



BOLETÍN DE NOTICIAS



UNA NUEVA ACREDITACIÓN INTERNACIONAL PARA LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

En los últimos años, la Facultad de Administración, interesada en el mejoramiento continuo y en ofrecer programas con altos estándares de calidad comparables en el ámbito nacional e internacional, ha trabajado de forma continua para lograr diferentes sellos de calidad. Actualmente, cuenta con la acreditación para el Pregrado en Administración otorgada por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) del Ministerio de Educación Nacional por nueve años, tiempo máximo reconocido, y con la aprobación para los programas de Maestría en Administración en sus diferentes modalidades, conferida por la Comisión Nacional de Doctorados y Maestrías (CNDM) del Ministerio de Educación Nacional.

En 2003 le fue otorgada la acreditación de EQUIS, después de un proceso de autoevaluación de un año, donde la Facultad redefinió la misión y fijó los objetivos estratégicos para los próximos cinco años. En mayo de 2004, la Facultad fue invitada por la Association of MBAs, AMBA, a participar en su proceso de acreditación. Este tipo de invitaciones sólo

se hacen a facultades que ya han sido preseleccionadas por la asociación debido a una percepción generalizada de excelencia académica. El proceso de esta acreditación empezó con una previsita del asesor internacional para Latinoamérica de AMBA, quien venía a comprobar que la Facultad cumpliera con las condiciones mínimas de calidad para comenzar este proceso.

Después de este paso se inició la autoevaluación de los programas de MBA y para esto se conformó un equipo de trabajo con la decana, el director de la Escuela de Posgrados, los directores de programas de MBA, la directora de desarrollo, que junto a profesores y personal administrativo se encargaron de elaborar el documento de autoevaluación de estos programas y fijar unas metas y acciones concretas al corto, mediano y largo plazo.

El siguiente paso fue la visita de evaluadores el 2 y 3 de diciembre. El grupo de cuatro pares estuvo conformado por dos académicos: Pedro Videla, director del MBA del IESE en Barcelona y Mark Oakley, director de Posgrados de



Aston University en Inglaterra; y dos miembros de AMBA: Robert Owen, director de Acreditaciones y Carlos Ramos, asesor internacional para Latinoamérica.

El objetivo de esta visita era verificar la información del documento de autoevaluación, y tener reuniones con el grupo directivo de la universidad y de la Facultad, profesores, estudiantes, egresados y empleadores. La retroalimentación que recibió la Facultad de Administración al finalizar esta revisión fue muy positiva y le fue otorgada la acreditación internacional de AMBA por cinco años, el máximo período que la asociación otorga, para los siguientes programas: MBA tiempo completo, EMBA, PMBA, y los Magíster en Administración con concentraciones en Mercadeo, Finanzas y Gestión Pública. Hacia delante, uno de los retos de la Facultad es buscar la acreditación de la Association for the Advancement of Collegiate Schools of Business, AACSB.

La ventaja más importante de los procesos de acreditación es que exigen una revisión de los planes estratégicos, que la Facultad fije objetivos con metas concretas para el cumplimiento de la misión y un esfuerzo de mejoramiento continuo.

Al obtener estos sellos de calidad, se abren puertas para la Facultad y sus estudiantes y egresados, ya que:

- Se reconoce, a nivel internacional, que en Colombia se ofrecen programas académicos de alto nivel y comparables internacionalmente. Con ello, se logra un posicionamiento internacional de la Facultad de Administración y se refuerza el posicionamiento de la Universidad de los Andes.
- La Facultad entra a ser parte de una red cuyos miembros se caracterizan por tener altos estándares académicos. Se le facilita, por tanto, a la Facultad el logro de relaciones constructivas con otras facultades de la red, y hay un mayor interés y mayor facilidad para firmar convenios para intercambios estudiantiles y de profesores con otras facultades de reconocimiento internacional.
- Los estudiantes, además de beneficiarse de cualquier actividad que se realice en convenio con otras facultades dentro o fuera del círculo, pueden mostrar la acreditación como prueba de que la calidad de la educación recibida cumple con estándares internacionales. Esto es particularmente importante para estudiantes o egresados que buscan trabajar o continuar sus estudios en el exterior.

La Facultad de Administración con las acreditaciones y otros proyectos locales, regionales, e internacionales sigue comprometida con los objetivos de mejoramiento de la calidad, de una mayor internacionalización y de un mayor impacto a nivel nacional y regional.

TEMA CONTINUA EN LA PÁGINA 8

BOLETÍN DE NOTICIAS

Número 43

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES

Facultad de Administración

Directora Editorial: Elvira Salgado C.
 Coordinadora: Piedad Salgado C.
 Diseño: Adriana Bermúdez
 Impresión: Guías de Impresión
 E-mail: guiasdeimpresion@netcard.net.co

Comité de Publicaciones: <http://administracion.uniandes.edu.co/boletin>

Abril de 2005

CONTENIDO

1

Una nueva acreditación internacional para la Facultad de Administración

3

Pregrado

Documentar para Aprender

4

Eventos

6

Actividades de Profesores

7

Centro de Estrategia Competitividad

8

Cumpliendo con Estándares

Internacionales: Las acreditaciones

11

Escuelas de Posgrados

12

Publicaciones

PREGRADO

ESTUDIANTES ADMITIDOS PRIMER SEMESTRE

Género		
Hombres	46	52%
Mujeres	42	48%
Primíparos	88	100%

Edad promedio	18 años
---------------	---------

Se presentaron para el primer semestre de 2005, 336 aspirantes, de los cuales entraron a cursar primer semestre en la Facultad, 88.

Este semestre, la Facultad abrió 56 cursos con 129 secciones y cuenta con un total de 927, de los cuales 150 son estudiantes de doble programa. Adicionalmente, hay 79 estudiantes inscritos en las opciones:

Administración	38
Empresariado	20
Negocios internacionales	7
Finanzas	14

Los siguientes profesores de cátedra entraron este semestre: *Claudio Peña* para Organizaciones; *Paola Erazo*, *Clara Lee* y *Gustavo King* para Mercadeo; *Gabriel Rivera* para Gestión Pública; *Marc Eichmann*, *Liliana Molina* y *Andrés Ramírez* para Finanzas; y, *Margarita Canal* y *Patricia Londoño* para Gestión.

DOCUMENTAR PARA APRENDER

Roberto Gutiérrez, profesor asociado

"Todo cambio social empieza con una conversación"

Meg Wheatley

La mirada en blanco era la respuesta más frecuente cuando decía: "Uno de los productos de nuestras investigaciones es un caso pedagógico". Mucha gente asiente cuando me refiero a otros productos de las investigaciones como un libro, un artículo o un informe¹. Algunos preguntaban qué es un caso pedagógico y cuando contestaba "es un texto diseñado para que sus lectores alcancen unos objetivos de aprendizaje" era alta la probabilidad de recibir otra mirada en blanco.

Ahora poco menciono "objetivos de aprendizaje"; prefiero listar algunos de ellos como el desarrollo de habilidades específicas, la comprensión o construcción de un concepto en la mente de alguien, y la promoción de ciertas actitudes en las personas. Por tanto, mi alusión a uno de los productos de nuestras investigaciones -el bendito caso pedagógico- se ha alargado considerablemente: "También elaboramos textos cortos y atractivos para muchos lectores, unos textos que documentan una experiencia con la intención de que el lector trabaje con un concepto, desarrolle una habilidad o adopte una actitud; en otras palabras, un documento diseñado para facilitar distintos aprendizajes". El riesgo es que la gente ya no mire en blanco, sino que mire para otro lado.

Mi aprecio por esos escritos que facilitan el aprendizaje, esos textos llamados casos pedagógicos, surge de una de sus principales características: son documentos descriptivos que evitan el análisis (le dejan esta tarea al lector) y se acercan al precepto de "observar sin juzgar". Respetar esta característica no es fácil, como tampoco es fácil definir cuáles serán los posibles aprendizajes alrededor de los cuales el autor describe una experiencia. ¿Qué quiero que los lectores aprendan? es una pregunta análoga a la de quien prepara una sesión de clase: ¿qué quiero que los estudiantes aprendan? No es fácil ser buen pedagogo, como tampoco un buen escritor de casos pedagógicos².

A pesar de las múltiples dificultades para condensar en una docena de páginas la riqueza de una experiencia, vale la pena intentarlo. Ésta es una de las formas en que las investigaciones entran, de manera atractiva, en los salones de clase. Y, por si fuera poco, es una de las formas en que se crean espacios para la enseñanza más allá de los muros que encierran los distantes salones de clase. Describir un texto que articula la investigación, la docencia y el servicio no es fácil. De ahí las miradas en blanco.

¹ Un producto ideal de una investigación es la transformación de la situación estudiada. ¿Cuántas veces sucede esto?

² En una de las escuelas que más ha trabajado en el desarrollo de casos pedagógicos, el Harvard Business School, sólo los profesores pueden ser sus autores. Los estudiantes son animados a realizar la investigación previa, pero la escritura del caso pedagógico es responsabilidad de un profesor.

EVENTOS

FORO SOBRE CHINA

El 12 de octubre, la Facultad llevó a cabo el foro *China: Un nuevo mercado para Colombia*, en el cual participaron como conferencistas internacionales: *Joyce Chang*, Managing Director y Global Head of the Foreign Exchange, Emerging Markets and Commodities, JP Morgan; *Max Zhou*, General Manager of Business Development (Eastern and Central China) Park'N Shop, Food Retailing Division de Hutchison Whampoa Ltd.; y *Anjalika Bardalai*, editora regional para Asia de la Economist Intelligence Unit desde el año 2000, cargo desde el que coordina la publicación de reportes de Country Commerce y Country Finance para 13 países asiáticos. La conferencia de apertura estuvo a cargo de *Carolina Barco*, ministra de Relaciones Exteriores de Colombia y *Wu Changcheng*, embajador de la República Popular de China en Colombia.

Para el cierre se organizó el panel *Los empresarios colombianos en China: lecciones y oportunidades*, en el cual participaron *José Fernando Riaño*, presidente de Spring Step; *Carlos Enrique Piedrahita*, presidente de Inversiones Nacional de Chocolates; *Fidel Duque*, miembro del Standing Committee del Pacific Economic Cooperation Council



Participantes al Foro sobre China del Programa Alta Gerencia Promoción IV (Medellín).

(PECC), Director General de COLPECC; y *Luis Guillermo Plata*, Director Proexport. Los coordinadores fueron *Rosario Córdoba*, editora de la revista Dinero y *Mauricio Rodríguez*, director del diario Portafolio. La clausura la realizó *Jorge Humberto Botero*, ministro de Comercio, Industria y Turismo.

INAUGURACIÓN DEL EDIFICIO LA



De izquierda a derecha: *Antonia Sanin*, directora de Desarrollo; *María Lorena Gutiérrez*, decana; *Carlos Angulo*, rector; *Paula Durán*, secretaria general y *Ana Cristina González*, directora del Pregrado.

A mediados del segundo semestre de 2004, la Facultad adquirió el edificio donde se ubicaba la Liga de Tuberculosis. Después de terminada la remodelación, el 20 de enero se llevó a cabo su inauguración con la asistencia del Rector, la decana y los profesores y personal administrativo de la Facultad. En las instalaciones del edificio La funcionan el Centro de Competitividad y Desarrollo, la Red de Empresas, Ser Pyme, el *call center* de la Facultad y además, oficinas para profesores y asistentes graduados.

FORO BURKENROAD: PERSPECTIVAS DE INVERSIÓN EN EMPRESAS DEL PAÍS

La Facultad organizó el foro "Burkenroad: Perspectivas de inversión en empresas del país", el 26 de octubre en las instalaciones de la Universidad. En este evento se presentaron tres reportes financieros y al final realizaron un panel con *Juan Carlos Durán*, director del Fondo de Garantías, *Fernando Esmerald* de Bancoldex y *Andrés Chacón* del Ministerio de Industria y Comercio. Participaron, asimismo, los profesores del área de Finanzas, *Francisco Azuero*, *Javier*

Serrano y *José María del Castillo*; de la Universidad de Tulane, *John Trapani* y *Pamela Shaw* y dos estudiantes del MBA; y dos personas del TEC de Monterrey.

Este evento hace parte del proyecto que desde el año 2001 desarrolla la Facultad conjuntamente con la Escuela de Negocios de la Universidad de Tulane, el TEC de Monterrey y el IESA de Venezuela, con el apoyo del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y el Banco Interamericano de Desarrollo.

HOMENAJE A JAMES E. AUSTIN

El 27 de enero, *Carlos Angulo*, rector de la Universidad y *María Lorena Gutiérrez*, decana de la facultad de Administración, le rindieron un homenaje a *James E. Austin*, actual profesor Eliot I. Snider and Family de la Escuela de Negocios de Harvard, y cofundador y director de la Social Enterprise Initiative de esa misma institución. El profesor Austin tiene un doctorado y maestría en Business Administration -con distinción- de la Universidad de Harvard y es administrador -con alta distinción- de la Universidad de Michigan.

El objetivo de este homenaje fue realizar un reconocimiento a las múltiples contribuciones académicas e investigativas del profesor Austin en el estudio de los emprendimientos sociales y, en particular, a su gran aporte en la consolidación de varios programas de la Facultad, como la Iniciativa en Emprendimientos Sociales IESO. Durante su vida académica, el profesor Austin ha sido autor y editor de 16 libros, docenas de artículos y alrededor de 100 casos pedagógicos.



De izquierda a derecha: *María Lorena Gutiérrez*, decana; *Carlos Angulo*, rector y *James E. Austin*.

A este evento asistieron el cuerpo profesoral de la Facultad, miembros del Consejo Directivo de la Universidad, empresarios, emprendedores sociales, exalumnos y amigos del profesor Austin.

PREMIACIÓN CONCURSO “MÁS ALLÁ DEL DEBER” - IESO



De izquierda a derecha: *Alvaro Parra* y *Bruce Mac Master*, *Compartamos con Colombia*; *Diana Trujillo* y *Luis Felipe Avella*, *IESO*; y *Andrés Giraldo*, *EmpreAndes*.

El 4 de febrero se realizó la premiación de la segunda versión del concurso de proyectos de impacto social “Más allá del deber”. Hubo 20 proyectos inscritos, de los cuales se escogieron cinco finalistas. Esos finalistas hicieron una pre-

sentación al jurado luego de lo cual hubo una deliberación que escogió a los tres destacados. El primer premio lo obtuvo el proyecto Red de Generación de Oportunidades Sociales, de tres estudiantes de Administración: *María Angélica Rodríguez Retamoso*, *María Angélica Rodríguez Melo* y *Lyda Prieto*. El segundo lugar fue para “Entre Libros y Lectores”, un proyecto del grupo de Opción Colombia y el tercer lugar fue para “Islangosta”. Además, se le dio una mención especial a dos proyectos: la Corporación Somos Más e Inconexus.

El jurado estuvo conformado por *Bruce Mac Master* y *Álvaro Parra* –por *Compartamos con Colombia*–, *María Cristina Hoyos* –por la Decanatura de Estudiantes–, *Diana Trujillo* y *Luis Felipe Avella* –por *IESO*–, *Andrés Giraldo* –por *EmpreAndes*–, y *Alberto Riaño*, analista de Valores Bavaria. A los premiados se les darán horas de asesoría personalizada por parte de la firma *Compartamos*, una pasantía de una semana en una universidad de *SEKN* para una persona, paso automático a la segunda etapa de *Ventures Categoría Social 2005* y divulgación en medios internos.



ACTIVIDADES DE PROFESORES

La decana *María Lorena Gutiérrez*, viajó entre el 14 y 15 de octubre, a Carnegie Mellon (Pittsburg), con dos objetivos principales. Uno de ellos, adelantar un acuerdo con la Escuela de Heinz sobre el Master en Gestión Pública y el otro, reunirse con Thomas Emerson, director del Centro de Empresariado de esta misma Universidad. El 18 de octubre estuvo en Miami con el Rector de la Universidad y con Pedro Miguel Navas en una conferencia para los egresados que viven en esta ciudad, donde habló sobre el tema de Entorno de Negocios y Competitividad en Colombia. Los días 28 y 29 del mismo mes, la decana Gutiérrez volvió a la ciudad de Miami para dos eventos: una serie de conferencias organizadas por la Cámara de Comercio de Miami y una reunión en The Chapman Graduate School of Business de Florida International University (FIU), con quien firmó un convenio para doble diploma entre el MBA de Uniandes y el Master of International Business de FIU. El 30 de octubre, asistió a una reunión con América Economía para discutir asuntos del ranking.

Durante los días 25 de febrero a 2 de marzo, la decana Gutiérrez viajó a Miami invitada por Latin Trade, una revista de negocios para América Latina. El 25 y 26 de febrero asistió a una reunión con otros siete decanos de Latinoamérica para discutir una metodología de ranking de MBA, y para lograr que al menos dos o tres revistas, diferentes a América Economía hagan el ranking de los programas de MBA de la región. Así mismo, el 27 de febrero viajó a Atlanta, con el propósito de vender el programa del Summit (mayo de 2005) con las grandes empresas, el gobernador y otros contactos.

Roberto Gutiérrez Poveda, profesor asistente, presentó la ponencia "Corporate Social Responsibility in Latin America" en el congreso académico Canadian Business for Social Responsibility Summit on CSR (Toronto, noviembre de 2004). De igual forma, habló sobre "Corporate Social Responsibility in Latin America: An Overview of Its Characteristics and Effects on Local Communities" en el Corporate Social Responsibility in the Promotion of Social Development: Experiences from Asia and Latin America and the Caribbean, Inter-American Development Bank (Tokyo, julio de 2004); y, trató el tema de "Experiences of Corporate Social Responsibility in Latin America" en el International Corporate Responsibility (Amsterdam, junio de 2004).

Santiago Rodríguez Raga, profesor, participó como conferencista en el Tercer Congreso de Riesgo Financiero con la ponencia Estudio de impacto del riesgo operacional en la banca colombiana, los días 4 y 5 de noviembre en Cartagena.

El profesor titular, *Manuel Rodríguez Becerra*, fue nombrado como presidente del Consejo Directivo del Foro de la Naciones Unidas sobre Bosques para el período 2004-2005. En calidad de tal, deberá presidir la Quinta sesión del Foro que tendrá lugar en Nueva York en la segunda y tercera semana de Mayo. El Foro es el máximo organismo de política sobre bosques a nivel global y en el tienen representación 178 países. Con miras a preparar la mencionada sesión, durante la semana del 24 al 28 de enero tuvo lugar en Guadalajara, una reunión organizada por Estados Unidos y México, con la participación cerca de 90 países, en la cual participó el profesor Rodríguez en su calidad de presidente.

NUEVOS DOCTORES

El profesor titular *Antonio Burbano* y el profesor asistente *Camilo Dávila* recibieron el título de Ph.D. en agosto de 2004. El profesor Burbano se graduó con concentración en mercado, con la disertación *The Effects of Repeated Exposures on Choice Behavior*; y el profesor Dávila con concentración en organizaciones, con la disertación *Forgiveness as a function of offense severity, apology extensiveness, and perceived sincerity*. En diciembre de 2004, obtuvo su título, el profesor asistente *Eric Rodríguez*. El profesor Rodríguez se graduó con concentración en Finanzas y su disertación se tituló *Conglomerate group affiliation and foreign direct investment*. Todos obtuvieron el grado en la Universidad de Tulane.

RECONOCIMIENTOS

La edición especial de la Revista Dinero, Historia Empresarial de Colombia 150 años, ganó el premio nacional de periodismo económico Anif. Esta distinción, la más importante del sector, reconoció el trabajo del equipo editorial de Dinero en su conjunto. Equipo editorial que incluye un profesor de planta de la Facultad, *Rafael Vesga* y un profesor de cátedra, *Carlos Andrés Vanegas*. Adicionalmente Proexport y Analdex otorgaron una mención de honor al trabajo, Los Negocios del TLC, en el que participaron los dos profesores mencionados y *Paula Durán*, secretaria general de la Facultad.

CENTRO DE ESTRATEGIA Y COMPETITIVIDAD

La Facultad de Administración de la Universidad de los Andes creó el Centro de Estrategia y Competitividad – CEC-, como plataforma institucional para generar conocimiento y contribuir al debate sobre la competitividad del país, las regiones, los clusters y las empresas, con especial énfasis en su estrategia empresarial, y dentro de ésta, su internacionalización. La motivación de su creación parte de la base de que para superar el gran reto que enfrenta Colombia en el ámbito de la competitividad están los fundamentos microeconómicos de la competitividad, es decir, el ambiente en el que se desarrollan los negocios de las empresas y en la calidad de la estrategia misma de la empresa.

Adicionalmente, el CEC está comprometido con ser el medio de análisis y difusión del estado de las negociaciones de los acuerdos de libre comercio en los que se encuentra comprometido Colombia.

Dentro de los principales objetivos del Centro se cuentan:

- Profundizar el entendimiento de los factores microeconómicos que determinan los aumentos en la productividad en el nivel nacional, regional y local;
- Apoyar a líderes del sector público, privado y de la sociedad en general en la generación de cambios que promuevan el desarrollo económico, entendiendo que el punto de partida debe ser un proceso de planeación estratégica participativo;
- Respalda la competitividad de clusters que propicien un mejoramiento en el ambiente de negocios y bienestar de la población;
- Jugar un papel clave en la relación universidad-gobierno-sector privado en torno a diversos proyectos de profundización de la competitividad;
- Apoyar a las empresas privadas en su proceso de definición estratégica a través del diseño de diversos marcos conceptuales para tal propósito.

En la actualidad, el Centro de Estrategia y Competitividad desarrolla actividades de investigación, docencia, capacitación y consultoría enmarcadas en cuatro programas: Tratados de libre comercio, Clusters y Competitividad, Estrategia empresarial y Agenda Interna. Una descripción

de estos programas se puede encontrar en la página del centro <http://cec.uniandes.edu.co>

Además viene ejecutando el Programa “Apoyo a la Competitividad de Clusters” financiado con recursos del BID/FOMIN, por un valor total de US\$ 6 millones de dólares. Este programa tiene como fin establecer un mecanismo institucional público-privado, con cobertura nacional, de apoyo al desarrollo competitivo de clusters que muestre incrementos verificables en la competitividad de por lo menos 8 clusters y 500 empresas participantes en cuatro años.

El CEC no podía estar ajeno a la elaboración de la Agenda Interna, o Plan de Competitividad que elabora el Gobierno Nacional con el concurso de las regiones y sectores económicos del país. Para esto conjuntamente con el Departamento Nacional de Planeación vienen ejecutando unas Jornadas de Reflexión Empresarial, donde los empresarios colombianos manifiestan sus inquietudes sobre temas transversales fundamentales para mejorar la competitividad del país. En este sentido, el CEC está desarrollando tres Jornadas de Reflexión Empresarial en temas como la innovación y desarrollo tecnológico, infraestructura y logística, y normatividad y trámites. Los resultados de estos eventos serán un insumo fundamental en la generación de la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad de Colombia.

El CEC cuenta con un *Observatorio del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos* que de forma permanente genera informes globales y por mesa de negociación, que le permite al sector privado seguir el curso de las negociaciones y visualizar sus posibles oportunidades y retos hacia el futuro. Como un soporte paralelo a los empresarios, el CEC ha elaborado matrices comparativas de los resultados obtenidos en acuerdos de libre comercio firmados por Estados Unidos con otras naciones. El sector agrícola ha recibido un particular interés dada su relevancia y sensibilidad.

Adicionalmente, el CEC viene trabajando en la elaboración de marcos conceptuales o metodologías para que las empresas le hagan seguimiento al tratado de libre comercio y ajusten sus estrategias para enfrentar tanto las amenazas que este tratado genera como aprovechas las oportunidades que se generan para entrar al mercado de los Estados Unidos.



CUMPLIENDO CON ESTÁNDARES INTERNACIONALES: LAS ACREDITACIONES

Por: Antonia Sanín, directora Desarrollo y Elvira Salgado, profesora asociada

La acreditación es la evaluación voluntaria u obligatoria por pares a la que se somete una institución educativa y/o sus programas y le confiere un sello de calidad que le indica a los *stakeholders* de la institución -estudiantes actuales y potenciales, profesores, egresados, empleadores- que los programas académicos ofrecidos cumplen con estándares de excelencia. Los organismos que otorgan las acreditaciones a nivel nacional son el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) y la Comisión Nacional de Doctorados y Maestrías (CNDM), ambos del Ministerio de Educación Nacional. A nivel internacional existen tres grandes agencias de acreditación para facultades o programas de administración o de negocios: la norteamericana AACSB y las europeas EQUIS de la EFMD y AMBA.

LAS AGENCIAS INTERNACIONALES

AACSB

En Estados Unidos, la acreditación se hace a través de agencias especializadas de carácter gremial y en el campo de la administración y la contaduría, la agencia es la AACSB Internacional (Association to Advance Collegiate Schools of Business). Esta fue creada en 1916 e inició sus programas de acreditación en 1919. En 2003, aprobó una nueva serie de criterios que sean relevantes y aplicables a todo tipo de programas en el mundo, iniciando con ello su internacionalización. Con su nueva serie de criterios, ahora la AACSB acredita no sólo instituciones orientadas a la investigación sino aquellas orientadas solamente a la enseñanza. La AACSB cuenta, a la fecha, con una red de 950 instituciones educativas, corporaciones y ONG que representan 71 países. Los miembros acreditados representan 24 países.

La misión de la AACSB comprende actividades en los siguientes campos: acreditación de programas de pregrado y postgrado en administración y negocios, y contaduría; provisión de información especializada sobre programas en estas áreas; servicios a sus miembros para ayudarles a insertarse en una red global de escuelas y facultades y comprender los temas globales fundamentales en la enseñanza de la administración; servicios de *advocacy* y de representación de los intereses de sus agremiados ante organismos estatales y ante la opinión pública.

La acreditación de la AACSB International busca garantizarle a los *stakeholders* de una institución a la que se le ha otorgado su sello, que la institución: administra sus recursos para lograr el cumplimiento de una misión relevante; ayuda a avanzar el conocimiento en su campo a través del trabajo académico de sus profesores; provee enseñanza de alta relevancia y calidad; cultiva una interacción plena de sentido entre profesores y estudiantes; y gradúa estudiantes que han logrado metas de aprendizaje definidas por la escuela.

EFMD y EQUIS

En Europa, los diferentes países tienen distintos modelos de acreditación estatal y la European Foundation for Management Development surgió como la asociación dedicada al desarrollo de la administración y gerencia, que promueve el intercambio y el diálogo activo entre las organizaciones académicas y las empresariales. Sólo posteriormente creó su propio proceso de acreditación, EQUIS. Actualmente la Efmd es una red que cuenta con 500 miembros institucionales y 12000 profesionales provenientes de la academia, de los negocios, la administración pública y la consultoría en 65 países, con sede en Bruselas. Tiene más de treinta años de experiencia en la prestación de servicios para escuelas de administración y negocios, y para corporaciones, que incluyen proyectos internacionales, conferencias, grupos de aprendizaje, publicaciones, *networking* para diversidad de grupos específicos, agremiaciones, certificaciones y acreditación.

La Efmd, entonces, administra EQUIS (European Quality Improvement System), que es un sistema internacional de evaluación y mejoramiento de la calidad, y de acreditación de instituciones de educación superior en el área de la administración de empresas y gerencia. Su objetivo principal es contribuir a la elevación de los estándares en la educación de la administración de empresas y facilita el establecimiento de estándares, el *benchmarking*, el aprendizaje mutuo y la diseminación de mejores prácticas a través de las fronteras nacionales. Al evaluar una institución o una facultad, EQUIS tiene tres criterios principales: la calidad de los programas, las relaciones con el mundo corporativo y la internacionalización de la escuela, y analiza la facultad en su conjunto, e.d. todos sus programas y actividades.



AMBA

AMBA es una asociación cuyos objetivos son: promover los programas de magíster en administración a instituciones, estudiantes potenciales y empleadores; aumentar la oferta y la demanda de estos programas; y asegurar la calidad de los programas y de los profesionales egresados de estos. Fue creado en 1967, en Inglaterra, y administra un programa de acreditación para programas de MBA. En este, se evalúan las características de una institución y sus programas MBA a la luz de unos criterios establecidos por el Consejo de AMBA, bajo una perspectiva guiada por el mercado, internacional e independiente. Estos criterios se revisan periódicamente para que reflejen los cambios en el entorno de negocios y de la gerencia.

EQUIS y AMBA tienen un enfoque más cualitativo (que la AACSB), donde se examina si la facultad (en el caso de EQUIS) o los programas de MBA (en el caso de AMBA) están cumpliendo su misión y cumplen con los estándares mínimos de calidad que a nivel internacional se han fijado.

En nuestro ámbito tenemos dos instituciones paralelas a la AACSB y EFMD, aunque no cumplen funciones de acreditación, el Consejo Latinoamericano de Escuelas de Admi-

nistración (CLADEA) y la Asociación Colombiana de Facultades de Administración (Ascolfa).

ESTADÍSTICAS

En la tabla 1 se observan estadísticas referentes a las tres agencias internacionales. Resaltan las diferencias muy grandes en número de instituciones acreditadas por cada agencia, lo que tiene que ver principalmente con la antigüedad de AACSB y la importancia conferida a esta práctica en Estados Unidos. Nótese que el 87% de instituciones acreditadas por esta agencia son estadounidenses y sólo recientemente surgió la preocupación de esta agencia por internacionalizarse, lo que conllevó a un cambio en sus criterios, como se mencionó anteriormente. El programa EQUIS tiene una situación diferente, ya que siendo un sello de origen europeo reúne la pluralidad de pares de la región. La EFMD tuvo una orientación más internacional y flexible en sus criterios desde el inicio, y por ello una proporción menor de instituciones acreditadas son europeas, el 69%. Las cifras para AMBA indican que el 74% son europeas. Sólo el 3% del conjunto de facultades o escuelas acreditadas ostenta los tres sellos y de estas el 95% son europeas.

**Tabla 1. Estadísticas sobre las tres grandes agencias acreditadoras internacionales para Facultades o Escuelas de Administración*

	AACSB	EQUIS	AMBA
Total Facultades/ Escuelas de Administración acreditadas	485*	71**	88***
Acreditadas también por AACSB	454 sólo acreditadas por AACSB	8	4
Acreditadas también por EQUIS	8	27 sólo acreditadas por EQUIS	17
Acreditadas también por AMBA	4	17	48 sólo acreditadas por AMBA
Acreditadas por las tres	19	19	19
	*420 son de Estados Unidos **49 son europeas ***65 son europeas		



En la tabla 2 se encuentra la información sobre escuelas en Latinoamérica. Hay 17 instituciones de 8 países, y se llevan el primer puesto México y Chile, ambos con 4 instituciones. AMBA es la agencia que más instituciones (9) ha acreditado,

seguida por la AACSB (8) y EQUIS sólo ha acreditado 4 instituciones. En esta tabla se debe resaltar la presencia de la Facultad de Administración de Uniandes como única facultad colombiana con acreditación internacional.

**Tabla 2. Facultades o Escuelas de Administración en Latinoamérica con acreditación internacional*

Agencia Acreditadora	Universidades/Escuelas	País
AACSB	Pontificia Universidad Católica	Chile
AACSB	Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE)	México
AACSB	Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)	México
AACSB	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey - Campus Monterrey	México
AACSB	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA)	Venezuela
AACSB, AMBA	Universidad Adolfo Ibañez	Chile
AACSB, EQUIS	Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas de Sao Paulo (EAESP/FGV)	Brasil
AACSB, EQUIS	INCAE	Costa Rica
AMBA	IAE, Universidad Austral	Argentina
AMBA	Pontificia Universidad Católica Argentina - UCA	Argentina
AMBA	Universidad del CEMA	Argentina
AMBA	Universidad de Sao Paulo, FIA	Brasil
AMBA	Universidad de Chile	Chile
AMBA	Universidad del Desarrollo	Chile
AMBA	ESAN, Escuela de Administración de Negocios para Graduados	Perú
EQUIS	Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, EGADE - Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas	México
EQUIS, AMBA	Universidad de Los Andes, Facultad de Administración	Colombia

*La información y los datos colocados en de las tablas No. 1 y 2 fueron tomados de las siguientes páginas Web a diciembre de 2004:
<http://www.efmd.be/equis/5.htm>
<http://www.aacsb.edu/accreditation/accreditedmembers.asp>
<http://www.mbaworld.com/index.php?content=accreditedlistall&mm=28&sm=8>

ESCUELA DE POSGRADOS

Magíster en Administración

PARTICIPACIÓN EN EL THUNDERBIRD - GLOBAL - INNOVATION CHALLENGE

Entre el 9 y el 17 de octubre, siete grupos de estudiantes del MBA de la Facultad de Administración participaron en el Thunderbird - Global - Innovation Challenge en Estados Unidos. La Innovation Challenge es la competencia más grande de MBAs de este tipo en el mundo. En el 2003, 750 estudiantes de 52 programas de MBA en 6 países participaron para ser coronados como MOST INNOVATIVE MBA TEAM in the World. Este año participaron 251 estudiantes de 81 universidades para 5 casos de distintas y reconocidas multinacionales: Sprint, Valvoline, Milton, Chiquita y Sunbeam. Uno de los grupos de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes ocupó el puesto número 6 con un Innovation Statement para Sprint.

DOS ESTUDIANTES DEL PMBA CREAN UNA REVISTA DEPORTIVA

Un sueño convertido en realidad. Eso es UNO, pasión por el deporte, una revista deportiva creada por un ingeniero industrial y un economista, uniandinos ambos, que se ma-

terializó por medio de un plan de negocios que estos profesionales desarrollaron en ejercicio de sus actividades académicas durante su paso por el Magíster en Administración Profesional (PMBA).

Ellos, el economista Luis Carlos Bravo y el ingeniero industrial Andrés Collazos, tenían en mente la creación de una empresa que, aparte de ser un buen negocio, les permitiera abordar un tema que los apasionara: la respuesta fue una revista deportiva. Se dieron a la tarea de explorar y conocer el mercado editorial, absolutamente extraño para ellos. Ello significó hacer una evaluación del mercado potencial, del nicho al que deberían apuntar, el diseño de la revista, la redacción de los contenidos, la impresión, la distribución, la fotografía, el manejo de correspondencias, la comercialización, entre otros aspectos necesarios para que la iniciativa se pusiera en marcha.

Con base en estos elementos y aprovechando que estaban cursando en esos momentos el PMBA, decidieron tomar el marco conceptual adquirido en el posgrado para llevarlo a la práctica a través del diseño de un plan de negocios, el cual se constituyó en su proyecto de grado. Allí empezó a concretarse el sueño de UNO, pasión por el deporte.

Especializaciones

El pasado 16 de febrero se cerraron las inscripciones para la promoción 43 de la Especialización en Finanzas y la promoción 35 de la Especialización en Mercadeo. Se presentaron en total 200 aspirantes a los programas de Especializaciones, de los cuales se admitieron al ciclo nivelatorio 63 a la Especialización en Finanzas y 54 a la Especialización en Mercadeo.

* Universidad donde realizaron el pregrado

	Mercadeo	Finanzas
Andes	25,9	36,5
Javeriana	11,1	14,3
Sabana	9,3	1,6
Rosario	5,6	---
Nacional	3,7	11,1
Externado	---	11,1

* Carrera de origen

	Mercadeo	Finanzas
Administración	35,18	12,7
Ingeniería	31,48	58,7
Diseño Industrial	7,4	---
Economía	5,55	15,9
Medicina	5,55	---
Otros	14,84	12,7

* Sector en el que trabajan

	Mercadeo	Finanzas
Financiero	15,38	32,2
Real	36,54	35,6
Servicios	48,08	32,2

* Género

	Mercadeo	Finanzas
Femenino	42,6	34,9
Masculino	57,4	65,1

* Los datos en los cuadros son porcentajes.

PUBLICACIONES

Lanzamiento serie Mejores Proyectos de grado

El 2 de noviembre, el Comité de Publicaciones y la dirección del Pregrado realizaron el lanzamiento de la serie Mejores Proyectos de Grado, dentro de la línea Monografías de Administración. El acto estuvo precedido por María Lorena Gutiérrez, decana de la Facultad y Ana Cristina González, directora del Pregrado.

Se presentaron los ocho primeros proyectos de grado del Pregrado, que han sido distinguidos con su publicación dentro de esta categoría. Estos son:

- **1. Monografía 69**, Macao: Puerta de entrada en China para Colombia, Ana María Villa, 2003. Asesor: Jaime Barrera.
- **2. Monografía 71**, El efecto de las leyes de intervención económica en las Pyme. Un estudio comparativo, Tatiana Andrea Quiñónez Vejarano, 2003. Asesor: Eric Rodríguez.
- **3. Monografía 72**, Riesgos de corrupción en la administración pública: recomendaciones para superarlos, Natalia Andrea Otero Bahamón, 2003. Asesora: Nubia Urueña.
- **4. Monografía 75**, Participación y control ciudadano, José Guillermo Ramírez León, 2003. Asesora: Nubia Urueña.
- **5. Monografía 76**, Empresarios de e-business en Colombia (1997-2001). Pasado y presente de los nuevos empresarios, Carolina Barrera Giraldo y Ana Cristina Mantilla Benítez, 2003. Asesor: Carlos Dávila.
- **6. Monografía 78**, El mercado de alimentos: Las tiendas de descuento alemanas – los supermercados colombianos, Diana Patricia Saldarriaga Farfán, 2004. Asesor: Carlos Mansilla.
- **7. Monografía 80**, La exportación de café verde en Colombia desde la perspectiva del riesgo financiero de precios, César Camilo Cuervo. Asesores: Luis Alberto Godoy y María Lorena Gutiérrez.
- **8. Monografía 81**, Predicción de potencial exportador de las Pymes colombianas, Daniella Laureiro y Alejandra Marín. Asesora: Luz Marina Ferro.

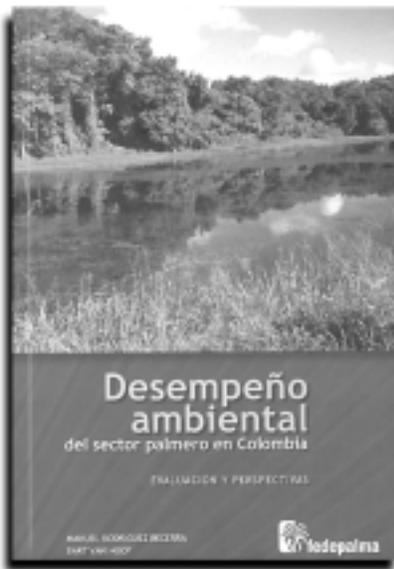


De izquierda a derecha: Carolina Barrera; Ana Cristina González, directora del Pregrado; María Lorena Gutiérrez, decana; Natalia Otero; César Cuervo; Ana María Villa; Alejandra Marín y Daniella Laureiro.

Libros

Emprendimientos sociales, Ashoka - Facultad de Administración, Universidad de los Andes, publicación del texto en castellano, Bogotá, 2004.

Conscientes de los desafíos de los emprendedores sociales y sus organizaciones, Ashoka y MacKinsey resolvieron invertir en la idea de transferir para el sector social algunas de las herramientas y conocimientos utilizados tradicional y específicamente para el fortalecimiento del sector privado. Fue necesario un trabajo exhaustivo y crítico de investigación de búsqueda y de adaptación de la metodología en el contexto social. El resultado es este libro: una metodología de planes de negocios para organizaciones sociales, que se espera sea útil para las organizaciones sociales en su proceso de profesionalización. Publicación en castellano financiada por la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.



Desempeño ambiental del sector palmero en Colombia. Evaluación y perspectivas, Manuel Rodríguez Becerra y Bart Van Hoof, Fedepalma, Bogotá, 2004.

Esta publicación tiene como propósito describir y analizar la evolución, tendencias y perspectivas de la Agroindustria de la Palma de Aceite en Colombia en materia ambiental. Se explora qué tan compatible es esta agroindustria con el medio ambiente, y cómo se podría convertir lo ambiental en una fortaleza para su competitividad. El estudio incluye el análisis de la situación, prioridades actuales y posibles desarrollos de la gestión ambiental en esta actividad agroindustrial.

SERIE TESIS DOCTORALES

Análisis de la competitividad y el equilibrio de las organizaciones en el uso de los recursos, Raúl Sanabria Tirado, Universidad de los Andes - Facultad de Administración, Bogotá, 2004

La medición de las ventajas competitivas en las organizaciones es un asunto complejo, pues éstas se forman con activos tangibles e intangibles; el parámetro VCR permite cuantificar el efecto de los activos intangibles en la ventaja competitiva. En el modelo denominado ACE que contiene tres orientadores estratégicos: Ambición, Creatividad y eficiencia, se agruparon los recursos más relevantes en las estrategias de mercadeo. Estos son algunos de los temas que explica este documento.



Fortalezas de Colombia, Fernando Cepeda Ulloa, Ariel - Ciencia Política, Bogotá, 2005.

A diferencia de otros análisis que abundan en la multiplicidad de males que golpean al país, en este libro se recopilan escritos realizados por colombianos y colombianistas que dan una visión integral sobre las fortalezas institucionales del país que no pueden ser ignoradas. El lector se sorprenderá al encontrar un conjunto tan amplio de instituciones sólidas que constituyen la espina dorsal de una evolución histórica que ha permitido a Colombia afrontar desafíos sociales, políticos y económicos.

Cuaderno de trabajo

Roberto Gutiérrez Poveda, *Propuesta metodológica para taller de reflexión sobre el desarrollo de base*, RedEAmérica, Bogotá, 2004.

Capítulos en libros

Roberto Gutiérrez Poveda, "Apoyo a los proveedores para aumentar la competitividad" en Antonio Vives y Estrella Peinado-Vara (eds.), *La Responsabilidad Social de la Empresa como Instrumento de Competitividad*, Washington: BID, 2004, pp. 30-33.

Monografías

80

La exportación de café verde en Colombia desde la perspectiva del riesgo financiero de precios

César Camilo Cuervo.

Asesores: Luis Alberto Godoy y María Lorena Gutiérrez.

Bogotá, 2004, 110 páginas.



81

Predicción de potencial exportador de las Pymes colombianas

Daniella Laureiro y Alejandra Marín.

Asesora: Luz Marina Ferro. Bogotá

2004, 80 páginas.

Cátedra Corona

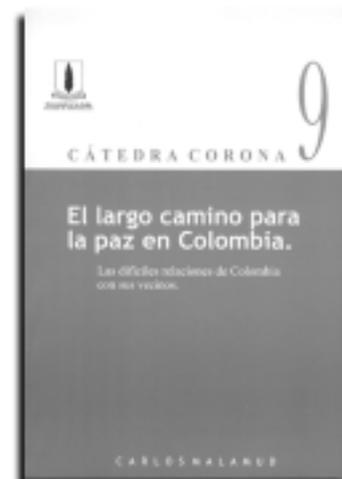
9

El largo camino para la paz en Colombia.

Las difíciles relaciones de Colombia con sus vecinos

Carlos Malamud.

Bogotá, 2004, 116 páginas.



10

Responsabilidad social corporativa como estrategia de negocio

Henry Gómez y Patricia Marquez.

Bogotá, 2004, 50 páginas.



Actualidad: Discusiones y propuestas

**# 4**

Parte I - Los grupos armados ilegales en Colombia: nuevas perspectivas

Parte II - Mercados financieros internacionales

Moderador: Eduardo Robayo Salom

Bogotá, 2004, 44 páginas.

5

Perspectiva de la economía colombiana para el 2005

Moderador: Eduardo Robayo Salom

Bogotá, 2005, 33 páginas.

