más simple posible.
- 3. *Realismo*:** se privilegian las soluciones basadas en hechos y datos que se puedan ejecutar gracias a esos hechos y datos, y no a supuestos inalcanzables o irreales para el cliente.
- 4. *Fundamentación*:** todo proceso de consultoría se basa en un riguroso y metódico fundamento teórico que soporta la solución ofrecida.

4.1.1. **El año 2012, un año de crecimiento y fortalecimiento**

El año 2011 cierra con proyectos en curso y otros por comenzar en el 2012, es así como el año tuvo una gran dinámica que fue creciendo de tal manera que se cerró con un proyecto de gran impacto relacionado



con el Ministerio de las tic desarrollado en una Unión Temporal con Connect Bogotá. Sin embargo, se evidenció la necesidad de seguir fortaleciendo la marca y la presencia en el mercado de la consultoría.

a) La estrategia

Los servicios de consultoría permiten 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 demandan las empresas del sector público y del privado, así como las organizaciones sociales.

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

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

El gobierno nacional de Colombia, a través de la construcción de la estrategia que le permitirá a nuestro país convertirse en la tercera economía más competitiva de América Latina en el año 2032, definió el programa de transformación productiva, el cual tiene contemplado, entre otros, el desarrollo de los llamados sectores de clase mundial, que pretende multiplicar por diez el tamaño de esos sectores. En el año 2012 se orientó de forma más adecuada la estrategia del CCE, de tal manera que estuviera alineada con la del gobierno.

Se procuró, así como en el año anterior, fortalecerla a través de un estudio más profundo del comportamiento de cada uno de esos sectores. En la actualidad existe una base de datos bastante consolidada sobre las estrategias que se deben desarrollar en cada uno de los sectores y es hacia ellas que se está orientando la estrategia del CCE.

Sectores de clase mundial en tres “categorías”:

1. “Más y mejor de lo bueno”

- Autopartes
- Industria gráfica
- Energía eléctrica, bienes y servicios conexos
- Textiles, confecciones, diseño y moda

2. Nuevos y emergentes

- Servicios tercerizados a distancia (bpo&o)
- Software y servicios de TI
- Cosméticos y artículos de aseo
- Turismo de salud

3. “Sectores Agro”

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

b) Objetivos del CCE

- Ayudar a que la investigación académica sea más pertinente y relevante para los empresarios y para la empresa en Colombia.



- Poner en práctica los descubrimientos y desarrollos logrados por los profesores de la universidad y por aquellas empresas de consultoría con quienes se establezcan relaciones de alianza.
- Ofrecer a los empresarios una opción de consultoría gerencial de alta calidad (entendida como satisfacción total de expectativas del cliente), práctica, simple, directa y efectiva que le permita lograr mejores y más rápidos resultados financieros y no financieros.
- Ser reconocidos en el mediano plazo como un generador de acción relevante y pertinente, capaz de convertirse en factor diferenciador e impulsor de la calidad en la educación que el CESA entrega a sus alumnos en pregrado y posgrado.

c) Principios que rigen los servicios de consultoría del CESA

Durante el 2012 se consolidaron los principios que orientan las actividades de la consultoría, los cuales son: responsabilidad social, principios éticos, de autonomía, excelencia, interdisciplinariedad, eficiencia y viabilidad económica.

Se deberá garantizar el cumplimiento de los principios que se relacionan tanto con el contratante que demanda los servicios como con la Universidad, de la siguiente manera:

Frente al cliente

- Defensa de la confiabilidad de la información propiedad del contratante y derechos de los terceros.
- Compromiso con el desarrollo y agregación de valor al producto.
- Garantía de calidad de los productos.
- Responsabilidad contractual frente a condiciones, tiempo, recursos y resultados.
- Manejo ético frente al contratante y terceros.

Frente a la Universidad

- Compromiso de lealtad y defensa del patrimonio de la institución.
- Limitaciones frente a la identidad y naturaleza de la Universidad.
- Preservación de la imagen institucional.
- Excelencia y rigor académico.

d) La materialización de nuestra experiencia en consultoría

En el año 2012 se atendieron los siguientes clientes: Monsanto, Antea Group Geoingeniería, Colpatria, Rodelag (Grupo Rayco), Universidad Cooperativa de Colombia, Unión Colegiada del Notariado Colombiano, Eciplast, Bogotá Tennis Club, Colegio Hebreo Unión y Colciencias en productos de mercadeo relacional, gestión organizacional, servicio al cliente, análisis sectorial, planeación estratégica, investigación de mercados, planes de negocios, auditoría organizacional y emprendimiento.

El resumen de los proyectos y sus objetivos se presenta en la tabla 17:

TABLA 17. Proyectos de Consultoría realizados en 2012

Cliente	Proyecto	Objetivo General
Antea Group Geoingeniería	Market survey - water sector Colombia	Develop a market survey in the water sector in Colombia, together with Antea™ Group - GeoIngenieria and comply with the terms of reference version 1.0 of October 18, 2011, drawn up by the Embassy of the Netherlands.
Colpatria	Estudio del mercado para “control pérdidas empresarial”	Explorar y estimar el tamaño del mercado de un nuevo portafolio de productos (hasta 7, uno por cada sector bajo estudio) que se diseña para cada tipo de necesidad técnica diferente relacionado con beneficios para disminución de riesgo o control de pérdidas empresarial.



Cliente	Proyecto	Objetivo General
Colpatria	<i>Benchmarking</i> área <i>loss control</i>	Proporcionar elementos de juicio suficientes con respecto a la competencia para que los procesos de planeación estratégica que actualmente se desarrollan en el área, orienten de forma adecuada a la dirección en la toma de decisiones estratégicas.
Rodelag (Grupo Rayco)	Análisis y redireccionamiento estratégico	Realizar un proceso de análisis y redireccionamiento estratégico de Almacenes Rodelag a través de discusiones con el grupo directivo y de revisión de la información pertinente, de manera que se puedan determinar los rumbos de acción de la organización para los próximos años.
Monsanto	Mercadeo relacional, Proximity: Acompañamiento en la implementación	Acompañamiento en la implementación del plan Proximity, de tal manera que, constituidos los equipos de trabajo por estrategia, el consultor se integre en el apoyo de la producción y ejecución de los productos Proximity allí definidos.
Universidad Cooperativa de Colombia	Análisis y redireccionamiento estratégico 2012-2017	Realizar un proceso de análisis y ordenamiento estratégico de la Universidad Cooperativa de Colombia a través de discusiones con el grupo directivo y de revisión de la información pertinente, de manera que se puedan determinar los rumbos de acción de la Universidad para los próximos cinco años.
Bogotá Tennis Club	Auditoría proceso compras	Desarrollar un proceso de auditoría de gestión al proceso de compras del club.
Unión Colegiada del Notariado Colombiano	Taller pensamiento y direccionamiento estratégico	Proporcionar al nivel directivo de la Unión Colegiada del Notariado Colombiano elementos sobre pensamiento estratégico con la finalidad de que puedan participar en la formulación e implementación del Plan Estratégico 2012-2017 de la organización.
Colciencias – Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	Ideación, prototipaje y validación -Consolidación de negocios de emprendimientos tic	Apoyar emprendimientos tic en las fases de ideación, prototipaje y validación y consolidación de negocios de emprendimientos tic, a través de la adaptación de la metodología Lean LaunchPad y una versión reducida de Springboard.

4.2. Centro de Liderazgo y Emprendimiento **CLE – CESA**

El 2012 fue el año de la transferencia de conocimiento del Centro de Liderazgo y Emprendimiento (CLE) a otras instituciones académicas del país.

Después de dos años desde su creación el CLE cumplió con su primer objetivo de consolidación como el centro de apoyo a estudiantes y egresados que buscan crear y estructurar su negocio. Más de 170 estudiantes y 17 egresados consultaron y se apoyaron en los profesionales del CLE para la estructuración de sus proyectos. Actualmente existen siete proyectos en etapa de preincubación y dos se encuentran en etapa de evaluación.

En línea con la Dirección de Pregrado se garantizó la ejecución de la línea transversal de formación emprendedora y de liderazgo con los estudiantes; así, 120 estudiantes participaron del programa de Espíritu Emprendedor y 50 participaron de la Escuela de Formación en Liderazgo.

Bajo el desarrollo de los objetivos de la Unidad de Gestión Empresarial, el CLE comenzó procesos de transferencia de conocimientos en temas como emprendimiento social y creación de nuevas empresas, y asesoría a colegios e instituciones para la creación de sus programas de emprendimiento.



a) Alianzas Académicas – YEP BBVA

Se llevó a cabo una alianza estratégica con la Universidad Sergio Arboleda para realizar un programa de habilidades gerenciales y liderazgo — Young Entrepreneurs Program (YEP)—, de 160 horas de duración, para el BBVA. El resultado académico y económico fue excelente, así como la evaluación de los profesores nacionales y extranjeros. Asistieron 32 alumnos, cinco profesores extranjeros y diez colombianos. El Banco dejó abierta la puerta para repetir el programa en el mes de junio de 2013.

Se iniciaron nuevos contactos con otras organizaciones. La Unidad de Conocimiento del Grupo Empresarial Antioqueño (GEA), encargada de negociar este tipo de programas, encomendó para el año 2013 un programa para iniciar en el mes de abril, y a su vez negociar con otras empresas del grupo. Marcali y Ospinas y Compañía son prospectos con gran interés en realizar este tipo de programa para sus ejecutivos.

b) Espíritu emprendedor

Continuamos el convenio realizado con la Universidad de California-San Diego para acompañar a los estudiantes de cuarto semestre de espíritu emprendedor. Gracias a la colaboración recibida de AECESA y el apoyo de los egresados como mentores de los planes de negocios que se prepararon para la feria, se obtuvo alta calidad en los proyectos presentados. Los panelistas igualmente fueron un factor determinante para mejorarlos. Durante el año se expusieron más de cincuenta proyectos. Cuatro de estos proyectos se encuentra en etapa de “reestructuración” para así comenzar su incubación.

Más de **170** estudiantes y **17** egresados consultaron y se apoyaron en los profesionales del **CLE** para la estructuración de sus **proyectos**

En el 2012 se llevaron a cabo dos muestras de emprendimiento en las ferias del Espíritu Emprendedor. La primera de estas sucedió en el mes de mayo, donde 18 grupos emprendedores de cuarto semestre mostraron sus ideas de negocio a la comunidad CESA y a invitados externos que estuvieron presentes.

Adicional a estos proyectos se presentaron dos ideas de negocio que están siendo desarrolladas por estudiantes del CESA y una empresa de egresados de la universidad. En total asistieron 610 personas a esta muestra del emprendimiento en la universidad.

El ganador de la feria de mayo fue el grupo Green Point, un proyecto que busca implementar jardines verticales ofreciendo “Publicidad viva” y “Paisajismo funcional”. Este proyecto satisface la necesidad de aumentar el espacio de zonas verdes en una propiedad sin necesidad de un incremento en el espacio horizontal.

La segunda feria del Espíritu Emprendedor se llevó a cabo el pasado 23 de noviembre en las instalaciones de la universidad. Esta vez se presentaron 37 ideas de negocio; 28 grupos de cuarto semestre, 6 grupos del programa eli+e, 2 grupos seleccionados del programa Héroes Emprendedores que realizó el CESA junto con la Fundación Matamoros y un grupo seleccionado integrado por un empleado de la universidad.

Se llevó a cabo una **alianza** estratégica con la **Universidad Sergio Arboleda** para realizar un programa de **habilidades** gerenciales y **liderazgo** - Young Entrepreneurs Program (**YEP**)



Fue una gran oportunidad para mostrar el trabajo en emprendimiento que se realizó no solo con los estudiantes, sino también con el resto de integrantes de la universidad durante todo el año. Fueron más de 1000 personas las que nos acompañaron este día.

La finalización del evento tuvo un protagonista: el cantante Andrés Quintero, estudiante del CESA, quien interpretó sus propias canciones en un concierto para los asistentes. El ganador de la feria fue Areka, un grupo dedicado a fabricar recipientes para alimentos (platos) 100% biodegradables, elaborados a base de hojas secas de palma.

c) Convenio Connect

Fruto del convenio con Connect se realizó en San Diego la revisión de dos proyectos de tipo tecnológico mediante *Rapid Assessment* dirigidos por mentores elegidos por Connect, los proyectos fueron: UCHI, del estudiante Felipe Sáenz, y Usually, del estudiante Juan José Ramírez, el CESA invirtió en la realización de estos la suma de 3000 dólares.

4.2.1. Consultorías y Transferencia del Modelo de Emprendimiento

a) Colegio Hebreo, Barranquilla

El segundo semestre iniciamos la presentación de propuestas para implementar modelos de emprendimiento en instituciones educativas. Se firmó contrato con el Colegio Hebreo Unión de Barranquilla, el proyecto incluye: estructuración y planeación del proyecto como sistema transversal y formación de formadores, formación de mentores y panelistas. Se dará formación presencial y virtual durante el tiempo de realización.

b) Eciplast

Participamos en la elaboración del Plan de Negocios para la creación de una clínica de cirugía plástica, con dos sitios para prestar el servicio: barrio La Carolina y Hospital San José, seis negocios se han propuesto como centros de creación de valor: quirúrgico reconstructivo, quirúrgico estético, estético no quirúrgico, servicios complementarios, turismo de salud y academia.

Este se lleva a cabo en colaboración con Kapital Market.

c) La ANDI del futuro

El CESA, a través del CLE, tiene una alianza con el programa de creación de empresa de la Asociación Nacional de Empresarios (ANDI). En el 2012, durante cuarenta horas, se formó a los jóvenes empresarios en temas de innovación, estrategia y gestión. También estos jóvenes participaron en cuatro programas de formación ejecutiva del CESA, totalmente becados.

La primera de estas **ferias** sucedió en el mes de **mayo**,
con **18 grupos** emprendedores



Esta vez se presentaron **37** ideas de negocio;
28 grupos de cuarto semestre, **6** grupos del programa
eli+e y 2 grupos seleccionados del programa **Héroes**
Emprendedores

4.2.2. **Responsabilidad social y emprendimiento social**

Durante el 2012, el CESA se consolidó como un espacio para la creación y el desarrollo de emprendimientos sociales. Se realizaron foros, cursos, publicaciones y visitas internacionales.

a) Ashoka y Buena Nota

El CESA, Ashoka y Buena Nota realizaron el primer foro internacional sobre emprendimiento social de alto impacto. En este foro participaron más de quinientas personas entre empresarios y miembros del alto gobierno.

Se realizó el segundo seminario sobre “Creación y desarrollo de emprendimientos sociales” junto a “Formación ejecutiva”. El seminario busca transferir conocimiento de la alta gerencia a las organizaciones sociales del país. En este seminario participaron 18 organizaciones del sector social. Conferencistas internacionales y emprendedores con impacto global mostraron su caso.

El 26 de julio 2012 en el Club el Nogal se lanzó el libro *Llenando espacios, un libro sobre emprendedores sociales*. El texto, escrito por el cofundador de Buena Nota y profesor del CESA, Juan David Aristizábal,

se vende en las librerías Panamericana desde diciembre del 2012. Asimismo, se creó el portal www.llenandoespacios.co desde donde se promociona y vende el libro de Emprendedores Sociales.

El CESA visitó la sede de Ashoka en Washington y la Universidad de Nueva York en los Estados Unidos con el fin de mostrar y divulgar el nuevo libro sobre emprendimientos sociales, y se hicieron algunas mentorías a proyectos sociales de estudiantes de pregrado de la Universidad de Princeton.

En las ciudades de Bucaramanga, Medellín y Pereira el CESA realizó la conferencia “Colombia cambia con Emprendimiento Social”. Esta conferencia fue dirigida para profesores y alumnos de diferentes universidades en busca de mostrar el modelo de apoyo a emprendedores sociales con que cuenta el CESA actualmente.

También se creó la cátedra “Formación en Emprendimiento Social” la cual es un laboratorio para la generación de nuevas ideas sociales. Hasta el momento, a partir de la cátedra se vienen gestando cinco tesis y dos emprendimientos sociales.

b) Fundación Kayros

Se trabajó con la fundación Kayros, dando apoyo a formación en emprendimiento al grupo de construcción (Grupo Diaco). En dicha capacitación participaron 27 personas. Después de esto el CESA ha participado en dos de las juntas directivas de la organización social.

c) Héroes emprendedores

Mediante la alianza CESA, Corporación Matamoros y Syracuse University se llevó a cabo un programa de emprendimiento con una duración de ocho meses y la participación de 32 soldados discapacitados



víctimas de las minas antipersonal y esposas de soldados fallecidos en combate. Este grupo se graduó en el mes de octubre. En el marco de esta alianza se inició la incubación de tres proyectos:

- Velas decorativas - Yovani Beltrán
- Chocolates hechos con Amor - Ana Silvia Achury
- Ecomotos - Elver Ramírez Díaz

En abril de 2013 se llevará a cabo la capacitación de un nuevo grupo de treinta personas.

d) Innovación social

El CLE ha participado en la inauguración de los dos centros de innovación gubernamentales que existen en el país. El Centro ha dado conferencias sobre emprendimiento social y generación de organizaciones sociales con impacto real.

También se participó en distintos foros sobre innovación social y liderazgo, entre esos con Deepak Chopra y Robin Sharma. En el “4to Foro Nacional Estudiantil: voluntariado juvenil y responsabilidad social universitaria” el CLE participó con un *stand* y una conferencia.



Participación de **32 soldados** discapacitados
víctimas de las **minas** antipersonal y **esposas** de
soldados fallecidos en **combate**

4.3. Formación Ejecutiva

Los objetivos planteados en el 2011 para construir una nueva unidad de gestión con miras a posicionarse en el mercado de educación continua del país como líder, con una oferta novedosa alineada a las exigencias de un entorno dinámico y pertinente a las necesidades puntuales de la educación del siglo XXI, se cumplieron.

El camino por seguir fue la renovación de la estructura y la definición de procesos, producto y oferta, conferencistas y nueva organización comercial. Dentro de la renovación de estructura se trabajó en la reestructuración de funciones, el rediseño del esquema de trabajo, el planeamiento de un nuevo organigrama, la vinculación de una persona responsable de la actividad comercial de promoción y venta, la estructuración de procesos con métrica y manejo eficiente del gasto.

Se ha trabajado también en la renovación de nuestra planta docente vinculando profesores nuevos a nuestra base de datos lo que nos permite brindarle a nuestros clientes una mejor oferta de valor en los programas que ofrecemos.

Para la nueva estructura comercial y de gestión se robusteció y se le dio continuidad a la implementación del sistema de información que permite la sistematización de los procesos, la integración de pagos al sistema y la integración de sistemas de información.

Por otra parte, se continúa con el uso de la herramienta de Gerencia de Relacionamiento con el Cliente (CRM) que permite la



implementación del sistema para el manejo efectivo de clientes y el robustecimiento del proceso comercial, y ajusta y rediseña el sistema de captura de clientes y prospectos; el rediseño del concepto de creación de cuentas comerciales nos permite realizar venta cruzada y estructurar un nuevo concepto del seguimiento a clientes.

Como parte del gran cambio del área y su direccionamiento estratégico, durante el 2012 realizamos nuestro primer acercamiento al Programa de Acceso al Recurso SENA. Esto nos permitió conseguir la meta propuesta de ampliar nuestro alcance de programas corporativos y a la medida, y así lograr romper el Pareto de dependencia económica de los programas de Programación Abierta, un área que venía en declive desde unos años atrás. Con esto, al cierre del 2012, la programación Inhouse fue responsable del 80% de los ingresos y la programación abierta del 30% restante.

La implantación del sistema de información para formación ejecutiva ha mejorado sustancialmente no solo el almacenamiento de información y recolección de datos, sino la sistematización de importantes procesos que se venía realizado de forma manual. Lo anterior se ha logrado gracias a la participación activa de cada uno de los integrantes del área, con sus ideas y recomendaciones generadas a partir de las necesidades específicas de su trabajo, de esta forma el 70% de las actividades diarias se manejaban en el sistema de información, lo que redujo el tiempo de cada proceso en un 60%. Actualmente contamos con grupo de usuarios importante y se maneja no menos de un 90% de las actividades diarias del Área de Formación Ejecutiva; por consiguiente, el tiempo de cada proceso ha seguido disminuyendo hasta lograr un 20% adicional a lo ya alcanzado.

Este ha sido un proceso de mejora continua que ha permitido la adaptación rápida y efectiva del sistema a las necesidades cambiantes de un área que ha sufrido cambios significativos durante estos últimos dos años, ha resultado una herramienta perfectamente adaptada a las necesidades actuales y en continuo ajuste a medida que la experiencia descubre mejores formas de manejar la información.

Durante los últimos meses se ha venido trabajando en el Gestor de conferencistas, donde está toda la información de nuestros docentes; su hoja de vida completa, la evaluación obtenida en cada uno de los programas en que nos ha apoyado, y el historial de los programas que ha dictado, lo que nos permite tener un *ranking* de los mejores de cada área y en cada tema.

También, se han realizado ajustes a nuestro gestor de oportunidades para hacerlo más eficiente y de fácil manejo, lo que nos seguirá ayudando con la reducción de los tiempos y el seguimiento detallado de los intereses y las necesidades de nuestros clientes.

Como parte de las políticas de integración, el sistema también da servicio de datos a la plataforma web institucional a través de tecnología SOAP que permite el intercambio de datos de cursos ofrecidos, participantes, precios de venta y actualización de datos de egresados, convirtiéndose además en la plataforma de recepción de las confirmaciones de pago e inscripciones en línea que se realizan a través del portal. Hasta el día de hoy, del total de las inscripciones realizadas el 7,3% han realizado el pago *online*; por consiguiente, nuestro reto es aumentar el porcentaje de los pagos por este medio.



De esta forma el **70%** de las actividades diarias se **manejaban** en el **sistema** de información

4.3.1. Quiénes somos

En el 2011

- A partir del 2011 hacemos parte del Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA como unidad de Formación Ejecutiva.
- Contamos con un nuevo sistema de información para la Formación Ejecutiva.
- Se crean los módulos básicos para el manejo de la operación del área.
- El 70% de las acciones diarias se empiezan a manejar en el sistema de información.
- Se reduce el tiempo de cada proceso en un 60%.

En el 2012

- Actualmente todo el grupo es usuario del sistema de información manejando no menos del 90% de las actividades diarias del área de Formación Ejecutiva.
- Los tiempos de cada proceso continúan disminuyendo y ajustándose según las necesidades. Contamos con el siguiente número de profesores:

Programación Abierta

- Profesores totales: 107
- Profesores nuevos: 18
- Profesores planta: 9

Programación Interna

- Profesores totales: 127
- Profesores nuevos: 32
- Profesores planta: 11

Nuestras cifras:

Programación Abierta

- Programas ofertados: reducción en la programación en un 26% con respecto al 2011.
- Programas dictados: reducción en programas impartidos en un 31% con respecto al 2011.
- Programas cancelados: se redujo la cancelación de los programas en un 26% con respecto al 2011.
- Total estudiantes: reducción del 38% en el total de estudiantes inscritos con respecto al año 2011.
- Horas totales: se dictaron el mismo número de horas comparadas con el número de horas dictadas en el 2011.
- Dictamos 57 programas con un total de 953 participantes.
- Incremento de la visibilidad que se ve reflejado en clientes para la programación interna.

Programación Interna

- Programas dictados: incremento en programas impartidos del 24% con respecto al 2011.
- Total estudiantes: incremento del 38% en el total de estudiantes inscritos con respecto al año 2011.
- Horas totales: incremento del 66% en el total de horas con respecto al año 2011.
- Capacitamos a 36 empresas en el año 2012.



En este momento el **Call Center** realiza el **90%** del cierre de ventas de los diferentes **programas**.

- Dictamos 172 programas divididos en 36 empresas.
- Incrementamos el número de estudiantes a 4120.

Alianzas Internacionales

- America Bussines School
- Demos Group
- Innova College
- PDMA

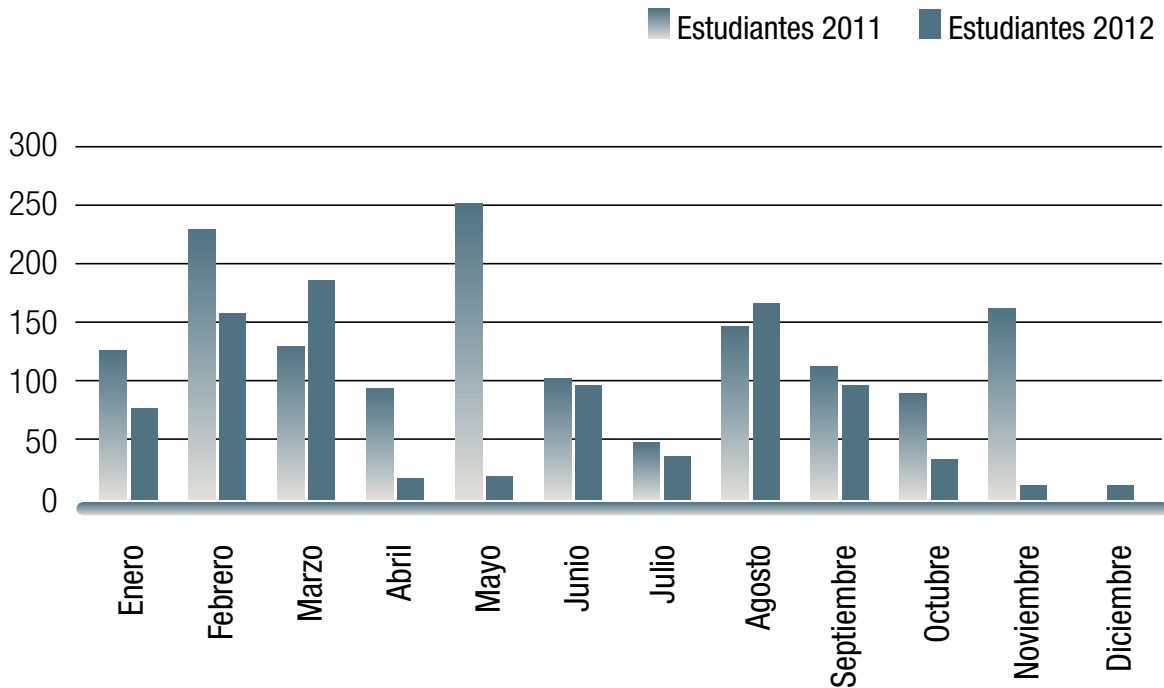
(Ver figuras 19 y 20)

4.3.2. Inicio de actividades, desarrollo y mejora constante de las tareas asignadas

- En este momento el Call Center realiza el 90% del cierre de ventas de los diferentes programas.
- Contamos con 15.758 empresas y 77.646 registros, lo que representa 416 nuevas empresas y 5805 nuevos registros; del total de registros el 58% cuenta con correo electrónico, con una importante diferencia y es que hemos reducido el número de correos corporativos en un 90%. Tenemos un 47% de la base actualizada en 2012.

FIGURA 19. Estudiantes programación Abierta 2011 frente a 2012

Estudiantes programación abierta

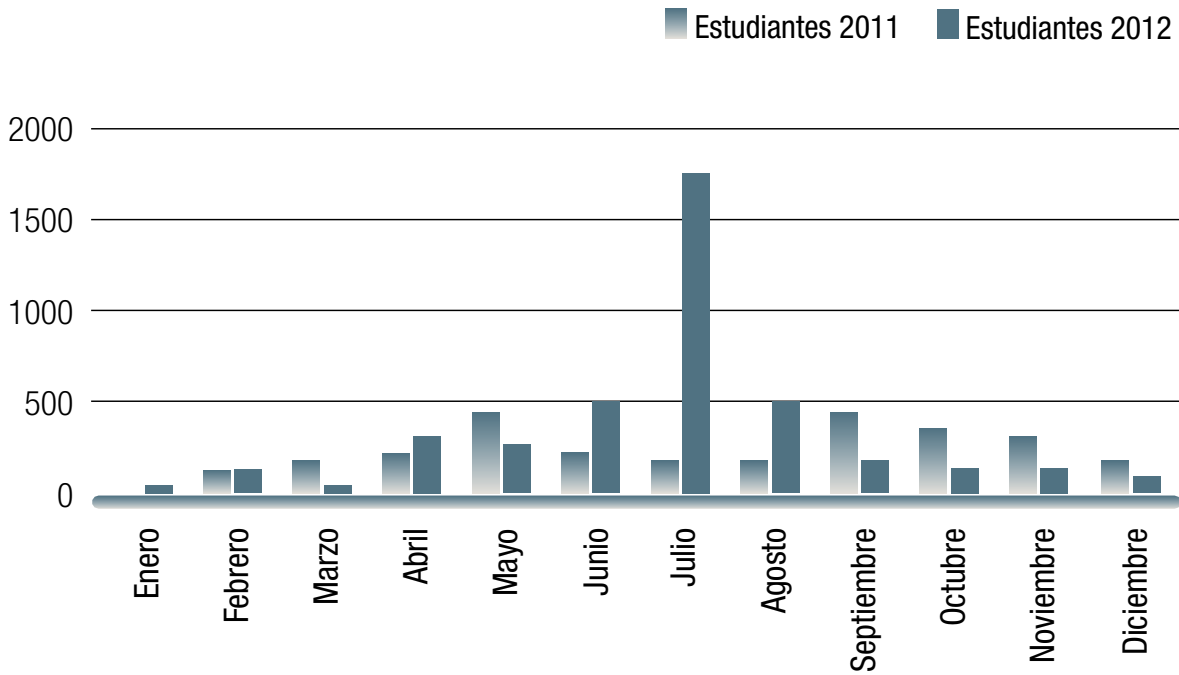


FUENTE: elaboración propia.

- La retroalimentación sobre las inquietudes, necesidades y opiniones recogidas en cada telemercadeo se ha convertido en una información muy importante para nuestra área académica que le ayuda a realizar una programación más acorde con lo que quiere el mercado.
- Antes todas las personas que trabajábamos en el área recibíamos y tramitábamos las llamadas de nuestros clientes y prospectos; en este momento el Call Center atiende y hace seguimiento al 100% de las llamadas.

FIGURA 20. Estudiantes programación In-House 2011 frente a 2012

Estudiantes programas in-house



FUENTE: elaboración propia.

- Actualmente, también apoya algunas otras actividades que se desarrollan en el CESA con el recibo de las inscripciones y telemercadeos de confirmación de recibo de la información.
- Se construyó un manual de procedimientos para cada una de las actividades que se desarrollan.

4.3.3. **Estrategias de Mercadeo para Formación Ejecutiva**

Hasta el 2011 basamos nuestra estrategia para promoción y venta de los diferentes programas en la impresión de plegables, mailing sin mucho diseño, página web, plan de medios tradicionales, como pauta en *El Tiempo* y *Portafolio*; a partir del 2012 se ha ido migrando a una estrategia digital mediante mailings en un formato HTML con información relevante, descuentos y pagos *online* (*call to action*); de un plan de medios tradicional (impresos) a medios digitales (*Semana*, *Dinero*, Red de portales de Google), medios específicos y segmentados para cada programa; campañas de Google Adword, campañas de Facebook Ads y una intensa labor comercial a través del Call Center. Adicionalmente, se crearon grupos en Facebook, Twitter y LinkedIn. Además de la siembra de contenidos en las redes propias, se inició el mismo ejercicio en otras redes relacionadas con los diferentes temas que ofrecemos (Ejemplo: Carreraya, Guia Académica, Eempleo.com, Guía tu carrera, etc.).



4.4. **Visitas y prácticas**

En el año 2012 trabajamos fuertemente para convertirnos en un área de cercanía, apoyo, soluciones rápidas y efectivas tanto para los estudiantes como para las Empresas. Para una mayor claridad hablaremos sobre cada uno de los lineamientos o las estrategias establecidas en el plan de acción presentado por el Departamento.

4.4.1. **Cátedra de Visitas empresariales**

El año 2012 comenzó con dos profesores nuevos en el equipo. Se trabajó con ellos para apoyarlos en la consecución y la selección de las empresas que se iban a visitar con el fin de lograr una buena combinación y evitar la concentración en un solo sector. Paralelamente, se organizó una reunión con el Centro DIGA para unificar el concepto, mas no la forma, del preinforme e informe que debían realizar los estudiantes para cada una de las sesiones de visitas y coordinar la estrategia para trabajar conjuntamente a fin de apoyar a los estudiantes que detectáramos con problemas de redacción, ortografía y claridad de expresión.

Durante el año se incrementaron las empresas visitadas, ya que se le pidió a los profesores, nuevos y existentes, abrir nuevas plazas para visitar, esto con el fin de aumentar nuestra base de datos y lograr promocionar al CESA.

Las empresas nuevas son: Newlink Comunnication, Helm Bank, Don Maíz, Brigard & Urrutia, Terpel, Freseniuss, Bayco, Jardines Bacata, Alpopular, Frigorífico San Martin, Team Food Colombia, Unicentro,

El Espectador, Casa Luker, Trasmilenio, Naturgas, Restaurante Armadillo, Imprenta Nacional, Oxymaster, Wasser Chemical, Multiflora, Protección, Ciudad Verde, Distoyota, Aviatur, Mantesa, Lan Cargo, Jugos sas, Kreato, Ball, Acercasa, BSA Software Advance, SkANDIa, Diago, Fonade, Cesvi Colombia, I-Network, Restaurante Gayra, Depósitos Boyacá y Transportes Sánchez.

Con respecto a la retroalimentación y calificación de los alumnos al finalizar cada semestre se recibió una buena calificación en cuanto al profesor, a las visitas realizadas y al aporte de la materia para su formación.

De la retroalimentación recibida se puede concluir que en todos los grupos hubo una buena selección y combinación de las empresas visitadas.

Al finalizar el año se presentó a la Rectoría y a la Dirección Académica un plan de reforma del programa de la cátedra de Visitas Empresariales, el cual fue aceptado.

4.4.2. **Visitas internacionales**

En el primer semestre del 2012 se organizaron cinco agendas con el fin de darles a los estudiantes variedad de presupuestos para definir su destino. Los destinos fueron: Emiratos Árabes (13 estudiantes), India (7 estudiantes), Chile (24 estudiantes), Medellín (24 estudiantes) y Bogotá (11 estudiantes).

Para el segundo semestre del 2012 se organizaron cuatro agendas: Singapur-Malasia (20 estudiantes), Chile (24 estudiantes), la Costa (9 estudiantes) y Bogotá (24 estudiantes). Este semestre se organizó que los estudiantes de Bogotá también tuvieran una experiencia formativa



e enriquecedora por lo que se realizó una salida de jueves a viernes a visitar y conocer el proyecto agroindustrial de Pajonales en Ambalema.

Es importante mencionar que hubo completa satisfacción con las agendas y las empresas visitadas en estos viajes por parte de los estudiantes.

Se realizó un desayuno por semestre con los padres de los estudiantes para promocionar las visitas internacionales.

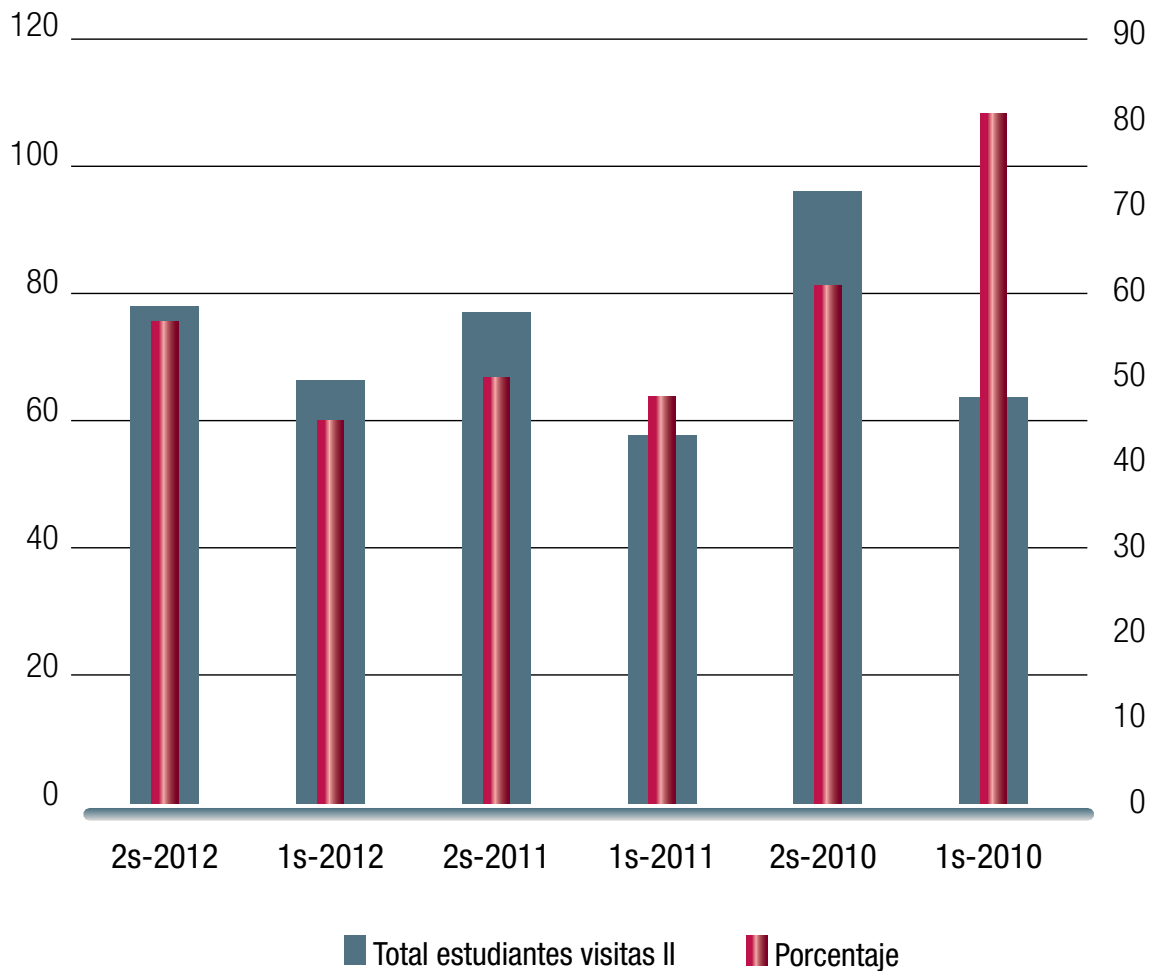
En el segundo semestre del 2012 realizamos otro desayuno con los padres de los alumnos de sexto semestre con el fin de que ellos conocieran los destinos de las visitas internacionales del primer semestre del 2013 y sus costos con anterioridad para contar con más tiempo para sus pagos. Esta medida tuvo gran acogida y antes de comenzar el semestre ya teníamos estudiantes inscritos, por lo que se seguirá con esta metodología.

Paralelamente, buscando un mejor desarrollo de las visitas internacionales se creó al principio del año un protocolo de comportamiento que los estudiantes debieron firmar, comprometiéndose y conociendo las reglas de juego.

Contrario a la percepción de que los estudiantes ya no están yendo a las visitas internacionales, y de que esta actividad está compitiendo con los intercambios y las dobles titulaciones, los datos, porcentajes y

gráficas nos demuestran que seguimos teniendo un buen número de estudiantes aprovechando la oportunidad de dichas visitas, que no hemos crecido pero sí nos hemos mantenido. También nos permite ver que por lo general el porcentaje de estudiantes que viaja en el segundo semestre siempre es mayor que el que lo hace en el primer semestre del mismo año.

FIGURA 21. Estudiantes que participan en visitas al exterior 2010-2012



FUENTE: elaboración propia.



4.4.3. **Prácticas**

Con respecto a las prácticas empresariales podemos decir con orgullo que se cumplió a cabalidad con todos los objetivos establecidos.

a) Preparación a la vida laboral

Como todos los semestres, se cuelga en papernet el modelo de hoja de vida para los estudiantes como guía para que la elaboren y sea presentada para su revisión. No se envían las hojas de vida a las empresas sin antes ser revisadas.

Al mismo tiempo durante el 2012, con los estudiantes de séptimo semestre, se desarrolló una actividad donde comenzamos con una empresa de pensiones y CESAntías para que conocieran sus posibilidades laborales, luego nuestro egresado Juan Pablo Galán les dictó una charla donde les dio varios tips para su inicio a la vida laboral y su actitud en las entrevistas; posteriormente, nuestra egresada Ana Cristina Botero los preparó para las entrevistas con simulacros y, por último, nuestro egresado Humberto Coral les dio una conferencia sobre comunicación y negociación.

b) Consecución de prácticas

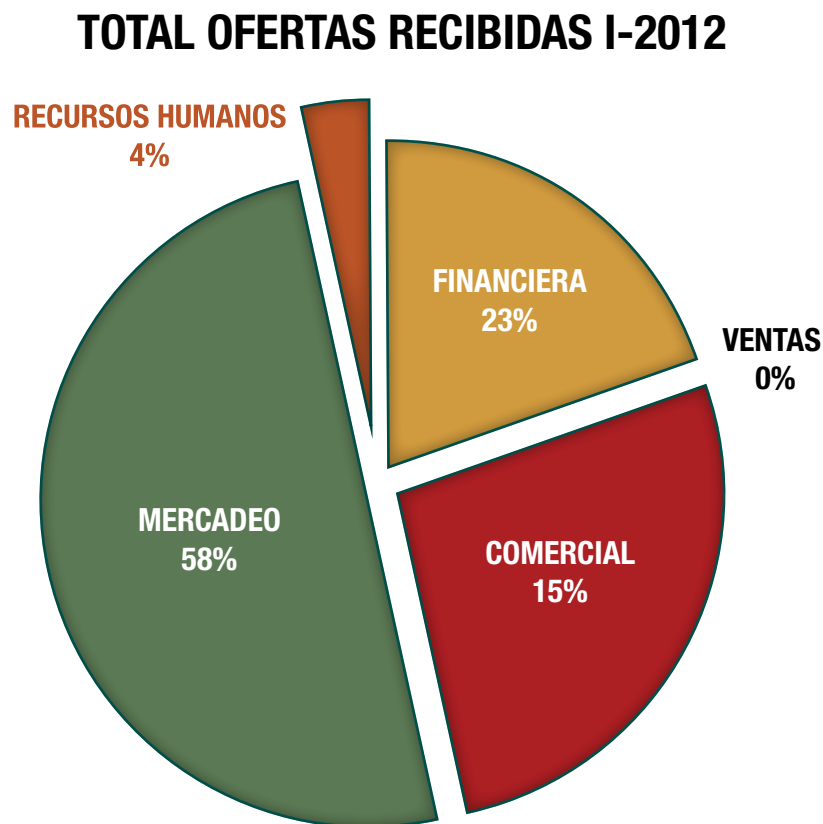
En el primer semestre del 2012 se ubicaron 69 estudiantes en prácticas y en el segundo semestre 76 estudiantes, ubicando casi la totalidad antes de finalizar semestre e incluyendo a los que iban llegando por intercambio y los de doble titulación que no pudieron realizar sus prácticas con la universidad respectiva en el país donde se encontraban.

En el presupuesto tenemos una partida para respaldar hasta cinco estudiantes que no consiguen práctica y los enviamos a distintas fundaciones para realizar de una vez una obra social. En el año 2012 solo se utilizó esta partida para una estudiante que enviamos a la Fundación Juan

Felipe Gómez Escobar y solo por seis meses. Lo anterior nos permitió tener disponibilidad de presupuesto y adquirir, con previa autorización de la Vicerrectoría, nuevos equipos de comunicación que se requieren ya que el volumen de estudiantes de la cátedra de Visitas II ha aumentado considerablemente, llevándonos a tener que abrir otra sesión.

Igualmente, se apoyó a los estudiantes que querían realizar sus prácticas en áreas o empresas diferentes a las que nos envían sus solicitudes, ayudándoles en la consecución y evaluando la totalidad de las empresas nuevas para nosotros.

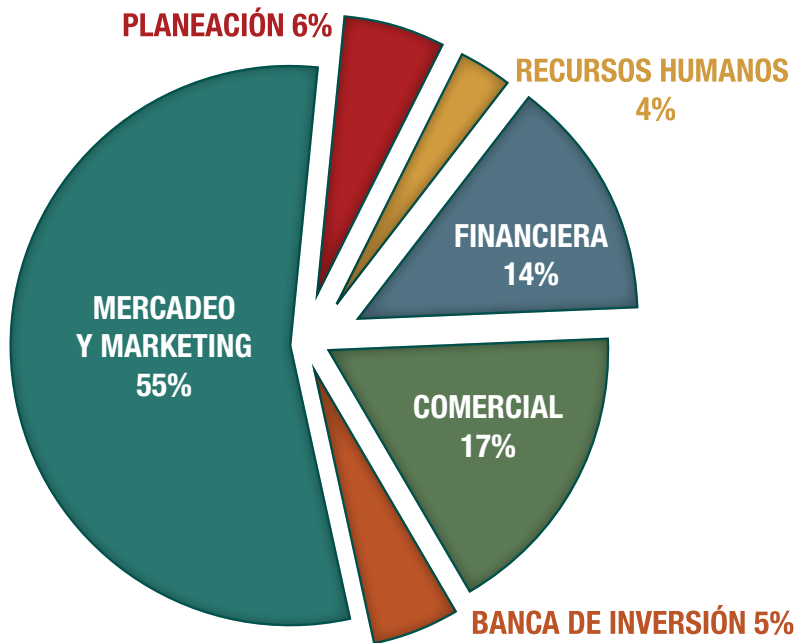
FIGURA 22. Ofertas recibidas por área I-2012



FUENTE: elaboración propia.

FIGURA 23. Ofertas Recibidas por área II-2012

TOTAL OFERTAS RECIBIDAS 2012-2



FUENTE: elaboración propia.

c) Consecución de prácticas en el exterior

Aunque no ha sido una tarea fácil, poco a poco hemos logrado aumentar el número de estudiantes que realizan sus prácticas empresariales en el exterior. Para el primer semestre del 2012 se ubicaron siete estudiantes y para el segundo 3, logrando un total de diez estudiantes para el año.

Para este primer semestre del 2013 se ubicaron doce estudiantes que realizarán sus prácticas en diferentes países.

En el **primer** semestre del **2012** se ubicaron **69** estudiantes en **prácticas** y en el segundo semestre **76** estudiantes

Se brindó constante apoyo a los estudiantes para la consecución de sus visas, y para la práctica de una de nuestras estudiantes en la onu en Nueva York se logró por fin la firma del convenio con la Cancillería.

d) Ferias empresariales

En el año 2012 se empezó a realizar dentro del programa de Visitas un día de Feria Empresarial, al que se invitó a todas las empresas empleadoras de nuestros estudiantes a dictarles una conferencia de 30 minutos para presentarles las prácticas empresariales que ofrecen. Esta feria busca brindarles un espacio a las empresas para mercadear sus prácticas con los estudiantes de séptimo semestre principalmente.

La primera Feria se realizó en abril del 2012, a la cual asistieron las siguientes empresas: Bancoldex, Citibank, Banco Santander, Laboratorios Merk, Protección, Equion, Advent International, Procter & Gamble, Alpina, Unilever, Lóreal, Kimberly, Femsy y Quala. La asistencia fue de 55 estudiantes de diferentes semestres, y el 68% de los estudiantes totales de séptimo asistieron a la Feria.

En el segundo semestre asistieron: Quala, Henkel, Alpina, Nestle, MSD – Merck, Diago, Coltabaco, Davivienda, Advent International, Citibank, Latinvesco, Unilever y Protección. La asistencia fue de 60 estudiantes, con el 76% de los de séptimo.



e) Acercamiento a empresas y jefes de los practicantes

Este acercamiento a las empresas empleadoras lo estamos realizando a través de dos actividades específicas:

Visitas de control de práctica. En el año 2012 se logró un gran récord pues en el primer semestre se realizaron 97 visitas a jefes de practicantes en las que los entrevistamos personalmente para medir el desempeño del estudiante y luego realizamos una retroalimentación con el mismo. Esto quiere decir que el 80% de los estudiantes en práctica fueron visitados durante el semestre, cumpliendo con una de nuestras responsabilidades establecidas en el Convenio de Aprendizaje firmado con las empresas.

En el segundo semestre se realizaron cien visitas de control de práctica, cumpliendo con el 71% ya que el número de practicantes aumentó a 140 estudiantes.

Desayunos con los jefes de practicantes. Estos desayunos buscan además del acercamiento con las empresas, recibir de forma directa una retroalimentación de cómo están saliendo preparados nuestros estudiantes y en qué herramientas o conocimientos debemos hacer más énfasis para lograr cada vez profesionales mejor preparados y más competentes.

Debido al objetivo de estos desayunos, se invita a que nos acompañen la Rectoría, la Vicerrectoría, la directora Académica y la gerente de la Unidad de Gestión Empresarial (UGE).



El **80%** de los estudiantes en **práctica** fueron **visitados** durante el semestre

En el segundo semestre se cumplió con el **71%** ya que el número de practicantes **aumentó a 140 estudiantes**

En el primer semestre tuvimos una asistencia de veinte jefes y en el segundo semestre de treinta, logrando la mayor asistencia hasta el momento.

Para concluir podemos ver que, como se señaló al inicio, nos hemos tratado de convertir en el aliado estratégico de las empresas y los estudiantes.

4.5. AECESA

La Asociación de Egresados del CESA (AECESA) lleva un registro de las personas que obtienen su título profesional en el Colegio de Estudios Superiores de Administración, ya sea en la modalidad de pregrado (Administración de Empresas), en algunas de sus especializaciones (Finanzas Corporativas y Mercadeo Estratégico) o en la Maestría en Finanzas Corporativas (tabla 18).

TABLA 18. Egresados CESA

Programa	Cantidad Total	Participación (%)
Administración de Empresas	2.318	48
Especialización en Mercadeo Estratégico	1.559	32
Especialización en Finanzas Corporativas	920	19
Maestría en Finanzas Corporativas	16	0
Total	4.813	100

Fuente: elaboración propia.

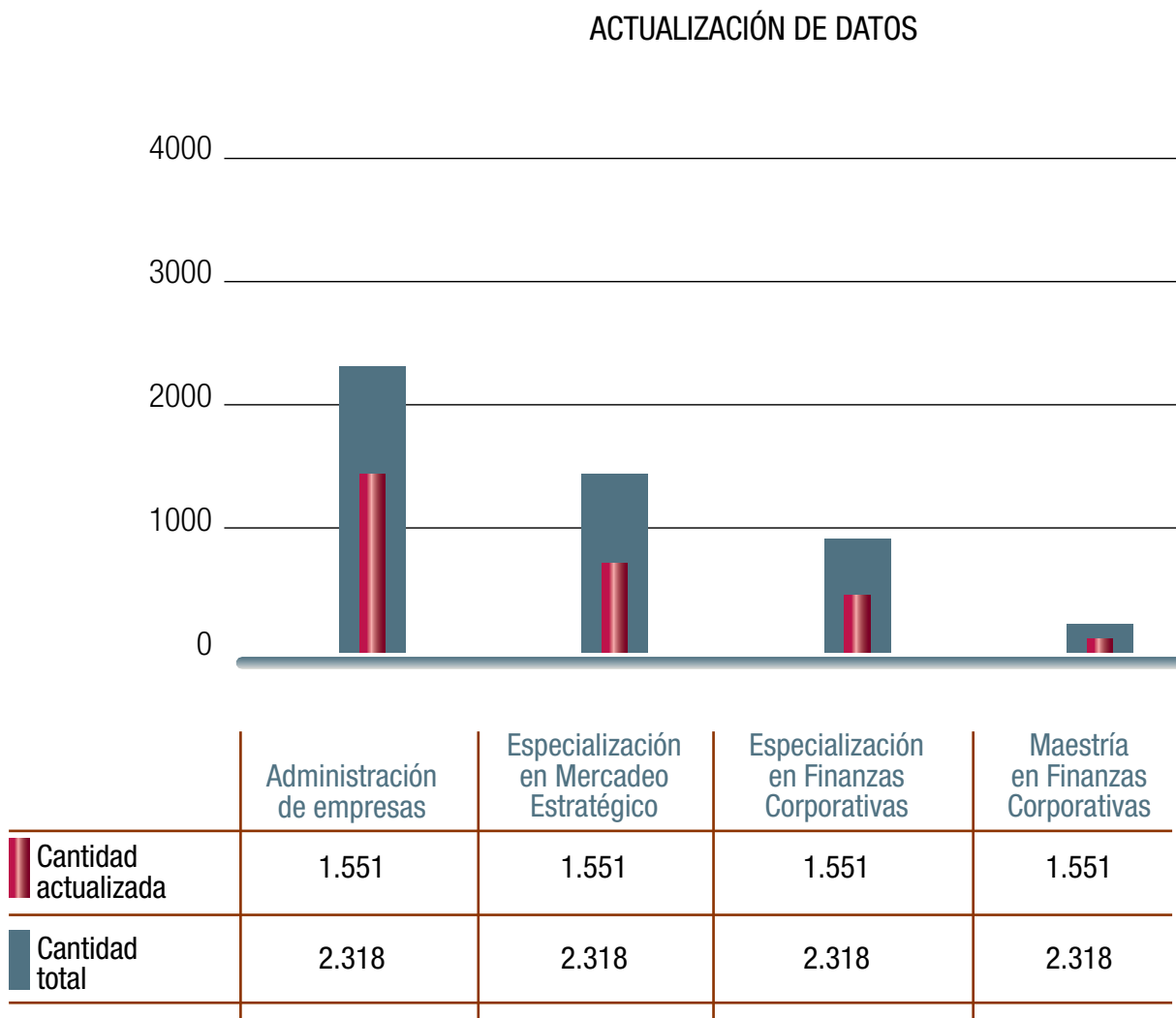


El CESA, según los registros de AECESA, cuenta con 4813 egresados, de los cuales el 48% (2318) del total de la base, han obtenido su título profesional en Administración de Empresas; siguiendo en este orden, el 33% (1559) son egresados de la Especialización en Mercadeo Estratégico, el 19% (920) son egresados de la Especialización en Finanzas Corporativas, y 16 estudiantes obtuvieron su título como Magíster en Finanzas Corporativas.

AECESA lleva a cabo el proceso de actualización de datos de sus egresados. Del total de egresados de Administración de Empresas (2316) el 67%, equivalente a 1551 egresados, tienen su información actualizada; el porcentaje de información actualizada en la Especialización en Mercadeo Estratégico, asciende al 49% (759 egresados) del total de la base; en la Especialización en Finanzas Corporativas la actualización de la base de datos se incrementa en un 55%, correspondiente a 503 egresados; por último, en la Maestría en Finanzas Corporativas se encuentra actualizada la información del 63% de la base de datos (10 egresados). Esto se ha llevado a cabo mediante contacto directo, vía telefónica, vía Internet, de manera presencial y por medio de desayunos organizados por promociones.

El CESA cuenta con **4813** egresados, de los cuales el **48%** han obtenido su título profesional en **Administración** de Empresas; el **33%** (1559) son egresados de la Especialización en **Mercadeo** Estratégico, el **19%** (920) son egresados de la Especialización en **Finanzas** Corporativas, y **16** estudiantes obtuvieron su título como **Magíster** en Finanzas Corporativas.

FIGURA 24. Actualización base de datos



FUENTE: elaboración propia.



Durante el periodo comprendido entre marzo y diciembre de 2012 se recibieron cuatrocientas ofertas laborales de empresas nacionales y multinacionales de gran prestigio. Estas solicitudes han sido remitidas por medio de correos individuales a los Egresados del CESA (e-mail marketing) y a través del Newsletter del CESA; los egresados del CESA han respondido con 654 hojas de vida que fueron trasladadas a las diferentes empresas y *Head-hunters*.

En este periodo de tiempo se han recibido 654 hojas de vida de egresados que buscan un cambio laboral o se encuentran sin empleo. Es importante destacar que no todas las hojas de vida son aplicables a las ofertas laborales que recibimos.

4.5.1. **Convenios** *Head-hunter*

Durante este periodo de tiempo se han generado alianzas con distintos *Head-hunter* con el fin de ubicar laboralmente a la comunidad de egresados. Entre estas alianzas se destacan:

- Aristos Consultores
- Boyden de Colombia
- Talent Partnership.
- CTPartners
- Bunge
- Ashka Group

Entre marzo y diciembre de **2012** se recibieron **400** ofertas laborales de **empresas** nacionales y multinacionales de **gran prestigio**.

- Search & Selection
- crm Psicología Organizacional Ltda.
- Hunting and Selection
- jcr Consultoría Organizacional
- Desarrollo Empresarial Ltda.
- Montealegre Asociados
- Human Capital
- Grandes Líderes s.a.s.
- Dower People
- MRINetwork ANDIna
- Samper Head-hunting
- VM Partners

4.5.2. **Convenios**

En este periodo de tiempo AECESA ha generado alianzas comerciales con distintas empresas del mercado con el fin de ofrecer beneficios a la comunidad de egresados. Entre los convenios se destacan:

- Salud Colpatria
- Chartis Seguros
- Casa Editorial El Tiempo
- Car Hyundai S.A.
- Viajes Selectos
- Colsánitas Medicina Prepagada
- Continautos

4.5.3. **Otras actividades**

- Invitación a los egresados a participar en las compras del CESA.
- Inicio de la Red de Networking, identificando el *expertise* de cada egresado.



- Entrevistas a egresados para ser publicadas en el nuevo portal (Hernando Sánchez, Nicolás van Meerbeke, Hernán González, Daniel Gómez).
- Invitación a los egresados a reuniones sociales de acuerdo con su promoción.
- Invitación a participar en eventos de tipo social, siendo promotores y mentores en los proyectos de la Fundación Matamoros.
- Publicación de empresas de los egresados para publicitarlas.
- Creación de un banco de mentores para el programa de emprendimiento llamado *Springboard*.
- Creación de un banco de panelistas para el análisis y la evaluación de diferentes proyectos presentados por los estudiantes de pregrado del CESA.
- Apoyo en todas las actividades de formación ejecutiva, suministro de bases de datos, filtros, invitación a egresados.
- Invitación a participar en actividades de tipo social, como construcciones de un “Techo para mi país”.
- Apoyo en todos los procesos de certificación del CESA en especializaciones, maestrías y Biblioteca.
- Creación de un fondo para financiar proyectos de emprendimiento desarrollados por egresados y estudiantes.
- Fortalecimiento del Fondo de apoyo mediante donaciones de los mentores y panelistas.
- Elaboración de estatutos para el correcto funcionamiento de la Asociación de Egresados del CESA (AECESA) y Reglamento para el comportamiento de sus egresados.

A continuación, en la tabla 19 se presentan los eventos realizados por el CESA y AECESA para los egresados.

TABLA 19. Eventos realizados para los egresados

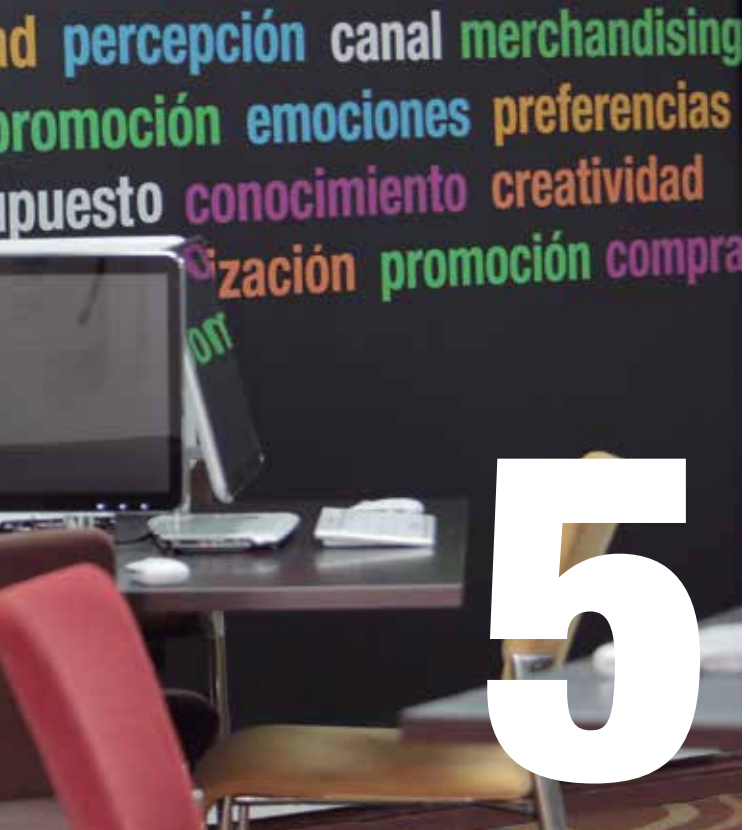
Fecha	Evento	Lugar
27 marzo	Entrevista a grandes líderes internacional: Pascal Drouhaud.	CCB
11 abril	Entrevista a grandes líderes: Andrés Cepeda	CCB
18 mayo	Feria de Emprendimiento CESA	Casa Fundadores CESA
23 mayo	Coctel egresados AECESA	Gun Club
28 junio	Bienvenida a Ventures Manager Alianza Corporación Ventures – AECESA	Club El Nogal
21 agosto	Bienvenida Mentores Springboard	Gun Club
12 octubre	Conferencia Alianza AECESA – ESADE	Casa Incolda CESA
18 octubre	Foro: CRM 2012	Club El Nogal
24 octubre	Evento Fedepalma.	Teatro Julio Mario Santodomingo
25 octubre	Coctel egresados AECESA	Gun Club
7 noviembre	Entrevista a grandes líderes: Javier Gutiérrez.	Torre Samsung

FUENTE: elaboración propia.









Modernización



- 5.1. Biblioteca
- 5.2. Infraestructura
- 5.3. Tecnología
- 5.4. Gestión Humana
- 5.5. Financiero

5.1. Biblioteca

La Biblioteca del CESA como Centro de Recursos para el Aprendizaje, la Investigación e Innovación, y como parte del proceso de mejoramiento continuo se fortaleció en su infraestructura física, tecnológica, de recursos y servicios de información para garantizar a la toda la comunidad académica y administrativa una biblioteca innovadora acorde con las necesidades y las expectativas en la formación de los mejores líderes empresariales, participando activamente en los procesos de docencia, investigación y proyección social, y alineada al Plan Direccional Estratégico CESA 2010-2014. Inició el proceso para la implementación del Sistema de Gestión de Calidad a fin de lograr la certificación de calidad Norma ISO 9001:2008. Durante el año 2012 desarrolló las siguientes acciones:

5.1.1. Infraestructura física y tecnológica

Se inició la Fase II de modernización física y tecnológica creando nuevos espacios y escenarios que permitirán a la comunidad académica CESA disponer de una de las mejores bibliotecas especializadas en negocios de nuestro país y de América Latina.

Durante el 2012 se habilitó el servicio en la Sala CEYAC (Centro de Enseñanza y Aprendizaje CESA), espacio disponible para realizar actividades pedagógicas, culturales, artísticas y recreativas tales como:

- Sala de videos disponibles para ocho usuarios, cada pantalla cuenta con su respectivo iPod y audífonos.
- Sala de teatro disponible para veinte usuarios, podrá reproducir películas en Blue-ray – DVD.

- Cada sala cuenta con acceso a contenidos de: películas de iTunes, Youtube, Vimeo, Flickr, MLB.tv, Wall Street Journal Live y Netflix.

5.1.2. **Política de desarrollo de colecciones**

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 e-books y recursos electrónicos en negocios que utilizan las escuelas líderes de negocios en el mundo. Además se realizaron las siguientes acciones:

1. Se implementó el procedimiento para la evaluación de colecciones, en proceso actualmente.
2. Revisión bibliografía básica y recomendada de cada uno de los *syllabus*, y compra de todos estos recursos para dar cumplimiento a la disponibilidad del 100% para el año 2012.
3. Permanente contacto con editoriales nacionales e internacionales para disponer de muestras y entrega a docentes de los últimos recursos de información en el campo de los negocios.
4. Se realizaron dos Feria Express de recursos y servicios de la Biblioteca.
5. Selección de recursos electrónicos e-books para los lectores de iPads y Kindle, y compra de 80 e-books de la interface Ebsco.
6. Promoción con los docentes para registrarse en las bases de datos Harvard Business, IESE y ECCH (8 docentes registrados para un total de 30).
7. Compra de bibliografía básica y recomendada para posgrados en Mercadeo Estratégico y Finanzas Corporativas. Se atendió visita de

pares académicos para renovar el registro calificado de especializaciones de posgrados.

8. Compra de licencias de casos empresariales para pregrado y posgrado.
9. Compra de videos empresariales.
10. Renovación de bases actuales y suscripción a nuevas bases de datos.
11. Renovación a suscripciones, afiliaciones y material didáctico: revistas especializadas, American Marketing Association, CLADEA, Instituto de Ciencia Política, Licencias spss-Estadísticas, Renovación REPNET, Crystal Ball (Simulador), Simulador BLOOMBERG, Gandia Barwin, Rosetta (BUSCA).

5.1.3. Servicios

1. Servicios en Sala y Préstamos.
2. Servicio préstamo iPads, Kindle y Sony Readers.
3. TG digital: rediseño y asesoría pregrado y especializaciones.
4. Alfabetización informacional (talleres y capacitación a la medida a docentes, estudiantes de pregrado, posgrados y egresados).
5. Comunicación de la Biblioteca:
 - Actualización del sitio web: se actualizó la información, se sugirió cambiar las fotos, incluir nuevo reglamento de opciones de grado y cambiar el Boletín de novedades.
 - PAPERNET: se colocaron tutoriales y avisos promocionales de servicios de la Biblioteca (EBSCO, JSTOR, BPR, EUROMONITOR). Además, semanalmente se envían contenidos para toda la comunidad CESA.
 - KINDLE: publicación del listado de libros ingresados y compra de más títulos.

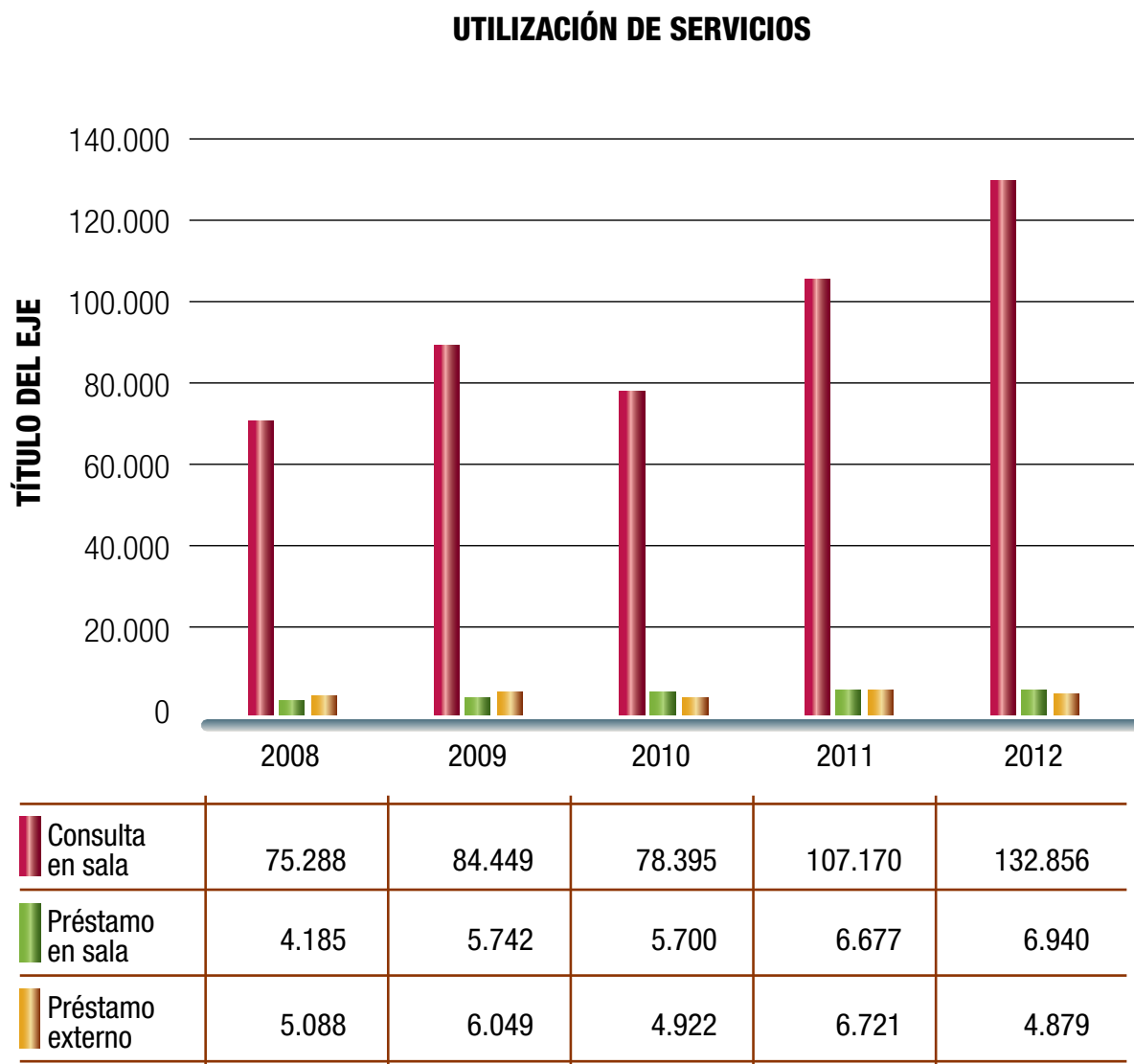
- Plan de mercadeo: señalización del área física de la Biblioteca y propuesta de área de colecciones (pendiente por realizar la segunda fase de renovación).
- Concurso de investigación documental en emprendimiento: se entregó iPad para el grupo ganador en la muestra empresarial primer y segundo semestre de 2012.
- Estímulo lector: placa y bono al usuario que utilizó mayor cantidad de recursos bibliográficos de la Biblioteca en el primer y segundo semestre.
- Capacitaciones a la medida.

(Ver figura 25)

5.1.4. **Divulgación**

- Se realizaron campañas de fomento de hábitos de lectura, del silencio y del no consumo de alimentos en las áreas de la Biblioteca con el apoyo de la Dirección de Comunicaciones y Marketing del CESA.
- Se realizó una exposición fotográfica en asocio con Colsubsidio y el apoyo de la Dirección de Bienestar Universitario.
- Se realizó el lanzamiento del libro *Estructura matemática* del doctor Fabio Carrillo.
- Divulgación del boletín de novedades a toda la comunidad de usuarios (docentes, alumnos, egresados y área administrativa)
- Avisos semanales Papernet servicios (listado libros KINDLE, bases de datos, material bibliográfico recomendado, boletín de novedades y contenidos de interés en temas para la comunidad académica).

FIGURA 25. Utilización de los servicios de la Biblioteca



FUENTE: ELABORACIÓN propia.

La **Consulta en sala** alcanzo las **132.856** visitas



Se han cargado **384** objetos **digitales**, indexado en **Google** Académico, WEBOMETRICS, **universia**, BDCOL, DRIVER, OALSTER.

- Se participó con ponencia sobre *benchmarking* de los Centros de Información en la Asamblea de CLADEA en Lima, Perú.
- Se asistió a la conferencia BIREDIAL II de repositorios digitales, comunidad investigativa y acceso abierto en Barranquilla.

5.1.5. **Repositorio institucional**

Se han cargado 384 objetos digitales, indexado en Google Académico, WEBOMETRICS, UNIVERSIA, BDCOL, DRIVER, OALSTER.

5.1.6. **Proyección social Biblioteca**

Durante el 2012 se realizó la distribución de publicaciones CESA-IN-COLDA a través de convenios interbibliotecarios de canje y donación. Envío de publicaciones CESA y libros en el área de negocios para dotar colegios, convenio sena y Alcaldías Municipales.

Se continúa con el programa de inclusión laboral realizando la renovación del convenio con Best Buddies a partir de marzo de 2012.

5.2. Infraestructura

El área de Infraestructura es la responsable de formular los proyectos, administrar, ejecutar y supervisar las obras de infraestructura física por administración directa o contratada en la Institución. Además, organiza y dirige los servicios y el mantenimiento interno de la infraestructura del CESA. Asimismo, responde por el proceso de compras de bienes y servicios que requiera la Institución; se encarga de definir e implementar los criterios de selección de proveedores, programar y controlar las adquisiciones de bienes y servicios optimizando los criterios de calidad, costo y oportunidad.

5.2.1. Gestión de mantenimiento e infraestructura

El campus universitario del Colegio de Estudios Superiores – CESA está conformado actualmente por trece inmuebles, todos ellos localizados en el sector de interés cultural La Merced. Entre los inmuebles se encuentran doce construcciones que aparecen en el inventario de bienes de interés cultural y conservación arquitectónica, los cuales se han adquirido a través de los años desde su creación en 1975.

Es así como en la actualidad cuenta con un amplio campus de 12.044,89 metros cuadrados de construcción, distribuidos en oficinas

CESA está conformado actualmente por **trece** inmuebles,
todos ellos **localizados** en el sector de interés cultural
La Merced



Es así como **en la actualidad** cuenta con un amplio **campus de 12.044,89 m²** de construcción

para el área directiva y administrativa, oficinas para los docentes e investigadores, recepción, salones de clase, salas de estudio, salas de profesores, salones de audiovisuales, salas de biblioteca, salones de trabajo en grupo, áreas de bienestar, cafeterías, centro de copiado y salas especializadas. Ambientes amplios, con buena iluminación y acústica que permiten el desarrollo de diversas actividades académicas, tanto grupales como individuales.

Una infraestructura de primera que cumple con requerimientos de alta tecnología, calidad y condiciones físicas que reflejan el avance tecnológico. Espacios aptos que responden al modelo pedagógico del CESA.

5.2.2. **Mantenimiento de la planta física**

La administración del CESA ha sido particularmente cuidadosa en el mantenimiento adecuado de los inmuebles que constituyen la planta física de la institución. Para garantizar su buen funcionamiento se realiza constantemente el mantenimiento de la infraestructura física y del mobiliario, en los cuales se ejecutan trabajos de tipo preventivo y correctivo.

5.2.3. **Obras y adecuaciones 2012**

“La planta física se convierte en un factor decisivo”.

El CESA ha apuntado a ofrecer espacios físicos de alta calidad: salones amplios y con las últimas tecnologías, nuevas salas de estudio, salas especializadas, zonas de esparcimiento en general, una infraestructura óptima con el fin de soportar una gestión académica a corto, mediano y largo plazo. La modernización de la infraestructura del CESA y su crecimiento en planta física durante los dos (2) últimos años es bastante significativo y acorde al Plan Estratégico 2010-2014.

Con el objeto de brindar un mejor servicio a profesores, estudiantes y personal administrativo, se realizaron las siguientes obras de reforma y modernización:

a) Parqueadero lote circunvalar

El CESA cuenta con un lote en la Av. 3 No. 51-30, el cual se habilitó como parqueadero satélite para el uso de los estudiantes, donde estos dejan sus carros y hay una ruta circular que traslada a los estudiantes hasta el CESA. Se habilitaron un total de 78 cupos.

b) Casa Cra. 5ª No. 35-27

Esta nueva sede se adquirió a finales del 2011 y su remodelación interna fue completa (obra gris, reforzamiento estructural, instalaciones eléctricas, hidrosanitarias y acabados), para inicios del 2012 se entrega la modernización completa de esta sede que cuenta con seis salones de clase automatizados, batería de baños y espacios administrativos donde está ubicado el Departamento de Infraestructura.

La planta física se convierte
en un factor **decisivo**



c) Casa Rocha terraza primer piso

Se recuperó la terraza de la casa Rocha hasta ahora desaprovechada, y se instaló una cafetería al aire libre. Cuenta con un renovado espacio de esparcimiento para sus estudiantes, profesores y administrativos, donde funcionara la tienda de Café Ágora.

d) Casa Biblioteca (Sala de Lectura)

Este año se continúa trabajando en la modernización de la Biblioteca y nuevas áreas de estudio, para esto se está realizando la unión de los patios internos, la demolición de intervenciones anteriores y la construcción de cubierta translúcida de gran altura para nueva sala de lectura de esta sede con el objetivo de dejar una gran sala de trabajo para estudiantes y profesores. Asimismo, contará con un espacio dotado de computadores y otra área con mobiliario especial para fomentar la lectura.

Estará acompañada de un gran jardín vertical con caída de agua en la parte central del mismo. La sala estará dotada de sistema de ventilación mecánica y de iluminación natural. Grandes lámparas de alta tecnología proveerán la iluminación nocturna.

e) Casa Cra. 5ª No. 35-15

En el segundo semestre del 2012 se adquirió una nueva sede para habilitar más espacios académicos y administrativos. Las instalaciones cuentan con cinco salones de clase de última generación, zonas comunes, terraza y espacios de esparcimiento. En esta sede se concentró el Departamento de Comunicaciones y Marketing. Se modernizó por completo (reforzamiento estructural, obra gris, instalaciones eléctricas, iluminación, redes hidráulicas y acabados).

f) Casa Cra. 6 No. 34-51

A finales del 2012 esta nueva edificación empezó a formar parte del campus del CESA, cuenta con 1.495,68 metros cuadrados de terreno y 1.468,25 metros cuadrados de construcción.

Esta casa contará con tres salones de clase, áreas de bienestar (comedores y reservados), zonas comunes, salas de estudio y área administrativa. Se está trabajando en las obras de restauración y adecuación de la Casa CESA, donde un equipo de artesanos altamente calificados se encarga de restaurar pisos, maderas, cielo rasos, yeserías, etc. Simultáneamente se adecua un gran salón cultural.

5.3. Tecnología

5.3.1. Infraestructura tecnológica

a) Core tecnología

El proceso de creación de una plataforma tecnológica capaz de soportar los requerimientos actuales y los desafíos de un futuro inmediato comenzó en 2010 con el diseño y la adquisición del Core de comunicaciones y una nueva plataforma computacional de servidores. En el 2012 la hemos consolidado y optimizado con miras a la alta disponibilidad con un data center alterno que esperamos concretar durante los próximos dos años.

Este año se caracterizó por el diseño de nuevos proyectos y la expansión de la plataforma para soportar el crecimiento proyectado al 2014.



Mantenemos en un **alto nivel** los indicadores de **disponibilidad** en redes y servidores **superior** al **99,7%**

En términos generales, las actividades estratégicas desarrolladas permitieron ampliar la capacidad de cómputo del data center y se prepararon las redes cableadas para comunicaciones de próxima generación. Paralelamente, se adelantaron actividades secundarias de diseño para la plataforma de continuidad de operaciones y servicios de comunicaciones que se implementaran en el 2013.

Mantenemos en un alto nivel los indicadores de disponibilidad en redes y servidores (superior al 99,7%, indicador comparable con el de las grandes ISP o data center comerciales) y, a la vez, logramos cumplir a plenitud la demanda de requerimientos operacionales y computacionales en proyectos como portal, CRM, informadores, automatización de salones, repositorios de medios y la actualización de los sistemas de información de la Biblioteca, entre otros.

b) Plataforma de servidores

La plataforma computacional de servidores ha permitido soportar con éxito tanto las operaciones propias del CESA como los nuevos proyectos institucionales, en 2012 optimizamos el desempeño y la disponibilidad de la plataforma logrando mantener un nivel de disponibilidad por encima de 99,7%. Se realizó una labor constante de actualización e instalación de servidores para soportar la demanda de servicios con la calidad esperada. Se instalaron servidores adicionales para la gestión y el monitoreo de red, la asignación de direcciones, la validación de usuarios y la resolución de nombres sobre conceptos de alta disponibilidad.

La configuración y administración de la plataforma computacional de servidores constituye nuestra nube privada apoyada en tecnologías de virtualización de última generación, lo que nos ha permitido desplegar y realizar mantenimientos en servidores sin afectar la disponibilidad del servicio y mejoras en los tiempos de mantenimiento.

c) Storage (Almacenamiento)

Durante el 2012 se realizaron labores de asignación de espacio para el mantenimiento de las copias de respaldo de los sistemas y los usuarios. Se realizaron las copias diarias, semanales y mensuales en medios magnéticos y se enviaron periódicamente a Setecsa quien los mantiene en custodia y los administra. Se adquirió un sistema de respaldo NAS de forma que mantendremos copias de la información de la organización y archivos históricos con una administración automatizada y con una mayor retención. Se adquirió, instaló e implementó el software de administración de respaldos para la plataforma virtual de servidores.

5.3.2. Infraestructura de comunicaciones

a) Crecimiento y evolución de la infraestructura de red

Se comenzó un proceso de transformación radical de la infraestructura de red del CESA con la adopción del estándar de cableado 6A que habilitará velocidades de comunicación de hasta 10 Gbps, diez veces la velocidad de trabajo actual.

El proyecto bandera en este aspecto fue la remodelación de los salones de cómputo de Fundadores, donde en cuestión de treinta días habilitamos tres nuevos salones de cómputo con más de doscientos puntos de red, a la vez se remodeló completamente el centro de cableado y se crearon los ductos y los espacios para soportar el crecimiento futuro de la red.



En el marco de este proceso se comenzaron a adecuar centros de cableado, bandejas y prácticas a las normas internacionales, dentro de convenios con fabricantes que permitirán tener la certeza de que las inversiones en cableado soportarán el futuro cercano de las comunicaciones.

A nivel de conectividad *backbone* continuaron los trabajos de organización de la fibra existente y se comenzó a instalar una nueva fibra entre las casas Arango y Rocha que permitirá ofrecer mejores velocidades de comunicación y aumentar la protección ante fallas en el centro de cómputo principal de Casa Arango.

Se reemplazaron los equipos de comunicaciones de acceso que aún quedaban funcionando a velocidades de 100Mbps por nuevos equipos con velocidades de 1000Mbps.

b) Red inalámbrica

En redes inalámbricas se observó un nivel de disponibilidad del 99,93% afectado por problemas en el suministro eléctrico en la Casa Incolda; no obstante, se implementaron con éxito, entre otros, el soporte para dispositivos iPad, automatización e informadores.

En redes cableadas en 2012 tuvimos un indicador de disponibilidad de 99,96% afectado de igual forma por problemas en el suministro eléctrico en la Casa Rocha. Igualmente, se optimizaron los tiempos y las velocidades, y se actualizaron los equipos activos de acceso en la mayoría de los salones.



En redes **inalámbricas** se observó un nivel de **disponibilidad** del **99,93%**

c) Comunicaciones de borde a Internet

Una de las principales preocupaciones de la Dirección de Tecnología es la calidad del servicio de acceso a Internet que disfrutaban los usuarios, en este sentido se mejoraron los mecanismos de visibilidad del tráfico de red y se optimizaron los equipos que permiten las comunicaciones hacia Internet.

Asimismo, se adelantó un proyecto de evaluación y adquisición de una herramienta para la optimización de los canales de Internet que comenzará a operar en enero de 2013.

En 2012 se continuó con los dos enlaces (dos operadores) de acceso a Internet, y se optimizaron los tiempos de acceso a websites internacionales, a la vez se optimizó el ancho de banda con equipos nuevos de borde. El indicador de disponibilidad sobre servicios de red y acceso a Internet se ubicó en 99,9%, muy por encima del promedio de los proveedores locales.

5.3.3. Salones y creación de salas especiales

a) Automatización

En diciembre del 2011 se iniciaron obras y trabajos para la entrega a la comunidad de ocho nuevos salones automatizados y la remodelación de una sala especial, seis de estos salones corresponden al rediseño y

El indicador de **disponibilidad** sobre servicios de **red**
y acceso a **Internet** se ubicó en **99,9%**



construcción de una casa que adquirió el CESA a mediados del 2011 ubicada en la Carrera 5ª con Calle 35, los salones se han identificado como 101, 102, 103, 201, 202 y 203), los otros tres están ubicados en la casa Echavarría la cual fue remodelada totalmente. Estos tres salones se han identificado como 200, 300 y Marketing Lab.

De igual forma, en enero del 2012 se inauguraron la sala ceyac (Videos y Teatro), perteneciente a la Biblioteca, y la sala Punto bvc (Bolsa de Valores de Colombia) localizada en la Casa Rocha.

Estas nuevas salas cuentan con equipos de automatización de luces, proyección, sonido, video y computador, e implementamos un nuevo modelo con doble proyección, cinco tableros (corredizos) y tres pantallas de trabajo que están a disposición del profesor. Hasta la fecha han sido un éxito y han 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 o computadores.

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 que brinda el acceso a bases de datos que apoyan las labores de investigación en esta rama.

b) Reposición, actualización y mantenimiento

La reposición de equipos se realizó en dos etapas para responder a los requerimientos de salas de cómputo por el crecimiento en el ingreso de estudiantes en pregrado y posgrados. Inauguramos tres nuevas salas de cómputo en Casa Fundadores con equipos AllinOne llevando los equipos

Para esta vigencia se adquirieron **120 computadores** de los cuales se asignaron **115** a la **academia** y cinco a la **administración**, completando **483** computadores en la academia y **79** en la administración

portátiles que se encontraban en una de ellas a las dos nuevas salas asignadas a la Maestría de Finanzas. Realizamos la reposición completa de equipos en la Biblioteca y trasladamos treinta portátiles para préstamos. Reasignamos quince portátiles para el puesto del profesor en cada uno de los salones automatizados.

En la administración se actualizó más del 70% de los equipos y se reemplazaron por equipos provenientes de la academia como lo exige la política de rotación institucional.

Para esta vigencia se adquirieron 120 computadores de los cuales se asignaron 115 a la academia (profesores, salones de cómputo, salones especiales y Biblioteca) y cinco a la administración (directivos), completando 483 computadores en la academia y 79 en la administración.

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

5.3.4. **Sistemas de Información**

a) LMS (P@pernet)

Como en años anteriores, LMS sigue siendo la plataforma de comunicaciones e interacción más importante y utilizada por la comunidad



académica como apoyo a las clases presenciales. Durante el 2012 capacitamos a más de cincuenta profesores tanto de planta como catedráticos con un promedio de cinco horas de capacitación en las funcionalidades de la aplicación, y dimos apoyo a los programas de pregrado, posgrados y formación ejecutiva.

En promedio se crearon 450 cursos por semestre aumentando el número de cursos en este año (2012) con respecto al año anterior; se administraron entre nuevos y graduados más de mil cuentas pertenecientes a los cinco programas.

Se adquirió el módulo para móviles y se actualizó la versión 7.4. El módulo para móviles permitirá a todos los miembros de la comunidad usuarios de Papernet tener acceso al sistema desde sus dispositivos móviles.

b) MyCESA

Para este año iniciamos dos proyectos paralelos con la intención de actualizar nuestros sistemas de Información a fin de renovar y mejorar el formulario de inscripción y la virtualización de este sistema para integrarlo a nuestra nube privada. Nos encontramos en pruebas y esperamos para el próximo ciclo de inscripciones tener en producción el nuevo formulario y para el segundo semestre del 2013 tener el 100% de nuestros servidores en nuestra nube privada lo que facilitará el proyecto de alta disponibilidad.

5.3.5. Otros

a) Plan de contingencia de aplicaciones

Se realizaron reuniones con los proveedores de los sistemas información y se definió el plan de contingencia de cada uno de los 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, SIIGO.

b) Evaluación (ERP y CAMPUS)

Se continuó con el apoyo al proyecto de evaluación interna de necesidades de las áreas académicas y administrativas frente a los actuales sistemas de información y de evaluación externa de los sistemas de información que se ofrecen en el mercado y que pueden responder a los objetivos del plan estratégico institucional.

c) HELPDESK

Por segundo año la mesa de ayuda respondió a las necesidades propias del crecimiento y a las transformaciones en su infraestructura logrando niveles de respuesta por encima del 98%, lo que es congruente con los resultados en las encuestas de satisfacción de nuestros clientes tanto internos como externos que estuvieron por encima de 80 en una escala de 0 a 100. Hemos venido estudiando un cambio en materia de atención que se presentará y ejecutará para el 2013, y con el cual ampliaremos los horarios y medios de comunicación, tendremos una herramienta de gestión alineada con ITIL, y ofreceremos servicios ágiles y una respuesta proactiva a los procesos de asignación y atención a salas.

d) Herramientas de gestión

Durante el 2012 se actualizó y administró el sistema de gestión de red. Este sistema reporta de manera inmediata el estado de cada uno de los dispositivos que se encuentren conectados a nuestra red y se realizaron acciones rápidas y efectivas para responder a las necesidades e incidentes durante el último semestre del año. Para el próximo año se presupuestó adquirir un sistema de prevención, control y asignación de recursos de red, lo que nos permitirá tomar acciones preventivas y



correctivas que hagan más equitativo y ágil el acceso a los recursos internos y externos de nuestra red.

e) Academia

Continuamos con el apoyo a la institución en la preparación y entrega personalizada a los nuevos estudiantes de estos programas de ipad con el apps “p@pernet” que les permite tener acceso a Papernet y ampliar las posibilidades de conectarse y estar en continua comunicación con sus compañeros, profesores y la institución.

El director del área Desempeño, a título de encargado, tiene la coordinación del área de Informática y trabaja en la integración y unificación de los programas de Informática y Modelación. A partir del análisis de la encuesta se identificaron las herramientas computacionales y los recursos tecnológicos recomendados por los profesores que respondieron a la solicitud. De igual forma, se presenta una propuesta sobre estos recursos al comité de directores de área la cual fue acogida con beneplácito, y en cabeza de la directora del programa de pregrado se está implementando con el apoyo y el trabajo de los profesores del área y los coordinadores de las demás áreas.

Durante el todo el año se dictó capacitación en el uso de las herramientas de la sala Mac y Papernet a los docentes, gerentes de Papernet y a los coordinadores de los programas formales. A partir del 2013 el área de control y registro asumirá la tarea de capacitación y sincronización de los sistemas de registro y LMS.

f) Repositorios

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

Este sistema de información se encuentra en nuestro data center, y se integró tanto a Papernet como al portal. Está pendiente la oficialización del esquema de *backup* de servidores ya que se encuentra aún en implementación.

g) Donaciones

A finales del año logramos organizar y preparar una cifra cercana al 80% del total de los equipos de cómputo producto del plan de rotación institucional de los dos últimos años y durante diciembre los entregamos en donaciones institucionales y en venta simbólica a nuestros empleados y personal en *outsourcing* para su uso personal.

h) Actividades de prospectiva y crecimiento

Durante 2012 se plasmó el crecimiento y la ejecución de los proyectos de infraestructura tecnológica en forma acelerada y con los recursos disponibles. Fue neCESArio realizar tareas de redimensionamiento y reevaluación de la plataforma tecnológica para continuar ofreciendo una alta disponibilidad en los servicios, reforzar la capacidad de respuesta ante eventuales solicitudes y proyectar nuestros esquemas de continuidad de operaciones y respuesta a nuevos niveles que simplifiquen su administración, estas actividades involucraron el diseño de alternativas de solución, la evaluación de tecnologías y la socialización con proveedores para la estimación de costos y mecanismos operativos viables.

5.4. Gestión humana

Durante el año 2012, la Dirección de Gestión Humana continuó con el soporte a los lineamientos de la Alta Dirección de acuerdo con los objetivos estratégicos, principalmente en la consolidación de su estructura organizacional y el afianzamiento de los beneficios a sus colaboradores, al igual que con los requerimientos y las solicitudes de las diferentes dependencias de la institución obteniendo de esta manera el personal idóneo, comprometido y con pertenencia en cada una de las áreas.

5.4.1. Selección y contratación

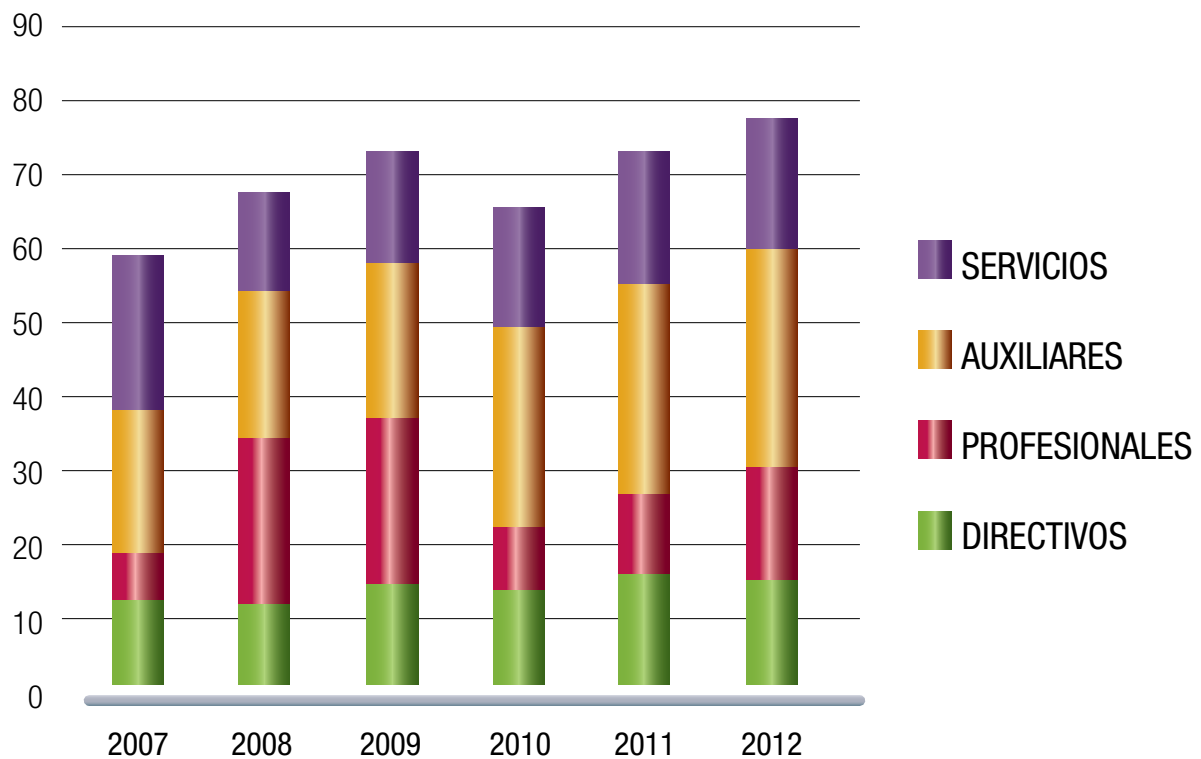
Se consolidó la Dirección de Comunicaciones y Marketing, la Dirección de Formación Ejecutiva, la Dirección de Pregrado, la Dirección de Infraestructura, la Dirección de Desarrollo Institucional y el Departamento de Inglés.

En este periodo se tuvo un incremento en contrataciones del 7% en la parte administrativa con contratos a término indefinido, contando con 78 colaboradores; un incremento del 3% en docentes de cátedra para la Dirección de Pregrado con 212 docentes con contratos semestrales; para los posgrados contamos con 26 catedráticos para Finanzas y 28 para Marketing, y un crecimiento del 21% contando con 26 docentes

Se tuvo un **incremento** en **contrataciones** del **7%** en la parte administrativa con contratos a término **indefinido**, contando con **78 colaboradores**

de planta e investigadores de tiempo completo, fortaleciendo nuestra Dirección de Investigación. En temporales mantuvimos una contratación de 10 colaboradores en promedio. A nivel administrativo la rotación de personal tuvo un incremento del 25% con relación al año inmediatamente anterior (figura 26).

FIGURA 26. Crecimiento de la planta administrativa



FUENTE: ELABORACIÓN propia.

Crecimiento del 21% contando con **26 docentes** de planta e **investigadores** de tiempo completo



5.4.2. Salarios y beneficios

Para el 2012 se determinó un incremento salarial de 4,2% para la mayoría del personal, y en algunos casos se realizaron ajustes salariales en el transcurso del mismo año, así como las promociones pertinentes para los docentes de planta cuando ascendían en el escalafón.

Se actualizaron los beneficios a nivel general que otorga la institución con base en las recomendaciones de los miembros del Consejo Directivo, se ampliaron los convenios con los bancos actuales y se incluyó uno nuevo con el Banco Davivienda.

5.4.3. Salud ocupacional

Se llevó a cabo satisfactoriamente el cumplimiento de las actividades programadas en salud ocupacional, logrando un fortalecimiento en la prevención y promoción de la salud de cada colaborador en su ambiente de trabajo.

Con la participación de la ARL se actualizaron los informes de: Panorama de factores de riesgo para la última casa que se adecuó y los Análisis de vulnerabilidad para el Plan de Emergencias; se realizaron las inspecciones a todos los puestos de trabajo con video terminal, se elaboraron folletos con las pausas activas que deben ejercitar todos los trabajadores en sus rutinas diarias, separando los ejercicios para administrativos y servicios generales a fin de soportar las rutinas de pausas activas que se desarrollaban personalmente en las diferentes instalaciones.

A través del Copaso se realizaron inspecciones a las áreas de trabajo para prevenir caídas a nivel y desnivel; junto con la Dirección de Infraestructura se verificó que todo el personal de obra estuviera capacitado y certificado para el trabajo en alturas y cumpliera con toda la

normatividad de la seguridad social integrada, generando protocolos de atención a estas personas cada veinte días.

Adicionalmente, se crearon los protocolos de evaluación e incendio, y la cadena de llamadas de emergencia, y se conformó el Comité de Convivencia Laboral desde el mes de noviembre de 2012.

5.4.4. Bienestar

Contamos con un equipo de fútbol integrado por administrativos, docentes y personal en *outsourcing* que participa activamente en campeonatos interempresas con Colsubsidio y con Vive Tufútbol.

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

- Día de la mujer y día del hombre entregando un obsequio dulce.
- Día de la secretaria, se contó con la participación de 22 personas, y se celebró con un almuerzo y la invitación a una obra de teatro como obsequio.
- Día del Amor y la amistad, con una participación de 115 personas con Karaoke, pasabocas y juego del amigo secreto.
- Fiesta de los niños donde asistieron al Multiparque Parque Mundo Aventura 82 niños y 27 adultos.
- Fiesta de fin de año en el Club de Suboficiales, con una asistencia de 151 personas y la realización de un campeonato de bolos, feria del pueblo, rifas y orquesta en vivo.



Durante el 2012 fueron **promovidas** tres personas a cargos de mayor **responsabilidad** y liderazgo, y **ascendieron** de escalafón tres **docentes** de planta

5.4.5. **Capacitación y desarrollo**

Una de las finalidades del CESA es brindar a sus colaboradores opciones de estudio y posibilidades de ascenso. Durante el 2012 fueron promovidas tres personas a cargos de mayor responsabilidad y liderazgo, y ascendieron de escalafón tres docentes de planta.

Adicionalmente, fueron entregados auxilios educativos y se realizaron capacitaciones diversas por valor de \$292 millones de pesos.

5.5. **Financiero**

La dirección financiera, responsable directa de la asignación y administración de los recursos, orientó sus esfuerzos hacia el cumplimiento de las metas presupuestales planteadas para el año 2012, y ha logrado eficiente asignación de los recursos para cumplir con las metas planteadas en el Plan Estratégico 2010-2014.

Durante el año 2012 la Dirección Financiera trabajó en:

- Implementar el proceso para el trámite de divisas en moneda extranjera en aras de apoyar oportunamente el pago de afiliaciones,

registros, movilización y viáticos a docentes, directivos y profesores visitantes que apoyan el proceso de internacionalización y acreditación internacional.

- Rediseñar los procesos que permitan el adecuado manejo de la tesorería, implementando fecha de corte para recepción y pago de factura y cuentas de cobro, lo que ha permitido mejores rendimientos financieros y disminución de costos al utilizar los medios electrónicos.
- Convertirse en un socio oportuno en las diferentes unidades para garantizar los recursos financieros en la ejecución de los planes estratégicos de cada unidad.
- Iniciar el plan de trabajo y diagnóstico para la migración y transición de la información financiera bajo las normas internacionales.

Durante el año 2012 la gestión ante las entidades gubernamentales de reporte de información y pagos de impuestos y parafiscales fue presentada cumpliendo con las normas y fechas establecidas.

5.5.1. Inversiones

El CESA, durante el año 2012, con miras a mejorar su calidad académica, infraestructura e iniciar el proceso de Acreditación Internacional para darle un nuevo sentido a los procesos de aprendizaje, mejoramiento continuo, asegurar altos estándares de calidad y acercarse a los indicadores institucionales, destinó más de 8.600 millones de pesos de sus recursos en inversiones tales como:

El **CESA destinó** más de **8.600 millones** de pesos de sus **recursos** en **inversiones**



- Adquisición de dos nuevas casas en el barrio La Merced e iniciación de la remodelación y adecuación.
- Construcción del parqueadero en el lote de la Avenida Circunvalar.
- Iniciación de remodelación y adecuación de las casas Biblioteca.
- Algunas remodelaciones y adecuaciones de salones y cafeterías en las casas Arango, Rocha Echavarría y Fundadores.
- Plan de modernización en tecnología y automatización de salones.
- Inversión en muebles, equipos de salones y comunicación.
- Acreditación internacional ante la EFMDA.
- Afiliaciones Internacionales a EFMDA, BALAS Y CLADEA.
- Apoyo financiero a estudiantes y profesores internacionales en el proceso de internacionalización.
- Capacitación e inversiones en Software.

5.5.2. **Becas y auxilios educativos**

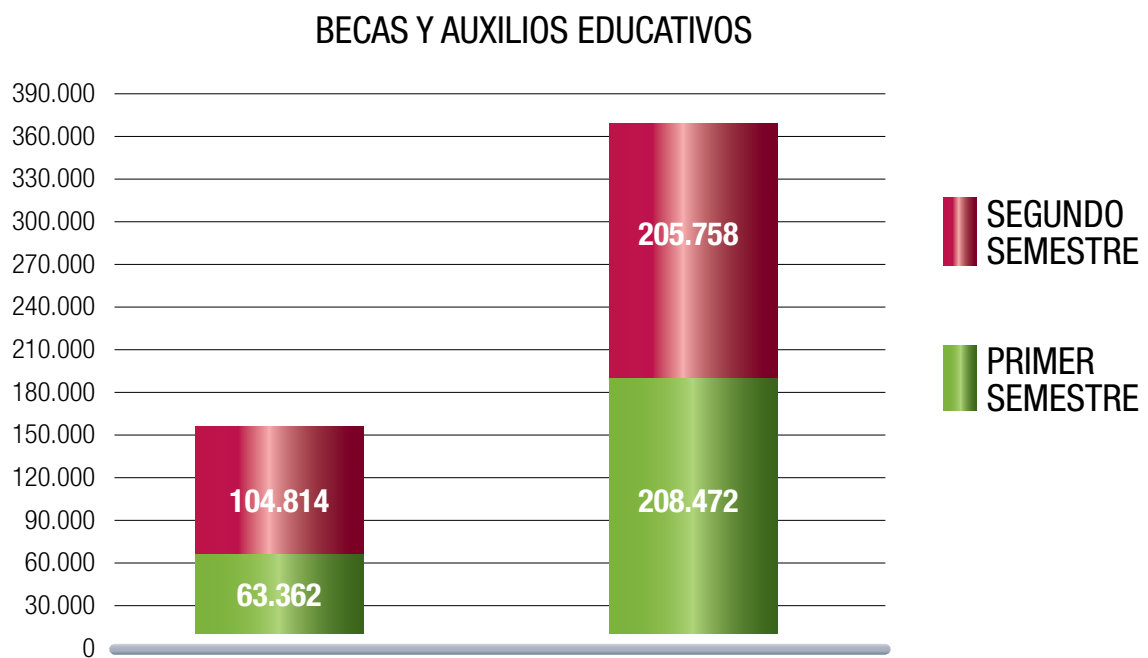
El CESA, en pro de contribuir con el desarrollo social y el fortalecimiento académico, durante los dos últimos años consolidó y firmó nuevos convenios con la Fundación Juan Pablo Gutiérrez, las Fuerzas Militares y la Defensa Civil de Colombia, cuyo objetivo es otorgar becas a estudiantes con excelente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

De esta manera, para el año 2011 el rubro de becas y auxilios educativos se incrementó en un 23%, y para el 2012 en un 139% respecto al año anterior; este incremento en buena parte corresponde al apoyo

De esta manera, para el año 2011 el rubro de **becas y auxilios** educativos se **incrementó** en un **23%**, y para el **2012** en un **139%** respecto al año anterior

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 (figura 27).

FIGURA 27. Becas y auxilios educativos 2011 frente a 2012



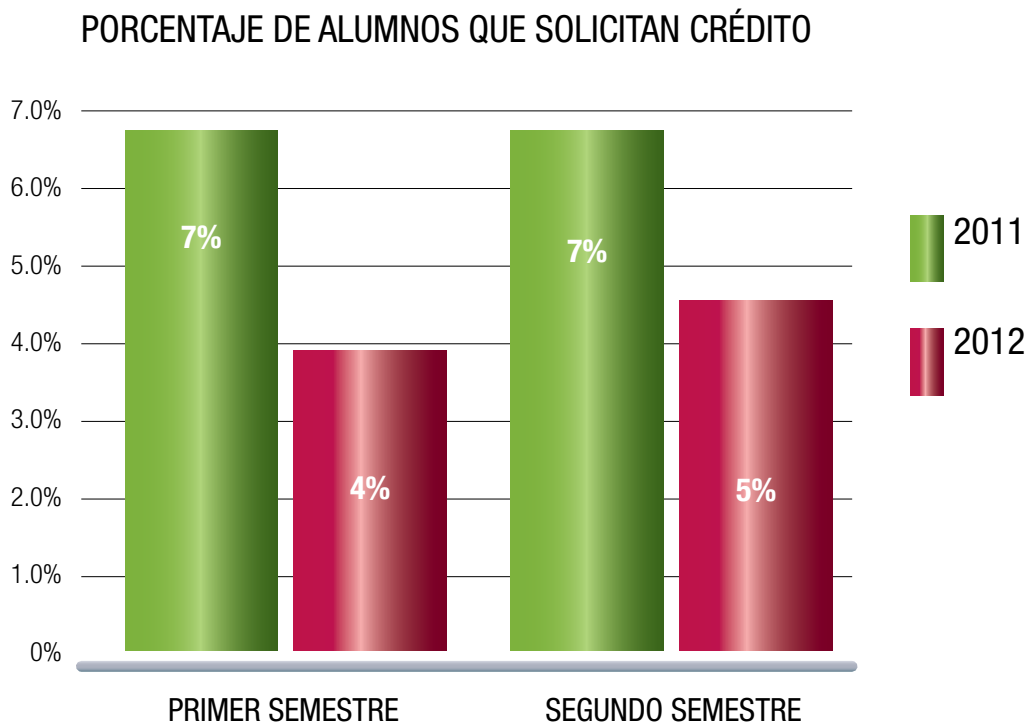
FUENTE: elaboración propia.

5.5.3. Financiación a estudiantes

Con el fin de fortalecer las facilidades de pago de las matrículas, el CESA renovó los convenios con el Banco Pichincha y el Helm Bank, cuyo propósito es financiar a los estudiantes en el pago de la matrícula con una tasa de interés preferencial y a un largo plazo (figura 28).

Por tanto, los créditos directos otorgados por el CESA en el primer semestre del año 2012 bajaron en el 3% y para el segundo semestre en un 2% con respecto al 2011.

FIGURA 28. Alumnos que solicitan créditos



FUENTE: elaboración propia.

5.5.4. Resultados financieros

Los índices de rentabilidad durante el 2012 mejoraron considerablemente con respecto al 2011, debido al aumento en los ingresos operacionales los cuales presentaron un incremento del 33,4% y los No Operacionales del 706,8%, representados básicamente en:

- Incremento de matrículas y derechos académicos por el inicio del Programa en Maestría de Dirección de Marketing.
- 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.
- Incremento en los rendimientos financieros como consecuencia del buen manejo en las políticas de inversión y el comportamiento del mercado bursátil.

5.5.5. **Eficiencia en el manejo del presupuesto**

Para el año 2012, los ingresos operacionales presupuestados se incrementaron en un 22% con respecto a los ingresos obtenidos en el año anterior, esto como resultado de:

- Se dio inicio al Programa de Maestría en Dirección de Marketing.
- Aumento en el número de estudiantes.
- Nuevas fuentes de ingresos de acuerdo a nuestro Plan Estratégico.

Igualmente, en el presupuesto se incluyeron rubros adicionales de gastos para ser ejecutados dentro del año en concordancia al plan de acción planteado, así que los gastos totales presupuestados aumentaron en un 16% con respecto a lo ejecutado en el año 2011.

La ejecución presupuestal del 2012 fue eficiente a pesar de que los ingresos y los gastos se ejecutaron por encima de lo presupuestado; se observa que el remanente operacional y neto se incrementó frente a lo esperado en un 19,9 y 41,5% respectivamente.







6

Visibilidad del CESA



- 6.1. Imagen institucional
- 6.2. Campañas de comunicación interna y externa
- 6.3. Mercadeo Posgrados
- 6.4. Convocatorias, invitaciones y divulgación de proyectos puntuales
- 6.5. Otras piezas
- 6.6. Eventos y ferias (presenciales y virtuales)
- 6.7. Editorial CESA
- 6.8. Informe de Medios
- 6.9. Entrevistas a grandes líderes
- 6.10. Página web

6.1. Imagen institucional

a) Manual de identidad visual

El Manual de identidad visual del CESA establece los lineamientos básicos para garantizar la correcta aplicación de la marca. Va dirigido a quienes corresponde ordenar, ejecutar o supervisar la elaboración de piezas para los diferentes medios visuales de comunicación.

b) Logos

Se crearon los logos de los centros de apoyo DIGA, BUSCA y SUMA. Asimismo, en la página web del CESA se creó un espacio para dar a conocer estos centros.

c) Programa Elite

Con el lanzamiento del Programa de Liderazgo y Emprendimiento Elite se creó el logo y se diseñó el material promocional para el mismo (plegable, invitaciones, *mailings*, entre otros).

d) Feria Espíritu Emprendedor

Para la feria del primer semestre del año se trabajó en una nueva imagen visual y se generó un nuevo logo, a solicitud de AECESA, el cual pueda ser vinculado a todos los proyectos relacionados con emprendimiento. El concepto gráfico se mantuvo para el segundo semestre.

e) Brochures de programas

Se hizo la actualización de los brochures de todos los programas (uno de Elite, uno de pregrado y cuatro de posgrados).



f) Centro SUMA

Con la creación del centro suma se diseñó una estrategia para darlo a conocer a los estudiantes y se trabajó en la adecuación del salón donde quedará dicho centro.

6.2. Campañas de comunicación interna y externa

a) Campaña Biblioteca

Con el fin de crear conciencia en cuanto al aprovechamiento de los diferentes espacios de la universidad, se generó una campaña para la biblioteca la cual trataba sobre dos temas fundamentales: hacer silencio y no comer dentro de la Biblioteca.

b) Campaña 100% libre de humo

Para dar continuidad a la campaña CESA 100% libre de humo de tabaco que se inició en el 2011, se produjeron tropezones con unas frases que se ubicaron en tres espacios de bastante tráfico: Casa Bienestar y las cafeterías ubicadas en Casa Biblioteca y en Casa Lleras.

c) Campaña parqueadero satélite

Para promover el uso del parqueadero satélite del CESA se diseñaron volantes y mailings bajo un concepto creativo apalancado en la célebre frase: “Bien cuidadito mono”. En uno de los volantes se incluyó un mapa con las posibles rutas que los estudiantes y administrativos pueden tomar para llegar al parqueadero.

d) Campaña Valores CESA – Plan Estratégico

Para dar continuidad a las actividades sobre el Plan Estratégico 2014, se generó una campaña de comunicación para reforzar en todo el personal administrativo del CESA los valores de la Institución: compromiso, confianza, pasión, actitud, respeto, lealtad, integridad, perseverancia y tolerancia.

e) Campaña Cuadernos Reciclados

Teniendo en cuenta la iniciativa de dos estudiantes, uno del CESA y una del Colegio Los Portales, se generó una campaña de comunicación dirigida a los estudiantes de la institución invitándolos a donar las hojas de sus cuadernos que no hayan sido usadas y cajas de cereal; esto con el fin de hacer cuadernos que serán donados a estudiantes del Colegio San Martín de Porres en la Localidad de Chapinero.

6.3. Mercadeo de posgrados

a) Avisos de prensa y para revistas

Se generó un mensaje de comunicación que se replicó en todos los avisos que salieron en medios: “Excelencia en la formación de líderes y emprendedores de hoy”.

Tuvimos pauta en los siguientes medios:

- *El Espectador*
- *La Nota Económica*
- *Portafolio*
- *La República*

b) Campaña de promoción de programas

Con el objetivo de informar acerca de las fechas de inscripción de los programas y mantener el posicionamiento que caracteriza a los posgrados del CESA, se generó un plan de difusión para el primer y segundo semestre del año en diferentes medios (impresos y digitales). Nuestra campaña se dividió en tres etapas de comunicación (figura 29):

FIGURA 29. Etapas de la campaña



FUENTE: ELABORACIÓN propia.

Durante la campaña se realizó también una estrategia de Google Ad-words y LinkedIn Ads.

FIGURA 30. Estrategias de Google Adwords y LinkedIn Ads



Los resultados finales, a manera de resumen, son los siguientes:

efc = 83 registros

mfc = 51 registros

eme = 148 registros

mdm = 128 registros

Total registros = 410 prospectos



6.4. Convocatorias, invitaciones y divulgación de proyectos puntuales

Durante el 2012 se replanteó la estrategia de promoción y divulgación de los programas de Formación Ejecutiva, de la siguiente manera:

1. Plegables impresos: se trabajó en el diseño y la producción de estas piezas solamente para programas especiales (diplomados, convenios internacionales) y para dar a conocer las programaciones trimestrales.

2. Mailings: logramos una transición de un mailing estático en jpg a un mailing en html con información relevante y diferentes links, mostrando así descuentos según fechas, inscripción y pago online (call to action).

(Ver tabla 20)

3. Plan de medios: se migró de una inversión en medios tradicionales (impresos) como *El Tiempo* y *Portafolio*, a medios digitales (*Semana*, *Dinero*, red de portales de Google), lo cual nos permite hacer campañas independientes para cada uno de los cursos y segmentar la pauta de acuerdo con el público objetivo.

4. Campañas Adwords Google: red de búsqueda (anuncios) y red de contenidos (display). Para cada uno de los programas se establecen palabras clave que llevan al prospecto a un anuncio o a un display, que posteriormente los lleva a nuestra página web.

5. Campaña de Facebook Ads.

TABLA 20. Cantidad de plegables y mailings realizados por mes

	No. cursos	Plegables/volantes/insertos	Mailings (jpg/html)	Actualizaciones página web
Enero	7	8	13	7
Feb	12	13	14	12
Marzo	13	14	14	13
Abril	5	1	6	5
Mayo	11	1	11	9
Junio	8	3	9	7
Julio	7	5	10	8
Ag	12	6	11	13
Sept	14	8	14	12
Oct	16	1	18	15
Nov	11	2	23	11
Dic	2	1	4	2
Total	118	63	147	114

FUENTE: elaboración propia.

6. Creación de grupos en Facebook, Twitter y LinkedIn.

7. Siembra de contenidos en redes sociales propias y en otras relacionadas con el tema (por ejemplo Carreraya, Guía Académica, Empleo.com, Guía tu carrera, etc.). Para esto se maneja una matriz de contenidos semanal donde se establecen los mensajes de acuerdo con fechas de inicio de los programas.



8. Micrositio de Guía Académica con cupos en su newsletter.

9. Convocatoria sena.

10. Carpeta Programas Empresariales a la Medida.

11. Material tipo *merchandising* para programas específicos (Davivienda) o campañas comerciales.

Con este cambio de estrategia se evidenciaron las siguientes transformaciones:

- Reducción y optimización de la inversión.
- Medición de resultados parciales y finales para optimización de campañas durante su ejecución. Control sobre *leads*.
- Segmentación de la pauta según público objetivo.
- Interacción más rápida con el cliente.

6.5. Convocatorias, invitaciones y divulgación de proyectos puntuales

a) Convocatorias

A través de Papernet se realizaron diferentes convocatorias dirigidas a estudiantes de pregrado y de posgrados, algunas de ellas fueron:

- Proyecto de Consultoría
- Global Business Opportunities – UK 2012

- CFO Forum – evento en alianza con América Empresarial
- Marketing Relacional & CRM Forum - evento en alianza con América Empresarial

Teniendo en cuenta los diferentes descuentos para la comunidad CESA, y los distintos mensajes de comunicación según las fechas hasta el día del evento, se realizaron mailings para cada uno de los públicos objetivos.

- IELTS Preparation
- Convocatorias Bloomberg

Se realizaron tres convocatorias diferentes en el año, con el fin de invitar a los estudiantes a certificarse en Bloomberg.

- Concurso Bolsa Millonaria de la bvc
- Cursos Punto bvc-CESA

De febrero a noviembre, mensualmente, se realizó la promoción de los cursos y las charlas gratuitas que ofrece la Bolsa de Valores. Los cursos que sí tenían costo se promocionaban a través de Formación Ejecutiva con la imagen de esta área. También se hicieron invitaciones físicas y digitales para cocteles y desayunos.



6.6. Otras piezas

Continuando con la colaboración con las diferentes áreas del CESA realizamos piezas para Pregrado, Biblioteca y Bienestar. Se realizó un separador para insertar en los cuadernos de Bienestar, con la carta de servicios de la Biblioteca. Con esta se busca llegar a nuestro público objetivo de una manera atractiva con el objetivo de acompañar a los estudiantes en sus clases.

Para llevar a cabo las Pruebas Conocer Banco de Bogotá se recibieron en la Institución aproximadamente 800 personas, quienes anualmente deben presentar un examen para medir conocimientos y competencias. Con tal fin se organizó una logística que permitió soportar este número de personas durante medio día.

a) Otras piezas – Multimedia

Los medios digitales son la base de la nueva década y en este aspecto el CESA ha hecho un esfuerzo para mantenerse acorde con las nuevas tecnologías, de esta manera se han hecho presentaciones, videos y piezas interactivas.

- Videos y mailings para CRM.
- Mail HTML.
- Videos para “Foros de Mercadeo con P&M”.
- Interactividad en Flash (TLC pagina web).

b) Otras piezas – Página web

Con la entrada en funcionamiento del nuevo portal del CESA, se creó la necesidad de acompañar los contenidos con algo más atractivo para el usuario del portal, de esta forma destacamos tres categorías.

1. Galerías

- Visita a la Bolsa de Valores de Nueva York.
- Entrevistas a grandes líderes Natán Burstyn – Presidente Totto.
- Visitas empresariales. Cultivo de rosas Matina.
- Entrevistas con grandes líderes del sector público. Sergio Fajardo, gobernador de Antioquia.

2. Videos

- POKEN en el CESA.
- Entrevista a Daniel Gómez.
- Entrevista a Álvaro Uribe.
- Entrevista a Hernando Sánchez.
- Entrevista en Sesión Privada CRM
- Digital Day, videos en tiempo real

El Digital Day Primer Straming realizado dentro de las instalaciones del CESA por Twitcam, primer trendtopic, además de subir el contenido en tiempo real a la página funciona como refuerzo a la idea de la actividad que se esté desarrollando. Adicionalmente se llevan a cabo entrevistas con los panelistas, asistentes y organizadores.

3. Infografías

- Diez claves para ser un buen coach.
- Colombia y sus TLC.

El **Digital Day** Primer Straming realizado dentro de las instalaciones del **CESA** por **Twitcam**, primer **trendtopic**, además de subir el contenido en **tiempo real** a la página funciona como **refuerzo** a la **idea** de la actividad que se esté desarrollando.



- Comparación entre la cantidad y la calidad de empleo.
- Entrevista a la medallista olímpica Mariana Pajón.
- Una mirada a la situación de Grecia.

c) Otras piezas – Presentaciones y banners página web

- Banners dinámicos de interpolación fotográfica.
- Inscripciones programas CESA.
- Foro TLC - Presentación desarrollada, programada y diseñada en Flash.
- Presentación del nuevo diseño de la página web CESA.

6.7. Eventos y Ferias (presenciales y virtuales)

- Foros de Mercadeo CESA – P&M. En el año se realizaron tres foros de mercadeo en alianza con P&M.
- Global Youth Forum.
- Feria de Espíritu Emprendedor primer y segundo semestre.
Realizamos todas las piezas para el evento y nos encargamos de la logística del mismo.



Foros de Mercadeo CESA – P&M. En el año se realizaron **tres foros** de mercadeo en alianza con P&M.

- Foro “El TLC con Estados Unidos”. Realizamos todas las piezas para el evento desde la invitación, y nos encargamos de la logística del mismo. Se hizo una fuerte labor de relaciones públicas y de convocatoria para reunir a los presidentes y cargos directivos de las principales compañías y a medios de comunicación.
- Feria Virtual Avanza 2012.
- También tuvimos presencia de marca en los siguientes eventos (con *stand* y apoyo comercial). El Departamento de Comunicaciones y Mercadeo se encargó de la logística, producción de piezas de comunicación, escenografía y medios de comunicación (relaciones públicas).
- CFO Summit
- CRM & Marketing Relacional Forum
- Family Business Summit
- Acto académico 50 años Fedepalma
- Foro de Voluntariado Juvenil
- IV Foro de Responsabilidad.

Adicionalmente, en las instalaciones de la Institución se realizó una feria del libro exprés con la participación de doce editoriales, donde los estudiantes y profesores pudieron observar los últimos títulos de diversos libros de negocios y de administración.



6.8. Editorial CESA

Certificación editorial: COLCIENCIAS certificó la Editorial del CESA por su alta calidad científica, académica y editorial en cada uno de los procesos que sigue.

En el 2012 se realizó el proceso editorial a once libros para su posterior publicación, el cual arrojó un crecimiento en la producción del 120% con respecto al año inmediatamente anterior.

Ventas de Publicaciones CESA: las publicaciones CESA han tenido un crecimiento en ventas del 91% con respecto al año inmediatamente anterior. Se realizó la conversión a 18 libros para formato electrónico, e-book, e-pub, para su correspondiente distribución en las 133 librerías más grandes a nivel mundial. Los libros publicados en formato digital ya se encuentran a la venta a través de Amazon.com

Durante el año, y como parte de la estrategia de comercialización y visibilidad, cada vez que se finaliza el proceso editorial de cada publicación, la Editorial realiza un evento para la presentación del libro al público en general.



En el **2012** se realizó el proceso **editorial** a **once libros** para su posterior publicación, el cual arrojó un **crecimiento** en la producción del **120%** con respecto al año inmediatamente anterior. Las **publicaciones** CESA han tenido un **crecimiento** en ventas del **91%**

También, el CESA participó en ferias internacionales y nacionales de la mano de Siglo del Hombre y aseuc logrando gran visibilidad para fortalecer su sello editorial.

6.9. Informe de medios

Durante el 2012 se gestionaron comunicados de prensa en diferentes medios de comunicación a nivel nacional y en medios regionales. Al cerrar el año finalizamos con 69 comunicados de prensa que se enviaron a los principales medios de comunicación. Se evidenció la efectividad de estos comunicados de prensa pues con estos se generaron más publicaciones en los medios.

Asimismo, se gestionó un total de 847 publicaciones en diferentes medios de comunicación, del rector, vicerrector, profesores de investigación, alumnos y egresados destacados. De acuerdo con esto, se obtuvo un crecimiento de 56,8% con respecto al año anterior.

En el año 2012 se realizaron un total de 198 entrevistas y artículos al rector, vicerrector y los profesores teniendo un espacio importante en los principales medios de comunicación.

Al cerrar el año finalizamos con **69 comunicados**
de prensa que se enviaron a los **principales medios**
de comunicación.



6.10. Entrevistas a grandes líderes

En el 2012, 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. Este año se organizaron once eventos.

Los entrevistados fueron:

Pedro Vargas Gallo	Vicepresidente del Consejo Directivo CESA
Álvaro Uribe Vélez	Ex Presidente de la República
Jhon Frank Pinchao	Subintendente de la Policía – ex -secuestrado
Pascal Drouhaud	Director para América y África de Alstom
Andrés Cepeda	Cantante
Clara Rojas	Ex - secuestrada
María Ángela Holguín	Canciller
Jorge Alejandro Mejía	Presidente de Colmotores
Juan Esteban Calle	Gerente de EPM
Alfonso Gómez	Presidente de Telefónica
Javier Gutiérrez	Presidente de Ecopetrol

6.11. Página web

La nueva página web entró al aire a partir del 12 de julio de 2012, su arquitectura la hace más atractiva para generar contenidos 2.0, donde pueden verse y generarse comentarios a través de redes sociales, blogs y alta variedad de contenidos multimedia, como videos, infografías y galerías fotográficas.

Para el cambio de la página web se rediseñó todo el *home* y las páginas internas. Teniendo en cuenta que el objetivo de la página es publicar artículos y noticias, tenemos espacio para publicar cuatro contenidos que se actualizan cada semana; a la fecha hemos publicado más de 160 artículos entre ellos temas coyunturales y de interés, artículos de profesores investigadores del CESA y profesores de cátedra, también noticias y temas relacionados con la comunidad estudiantil.

Dado que un objetivo importante de la página es comunicar la oferta académica, creamos las siguientes secciones: Grupo Elite, Pregrado, Posgrados en Finanzas, Posgrados en Mercadeo, Formación Ejecutiva y Proceso de Inscripciones. Este espacio es rotativo dando la misma relevancia a todos los programas; las fotografías de los rotativos se actualizan cada mes.

Contamos con las secciones de Biblioteca, Editorial CESA, Centros de Apoyo, Centros de Estudio, Relaciones Internacionales y Servicios *Online* en el *home*, esta información es para el público que ya pertenece a la comunidad CESA, es por esto que para facilidad en la navegación con solo un clic acceden a estas secciones tan relevantes.



En la sección de Recursos *Online* se visualizarán los links directos a Papernet, CESA mail, My CESA y Biblioteca virtual para gestionar el tráfico hacia el repositorio.

Esta renovada página hace parte fundamental de la estrategia de comunicación y mercadeo pues es eje esencial en la integración de las acciones que se van a implementar.

Mensualmente se generan veinte artículos de alto contenido empresarial, de liderazgo y de negocios.

Videos: se han editado un total de 54 videos que se encuentran en el canal de YouTube del CESA; con un total de 952 reproducciones vamos posicionando el Canal como un medio efectivo de difusión de las actividades que realizamos tanto dentro como fuera del CESA. En el Top 5 del 2012 encontramos:

Contenidos institucionales: con el objetivo de mejorar la información que reciben los estudiantes de la institución que desean salir al exterior y continuar sus estudios, el Departamento de Comunicaciones desarrolló un mapa interactivo donde se muestran las universidades con que se tienen convenios. Adicionalmente, podrán encontrar información relevante del país donde se tiene el convenio. Esta aplicación es compatible con dispositivos móviles (teléfonos y tabletas).

En cuanto a redes y home:

- Hubo un aumento en la posibilidad de lectura de las noticias frente al anterior portal.
- Hay una afluencia importante de público a Formación Ejecutiva que llega a través de CEO y SEM.

- Se aumentó la duración en la página, esto demuestra que hay mayor lectura de los contenidos y la información que hay actualmente en la página genera interés.
- Hubo un aumento en el tráfico durante el mes de septiembre debido a la pauta digital que direccionaba a la página por cuenta de posgrados con un total de 7.000 visitas adicionales.
- Las noticias que tienen que ver con la comunidad CESA generan mayor interacción sobre todas las demás.
- Los artículos en imagen atraen seguidores y se vuelven virales. El rango de involucramiento con una marca está entre el 3 y el 5%. Logramos un porcentaje alto.
- Subimos trece puntos en temas de influencia.
- Los estudiantes del CESA están compartiendo por redes fotos de sus clases.

Se enviaron **18** ediciones del **Newsletter** del CESA comunicando las **noticias** semanales, los **programas** de Formación Ejecutiva y los **eventos** para la comunidad.





- Los eventos del CESA generan interacción.
- Se enviaron 18 ediciones del *Newsletter* del CESA comunicando las noticias semanales, los programas de Formación Ejecutiva y los eventos para la comunidad.
- Desarrollamos un administrador que facilita el trabajo de revisión y actualización de las noticias sobre el CESA que se publican en prensa y permite adjuntar imágenes en el caso de recorte de periódico o url.
- Embebimos el video del evento de Digital Day desde Twittcam, obtuvimos más de 50 viewers y logramos ser trend topic en Twitter.





Profesores de Planta Tiempo Completo

Juan Santiago Correa R.

Director de Investigación

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

Maestría en Historia, Pontificia Universidad Javeriana, 2004.

Economista, Universidad Externado de Colombia, 1999.

Lina María Echeverri C.

Directora Posgrados en Mercadeo

Candidata a Doctora en Ingeniería de Proyectos, ULE-UTP.

Maestría en Administración, ITESM, 2003.

Economista Empresarial, Universidad Autónoma de Manizales, 1998.

Profesional en Desarrollo Familiar, Universidad de Caldas, 1996

Werner Zitzmann R.

Director Posgrados en Finanzas

Maestría en Docencia e Investigación Universitaria con énfasis en Ciencias Económicas y

Administrativas, Universidad Sergio Arboleda, 2008.

Economista Industrial, Universidad de los Andes, 1968.

María Andrea Trujillo D.

Doctora en Administración, Universidad de los Andes, 2011.

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

Ingeniera Sanitaria, Universidad de Antioquia, 2001.

Álvaro Alexander Guzmán V.

Doctor en Administración, Universidad de los Andes, 2011.

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

Especialista en Gerencia de Mercadeo, Universidad del Rosario, 2003.

Especialista en Finanzas, Universidad Externado de Colombia, 2000.

Administrador de Empresas, Universidad Externado de Colombia, 1998.

Edgar Vieira P.

Doctor en Estudio de las Sociedades Latinoamericanas, Universidad de la Sorbona Nueva-París III, 2006.

Maestría en Relaciones Internacionales, Pontificia Universidad Javeriana, 2002.

Especialista en Estudios de Desarrollo, IRFED, París, 1967.

Economista Industrial, Universidad de Medellín, 1965.

Armando Barrios Ross

Doctor en Public Policy-internacional Development, University of Birmingham, 2005

Máster in Applied Economics, The American University, 1995

Economista, Universidad Central de Venezuela, 1986

Ricardo Bonilla Jiménez

Doctor en Ingeniería, Universidad de los Andes, 2011

Maestría en Ciencias, Université Paris VI, 2003

Físico, Universidad de los Andes, 2002

Edgardo Cayón F.

Estudiante PhD in Finance, University of Technology, Sydney

Master in Business Administration, McGill University, 2001.

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

Javier Bernardo Cadena L.

Estudiante del Doctorado en Administración, San Pable Ceu.

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

Especialista en Finanzas Privadas, Universidad del Rosario, 1992.

Economista, Universidad del Rosario, 1990.

Óscar Bravo P.

Estudiante del Doctorado en Management, Swiss Management University.

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

Especialista en Mercadeo, Universidad de los Andes, 1978.

Administrador de Negocios, EAFIT, 1968.

José Luis Sandoval D.

Estudiante del Doctorado en Management, Swiss Management University.

Maestría en Administración, ITESM, 1994. Especialista en Educación con Nuevas Tecnologías, UAB, 2010. Especialista en Dirección de Empresas, UAB, 1991.

Administrador de Empresas, UAB, 1987.

Claudia Gómez R.

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

Especialista en Mercados, Universidad de Los Andes, 1987.

Ingeniera Industrial, Pontificia Universidad Javeriana, 1984.

Juan Felipe Parra

Maestría en Economía, Universidad de los Andes, 2008.

Economista, Universidad del Valle, 2004

Jorge Eduardo Mejía.

Maestría en Administración, ITESM, 2003.

Diseñador Industrial, Universidad Autónoma de Manizales, 1995.

Javier Hernando Murillo O.

Maestría en Literatura, Pontificia Universidad Javeriana, 2000.

Especialista en Docencia Universitaria, Universidad El Bosque, 1999.

Profesional en Estudios Literarios, Pontificia Universidad Javeriana,
1992.

Marta Lucía Restrepo Torres

Magíster en Comunicación, Universidad Javeriana, 2007

Comunicadora Social y Periodista, Universidad Javeriana, 1984.

Paula María Asensio Estrada

Magíster en Dirección y Gerencia, Colegio Mayor de Nuestra Señora del
Rosario, 2008.

Especialista en Información Internacional y países del sur, Universidad
Complutense de Madrid, 2001.

Comunicadora Social con énfasis en Comunicación Educativa, Pontificia
Universidad Javeriana, 1998.

Clara Eugenia Bruckner B.

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

Administradora de Empresas, CESA, 2001.

Zarifa Mostafa Mohamad

Máster of Intercultural Education, Universidad Libre de Berlín, 2006.

Máster of Arts, Filología Alemana, Universidad de Copenhague, 2003.

Bachelor of Arts, Ciencia culturales, Universidad Humboldt de Berlín, 2000.

Juan David Aristizábal

Profesional en Administración de Empresas, CESA, 2011.

Tatiana Ramírez Sánchez

Profesional en Filología e idiomas, Universidad Nacional de Colombia, 2012.

Andrés Sánchez Forero

Profesional en Estudios Literarios, Pontificia Universidad Javeriana, 2010.

Héctor Jackson Ocampo Ariza

Profesional en Física, Universidad de los Andes, 2010.



**Colegio de Estudios
Superiores de Administración**

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