

Llega la Feria de Empleo

Talentum Unisabana

La Dirección de Alumni Sabana lanza la Feria de Empleo Talentum Unisabana, a través de la cual conectará a su comunidad de graduados con las mejores opciones laborales.



Leer +

La Sabana llega a la Presidencia de la Junta Directiva de Acefit

Erika Latorre Quimbayo, estudiante de Fisioterapia de La Sabana, representará a la comunidad universitaria como presidenta de la nueva Junta Directiva 2022-2023 de la Asociación Colombiana de Estudiantes de Fisioterapia.



Leer +

Extractos de los fondos de pensiones en Colombia: clara la rentabilidad, pero no el costo

Así puedes saber cómo calcular la rentabilidad anual de tu ahorro de pensión y los descuentos que debes pagar al fondo que administra tu dinero.

Leer +

¡Continúan la innovación curricular y el aprendizaje experiencial Unisabana!

Conoce algunas de las iniciativas que se están desarrollando en la Universidad, en el marco de la metodología del aprendizaje por proyectos.

Leer +



La Sabana
presente en la



filbo[®]
Feria Internacional del Libro de Bogotá

19 AL 2
ABRIL MAYO

Asociación Colombiana de Estudiantes de Fisioterapia

La Sabana llega a la Presidencia de la Junta Directiva de Acefit



Erika Latorre Quimbayo, estudiante de Fisioterapia de la Universidad de La Sabana, representará a la comunidad universitaria como presidenta de la nueva Junta Directiva

2022-2023 de la Asociación Colombiana de Estudiantes de Fisioterapia (Acefit).

Su interés por el servicio y el cuidado del otro fueron las razones que reafirmaron su decisión para estudiar Fisioterapia, carrera en la cual potenció muchas habilidades, como el liderazgo, el servicio y la cordialidad. Así, de acuerdo con Erika, gracias a su amor por esta disciplina y por las personas conoció a la Asociación.


La participación de los estudiantes de La Sabana en asociaciones de alto prestigio nacional e internacional reafirma el compromiso de la Universidad y de los futuros profesionales con la sociedad.

Para Erika, pertenecer a Acefit como presidenta de su nueva Junta Directiva 2022-2023 representa un paso significativo para su crecimiento personal y profesional. “Mi intención de pertenecer a esta Asociación surge a partir

de los ideales y valores que plantea, tanto para estudiantes como para profesionales”.

Asimismo, para la Facultad de Enfermería y Rehabilitación también simboliza un camino lleno de esfuerzo y arduo trabajo, pues evidencia la labor de brindar a sus estudiantes una educación humana y con sentido social. Con ello, la Facultad sigue en constante actualización en temas de gran impacto e interés en el ámbito de la fisioterapia nacional e internacional.

Además, gracias a la participación en Acefit, puede aportar a la construcción en diferentes ámbitos de la fisioterapia desde sus aulas de clase, potenciando en los estudiantes habilidades profesionales como el liderazgo, el trabajo en equipo y el sentido de responsabilidad social. Erika asegura que pertenecer al programa de Fisioterapia de la Universidad de La Sabana le permitió desarrollar otras capacidades: pensamiento estratégico, comunicación digital, manejo del tiempo, trabajo en equipo, entre otras, las cuales fueron un factor fundamental para el nuevo reto que está asumiendo.

La participación de los estudiantes de La Sabana en asociaciones de alto prestigio nacional e internacional reafirma el compromiso de la Institución y de los futuros profesionales con la sociedad, ya que, desde su quehacer, trabajan constantemente en aportar al mundo como profesionales y como personas. 



La Sabana presente en la



filbo®

Feria Internacional del Libro de Bogotá



19 AL **2**
ABRIL MAYO

FERIA PRESENCIAL
EN CORFERIAS
FERIADELLIBRO.COM

#LaFILBoVuelve    @FILBogota



REPÚBLICA DE COREA, PAÍS INVITADO DE HONOR

Del 25 al 30 de abril

¡PREPÁRATE PARA ELEGIR!

Es momento de *vivir*
una nueva experiencia
y probar *nuevos sabores.*



Descubre

Experiencias en la implementación del aprendizaje por proyectos

¡Continúan la innovación curricular y el aprendizaje experiencial Unisabana!

Te invitamos a conocer las siguientes iniciativas que se están desarrollando en la Universidad, aplicando la metodología del aprendizaje por proyectos.

Enseñanza para la comprensión

Ana María Ternent, profesora y directora de Maestrías y Especializaciones de la Facultad de Educación, implementa actualmente la metodología del aprendizaje por proyectos en sus clases de posgrado, con el fin de que los estudiantes (en su mayoría profesores de colegio) diseñen y desarrollen temáticas de su programación normal de clases, en el marco del proyecto *Enseñanza para la comprensión*. Esta iniciativa es relevante para la práctica profesional, debido a que se espera que el producto final sea implementado en sus entornos laborales.

Psicología organizacional

Actualmente, se están desarrollando varios proyectos con la empresa Nutrilink en diferentes asignaturas de la Universidad. Uno de estos está relacionado con la creación de procesos para medir la satisfacción de los clientes y está siendo desarrollado entre las facultades de Psicología e Ingeniería.

En el siguiente video, el profesor Juan Guillermo Sandoval habla sobre el papel que ha desempeñado la Facultad de Psicología en este proyecto.





Lo valioso es el proceso colaborativo de hacer la investigación y dar retroalimentación continua.

Ana María Ternent

Champion de Aprendizaje Experiencial y directora de Maestrías y Especializaciones de la Facultad de Educación



Los estudiantes, a partir de una pregunta de investigación, han realizado una encuesta validada por jueces y próximamente probada.

Juan Guillermo Sandoval

Profesor asistente de la Facultad de Psicología

¿Quieres incorporar esta metodología en tus asignaturas pero no sabes cómo?

Asiste a los encuentros de cocreación de aprendizaje experiencial en el Centro de Innovación Curricular, donde recibirás asesoría y trabajarás con otros profesores que llevan a cabo procesos similares. El Centro está ubicado en el segundo piso de la Biblioteca, frente al ascensor. Para más información, escribe al correo

laura.bermudez3@unisabana.edu.co

Si quieres conocer más sobre la metodología, te invitamos a conocer nuestra publicación del mes. [Haz clic aquí.](#)

También puedes conocer más testimonios de profesores que han implementado la metodología, haciendo clic [aquí.](#)



Llega la Feria de Empleo Talentum Unisabana

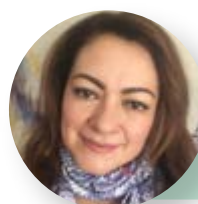
La Dirección de Alumni Sabana, teniendo en cuenta los retos a los cuales se enfrentan los profesionales en el mundo laboral, lanza la Feria de Empleo Talentum Unisabana, a través de la cual conectará a su comunidad de graduados con las mejores opciones laborales.

En 2021, la Universidad lanzó Talentum Unisabana, una plataforma digital práctica y de fácil acceso, orientada hacia la consolidación y sistematización de las oportunidades de empleo en una sola herramienta, permitiéndole a la Universidad aumentar la eficiencia en los procesos de vinculación de estudiantes y graduados con las instituciones externas. De esta manera, se han podido aprovechar al máximo las oportunidades existentes y se ha mejorado integralmente la experiencia con sus aliados empresariales.

Así mismo, la plataforma busca darle visibilidad a las empresas y facilitar la publicación de las oportunidades de empleo que ofertan, relacionándolas con el talento de la Universidad de La Sabana, reconocida a nivel nacional por ofrecer graduados que se caracterizan por la excelencia en su formación académica y humanística.

En la feria, los graduados de la Universidad de La Sabana podrán acceder a las vacantes dispuestas en la plataforma, de empresas como Adidas, Falabella, Avianca, Henkel, Llorente y Cuenca y Aporte en Línea. Así mismo, podrán participar en tres conferencias que se transmitirán por

Microsoft Teams, las cuales buscan ofrecer herramientas que les permitan gestionar sus objetivos profesionales, acompañándolos en la identificación de sus metas de carrera, el reconocimiento del contexto y de su situación actual, y la construcción de su propia estrategia de gestión profesional e inserción laboral:



“¿Cómo diferenciarse en un proceso de selección?”

Conferencista: Erika Bunch,
Human Resources Director at Vicky Form

Lunes, 25 de abril 6:00 p. m.

<http://tiny.cc/comodiferenciarse>



“¿Qué talento buscan las startups?”

Conferencista: Andrea Cabrera,
Talent Acquisition Manager for Latam Siigo

Martes, 26 de abril 6:00 p. m.

<http://tiny.cc/quetalentobuscan>



“¿Cómo hacerme visible para un Head Hunter?”

Conferencista: Juan Camilo Escovar Szauer,
gerente general de Head Hunters International

Miércoles, 27 de abril 6:00 p. m.

<http://tiny.cc/comohacermevisible>

La Universidad, a través de Alumni Sabana, apoya de manera integral a todos los graduados de pregrado y posgrado de la Institución.

De esta manera, Alumni Sabana continúa aportando a la empleabilidad, generando espacios de conexión entre las empresas y su comunidad de graduados, para que los Alumni puedan seguir aportando y construyendo sociedad por medio de un trabajo bien hecho. 🐦

El camino a cero

Por: Iván Duque, presidente de la República de Colombia

Los retos de Colombia para acercarse a cero emisiones de gases de efecto invernadero y de carbono.

Fecha: miércoles, 27 de abril

Hora: 10:00 a. m.

Sigue la transmisión a través de
<https://www.unisabanamedios.com/>
y los diferentes canales institucionales.



Cómo exportar nuestros productos y servicios



Luis Fernando Silva Mateus, director de las especializaciones en Gerencia Logística y Gerencia de Producción y Operaciones del Instituto Forum, habló con el equipo de **Campus Periódico** sobre cómo vender y exportar productos colombianos.

Campus Periódico: ¿Cómo diseñar un plan que me permita vender mis productos en el exterior?

Luis Fernando Silva: Para responder a esta pregunta, es muy importante establecer tres aspectos generales:

- 1.** Determinar el producto o servicio que tengo disponible para exportar.
- 2.** Hacer una identificación clara del nicho y el país al cual llegará el producto o servicio. Esto es importante porque el nicho, el consumidor al cual quiero llegar, puede tener unas necesidades diferentes o apreciar el producto de manera distinta, lo cual tiene que ver con el entorno cultural.
- 3.** Conocer muy bien la legislación del país al cual se va a exportar. Esto nos va a ayudar

a determinar un contexto bien importante sobre los costos y las barreras logísticas que podemos tener a la hora de llegar con un producto o servicio a un país completamente diferente al nuestro.

C. P.: ¿Qué estrategias se pueden poner en marcha para hacer exportaciones exitosamente?

L. F. S.: Una vez hemos determinado quién es nuestro cliente, si es el usuario final o si es una compañía, es muy importante hacerle seguimiento a las condiciones en las que va a necesitar el producto o servicio en su país. En este orden de ideas, también es primordial enviar muestras, hacer un acercamiento para que el cliente se permean más de las condiciones,

las características y las bondades que tiene nuestro producto. Esta es una estrategia clave para empezar a consolidar el posicionamiento en el país y formalizar un relacionamiento con el cliente. Una vez tenemos esta estrategia de consolidación, es necesario revisar la competencia; es decir, qué productos o servicios suplementarios pueden competir con mi producto.

Otros puntos muy importantes son la estrategia y los costos logísticos. En esta estrategia es vital evaluar la posibilidad de tener un aliado logístico que ayude en la identificación de los costos, facilite la entrada al país y permita mantener un flujo constante de la prestación del servicio o el producto.

C. P.: ¿Qué consejo o recomendaciones les da a las personas que están interesadas en realizar procesos de exportación de sus productos?

L. F. S.: Bueno, mi primer consejo es acercarnos a las cámaras de Comercio o a Proexport Colombia, ya que ayudan a determinar cuáles son las condiciones que nos exigen los países extranjeros para poder llegar con nuestro producto o servicio.

Mi segundo consejo es tener un factor diferencial. Que nuestro producto o servicio tenga innovaciones, un sello propio. Eso ayuda a conectarnos más con el cliente y marca una ventaja competitiva.

Mi tercer consejo es que lo hagan, que se arriesguen, que se presenten y que investiguen porque los productos y los servicios colombianos son muy apetecidos en todo el mundo. Que podamos trasladar ese sentir, esa calidez que nos llena a los colombianos y nos da una ventaja realmente competitiva a la hora de llegar a un mercado y un país diferentes. 🐦



// En esta estrategia es vital evaluar la posibilidad de tener un aliado logístico que ayude en la identificación de los costos, facilite la entrada al país y permita mantener un flujo constante de la prestación del servicio o el producto. //

Comunicación corporativa, entre el consumidor y el profesional



Por Hilba Guzmán Romero,
directora de programa de
Comunicación Corporativa.


El Día Internacional de los Derechos del Consumidor celebrado recientemente, declarado por las Naciones Unidas y con origen en lo anunciado por John F. Kennedy en 1962 ante el Congreso de Estados Unidos, me animó a escribir sobre la importancia del rol del comunicador corporativo como interlocutor entre las organizaciones, las marcas y sus públicos, lo cual —en mi concepto— nos lleva a que seamos garantes de promover los derechos y deberes de unos y otros (organizaciones y *stakeholders*).

¿Cómo se logra esto? El comunicador corporativo debe propiciar que los empleados de toda organización conozcan, comprendan y sepan generar conversación en torno a temas fundamentales para su gestión y para el consumidor, como: opciones de su portafolio, recomendaciones de uso —consumo de sus productos o servicios, ocasiones de consumo según aplique, canales de asesoría, puntos de experiencia— atención y asesoría al cliente, estándares de servicio, canales para compartir reclamos y quejas o trámites de garantía, por citar los más recurrentes.

El profesional también deberá estar en

la capacidad de asegurar sincronismo, oportunidad, coherencia y alineación entre la comunicación interna, externa, el mercadeo, la publicidad y las prácticas de relaciones públicas que tenga la compañía; dimensiones que aborda la comunicación corporativa de manera integral y estratégica. El mensaje que percibo como cliente (entendiendo cliente como “todo aquel que no soy yo”) debe ser el mismo que me conecta en la publicidad de la marca, en las activaciones de marca que se realicen en los puntos de venta, en las iniciativas de los canales digitales, en el *contact center*, en las experiencias y relatos que conozca de sus empleados, en las declaraciones de prensa de sus directivos y voceros, en las diversas actividades que lidere la organización. El comunicador corporativo tiene la misión de velar por una comunicación comercial responsable, que permita al cliente tomar la mejor decisión con la mayor y mejor calidad de información posible sobre la marca, su portafolio y buenas prácticas.

Es entonces un compromiso constante y un reto permanente para el comunicador corporativo estar actualizado en conocimientos sobre conceptos, prácticas y legislación acerca



El comunicador corporativo tiene la misión de velar por una comunicación comercial responsable, que permita al cliente tomar la mejor decisión con la mayor y mejor calidad de información posible. //

de publicidad, defensa del consumidor y comunicaciones de mercadeo. Por lo tanto, para honrar al consumidor respetando su confianza y tiempo e incentivando una mejor experiencia, será necesario tener en cuenta:

1. **Promover** conciencia sobre el consumo responsable en todo tipo de categoría e industria.
2. **Segmentar** experiencias y contenidos priorizando aquellos que acompañan mejor a los consumidores, según sus necesidades, contexto y momento de vida.
3. **Asegurar** que la información de los canales esté siempre al día.
4. **Generar** acciones con valor, compartiendo el propósito de la marca y procurando que los contenidos y experiencias inviten al consumidor a ser responsable consigo mismo y aportando en su salud (aprendizaje valioso que heredamos de la pandemia según destaca Euromonitor 2021), en su relación con los demás y con el planeta.
5. **Gestionar** mejoras en la estrategia de comunicación y relacionamiento a partir de hechos y datos, cada vez más disponibles en la era digital.

Ahora bien, el consumidor debe asegurarse de entender y conocer hasta la letra chica antes de decidir; el comunicador debe garantizar que la letra chica sea grande en oportunidad, suficiencia, disponibilidad y claridad. Como resultado, se estrecharán vínculos de confianza a partir de la interacción, generando valor, tanto a la organización como a sus públicos —incluidos los consumidores—, educando, generando conciencia, informando y promoviendo el cambio en los comportamientos, en el marco de la ética y la justicia. 🐦



Extractos de los fondos de pensiones en Colombia: clara la rentabilidad, pero no el costo



Por Laura Fuerte, jefe del Departamento de Economía de la Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas.

La reciente discusión sobre las pensiones en Colombia ha suscitado todo tipo de reacciones, pero, más aún, ha evidenciado el nivel de desconocimiento sobre el tema. Para el ciudadano común, el extracto de pensiones que se recibe trimestralmente es lo más cercano que tiene a la mano para entender qué tiene y qué sucede en el tiempo con el dinero de su pensión.

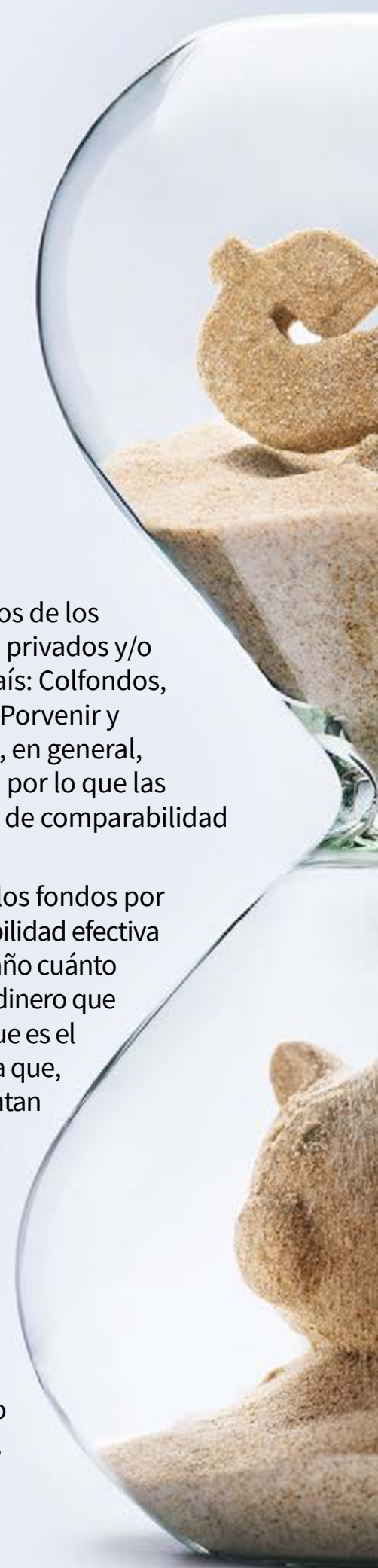
Particularmente, en la circular 028 de 2018 de la Superintendencia Financiera de Colombia, se modificó la forma como se debe presentar la información del extracto pensional a todos los afiliados; esto con el objetivo de establecer un formato único que estandarizara la forma de presentar la información sobre los recursos pensionales y con el propósito de mejorar el entendimiento de la información. Sin embargo, a pesar de la modificación, considero que aún se presentan fallas en la claridad sobre la rentabilidad y los costos de administración del dinero manejado por el fondo.

En el actual formato, la información provista no facilita las comparaciones directas entre qué tan rentable es su dinero pensional versus los costos de administración cobrados. Examinando

los formatos de los extractos de los cinco fondos de pensiones privados y/o públicos presentes en el país: Colfondos, Colpensiones, Protección, Porvenir y Skandia, se encuentra que, en general, el formato es casi idéntico, por lo que las conclusiones sobre la falta de comparabilidad aplican igual para todos.

De manera general, todos los fondos por ley deben reportar la rentabilidad efectiva anual, es decir, durante un año cuánto obtuvo de ingresos extra el dinero que ahorramos para pensión (que es el 10.5 % de nuestro salario, ya que, aunque por ley nos descuentan el 16 % de lo que ganamos¹, en realidad ahorramos el 10.5 % cuando se le resta el 5.5 % de deducciones). Sin embargo, las deducciones se hacen de manera mensual y no se calculan sobre la base de cotización, que es el dinero administrado por el fondo,

1. Para salarios no integrales. El salario integral se calcula sobre el 70 % del salario y, si se es independiente, se calcula sobre el 40 % de los ingresos.





sino sobre el total del salario que se devenga como empleado. Esto aplica también para los cobros de comisiones de administración y seguros que, según la Ley 797 de 2003, no pueden superar el 3 % del salario.

Entonces, mientras la rentabilidad se calcula sobre el monto ahorrado, los costos se calculan sobre el salario devengado. Mientras la rentabilidad del dinero de pensión está expresada de manera efectiva anual, los costos están cobrados de manera mensual sobre el total del salario, lo cual puede llevar a confusiones. En efecto, para hacer una comparación entre el dinero que nos ganamos por los rendimientos de los recursos que ahorramos para pensión y los costos que nos cobran por administrarlos, se requiere conocimiento en matemáticas financieras. Es decir, ni es sencillo ni mucho menos facilita la tarea a un ciudadano que quiera entender mejor lo que sucede con sus recursos. Por lo tanto, se requieren cálculos adicionales y especializados para determinar la rentabilidad neta (en la que se establecen los ingresos y gastos asociados a la administración de su ahorro pensional²).

Para ilustrar la situación, a continuación, un ejemplo con el formato típico de un extracto de pensiones.

Imagínese que usted se gana \$1'000.000.

Así se vería su extracto³:

Aquí se reporta la rentabilidad efectiva anual del dinero que usted ahorra para pensión (el % que usted gana)

Rentabilidad del fondo	Rentabilidad mínima obligatoria	Rentabilidad cuenta individual⁴ (Fondo moderado)
10.00 %	6.00 %	10.00 %

Movimientos de mi cuenta de ahorro individual

Período	Días cotizados	Concepto	Salario sobre el cual coticé	Monto	Deducciones				Suma abonada a mi cuenta de ahorro individual
Mes Año	30	Nombre empleador	\$1'000.000		Comisión de administración AFP (1 %)	Prima por seguro de invalidez y sobrevivencia (2 %)	Aportes al fondo de garantía de pensión mínima (1.5 %)	Aportes al fondo de seguridad pensional (1.5 %)	Suma abonada a mi cuenta de ahorro individual
					\$10.000	\$20.000	\$15.000	\$10.000	\$105.000

Este es el costo de administrar lo que usted ahorra al mes.
Se calcula del 1% de su salario

Este es lo que usted está efectivamente ahorrando para su pensión de deducciones.

2. Dejo de lado el tema de seguros asociados al ahorrador pensional.

3. Vale la pena anotar que ningún extracto muestra el total de cobro de comisiones obligatorias acumuladas al trimestre, que es como se reporta el extracto; solo se reportan las voluntarias, que en su mayoría tienden a ser cero para los ahorradores que no presenten aportes voluntarios.

4. Rentabilidades hipotéticas, pero cercanas a las reportadas en diciembre de 2021 en un fondo moderado.

Para el ciudadano común, el extracto de pensiones que se recibe trimestralmente es lo más cercano que tiene a la mano para entender qué tiene y qué sucede en el tiempo con el dinero de su pensión.

A usted, de su millón de pesos, le descontarían \$160.000, pero ahorra efectivamente a su pensión \$105.000, ya que sus deducciones suman \$55.000. En seguros usted pagaría \$20.000, más aportes a fondos obligatorios, que serían \$25.000 pesos y la comisión de administrar los \$105.000 que usted ahorra, es decir, \$10.000. Si comparamos lo que le cobran por administrar la pensión con el monto efectivamente administrado por pensión, el cobro es del 9.52 % ($\$10.000/\$105.000 = 9.52\%$) de la suma abonada a su cuenta de ahorro pensional. Si quisiéramos calcular la rentabilidad neta anual (es decir, lo que se gana su dinero menos lo que paga porque le administren su dinero al año), tendríamos que el dinero cotizado en pensión sería: $\$105.000 \times 12 \text{ meses} = \$1'260.000$. Dado que su dinero rentó el 10.00 % que nos muestra el extracto, tendríamos \$126.000 de ganancias a final de año. No obstante, a esto le tenemos que restar los costos de administración que son \$10.000 mensualmente (9.52 % de lo que usted ahorra), que al año serían $\$10.000 \times 12 \text{ meses} = \120.000 , que son pagados en

comisiones de administración. Por lo que la rentabilidad neta (una vez ya pagamos los costos de administración) anual es del 0.43 % (10 % menos 9.52 %, aproximadamente) de su dinero ahorrado en pensiones. Es decir que, del \$1'260.000 ahorrado en pensión, usted habrá efectivamente ganado \$54.180 más aproximadamente al final del año⁵, algo que está muy lejos del 10 % que pareciera nos ganamos en rentabilidad, según el extracto.

Esa debería ser la rentabilidad que se debería dejar clara en cualquier reporte de inversión que quiera facilitar el entendimiento al lector y que, además, le permita a un ahorrador pensional entender en realidad cuánto efectivamente está rentando su dinero, una vez pagado todo lo que debe pagar. Más aún, si se quisiera proveer mayor claridad y promover mejores decisiones por parte de los ahorradores sobre qué tan bien se ha desempeñado el fondo frente a sus competidores, debería incluirse una tabla comparativa de las rentabilidades netas de los cinco fondos de pensiones presentes en el país. 🐦

5. Y esto sin incluir que a la rentabilidad neta se le debería descontar la inflación anual (que es la pérdida del valor de ese dinero) para obtener la rentabilidad real. Que en nuestro caso sería 0.43 % de rentabilidad neta menos 5.62 % que fue la inflación anual en el 2021. Es decir que en realidad el dinero ahorrado en mi pensión perdió el 1.25 % de su valor en el año, es decir, \$15.750 de los \$1'260.000 ahorrados. Al final del año sus ahorros en pensión realmente equivaldrían a \$1'244.250.

Ten en cuenta

Y a la Biblioteca...

¿qué libros han llegado?



Accountability of Google and other Businesses in Colombia. Personal Data Protection in the Digital Age

Autoras: Vivian Newman Pont y María Paula Ángel

Ubicación: segundo piso

Código: 005.8 N551a



Jóvenes, máquinas y software. Reinventar los usos para educar mejor

Autores: Rocío Gómez Zúñiga, Julián González Mina y Rocío Rueda Ortiz

Libro electrónico – Digitalia
Hispanica



Tecnologías para la formación de profesionales en educación

Autores: Israel Caraballo Vidal, Francisco José Ruiz Rey, Daniel Cebrián Robles y Antonio Alías García

Libro electrónico – EBSCOhost



Nostalgia y trascendencia. En busca de aquel que es

Autor: Rafael Tomás Caldera

Ubicación: segundo piso

Código: 248 C146n Ej.1



Guía HBR. Relaciones de poder en la oficina

Autora: Karen Dillon

Libro electrónico – Digitalia



Guías HBR. Liderando equipos

Autora: Mary Shapiro

Libro electrónico – Digitalia



Nuestro sello

Reconocimientos por servicios prestados

Luz Ángela Vanegas Sarmiento



Directora de
Desarrollo Profesional

Dirección de
Desarrollo Profesional

30 años de
servicios prestados

“Hoy, al mirar 30 años atrás, me siento muy bendecida, satisfecha y supremamente afortunada de decir que los sueños con los que empecé se han hecho realidad.”

“Cuando inicié mi trayectoria profesional en la Universidad de La Sabana, mi mayor deseo era tener un futuro prometedor y, especialmente, formar parte de una institución que valorara mis capacidades y me permitiera crecer profesional, personal y familiarmente.

Contando siempre con el apoyo de Dios y de personas magníficas que me han acompañado durante estos 30 años de trabajo, he logrado adquirir un profundo conocimiento del acontecer y la evolución de la Universidad, lo cual me ha permitido contribuir a su crecimiento desde las diversas actividades y cargos que he asumido. Aprendí nuevas estrategias para implementar y hacer vida el Proyecto Educativo, enriquecer los procesos académicos y acompañar a las unidades académicas, especialmente a sus profesores, en el desarrollo de su vocación como maestros de vida.

Creer junto con una organización y ser feliz en ella implica, además, mantener una disposición al aprendizaje constante; aceptar a diario nuevos desafíos y retos para generar cambios y transformaciones que nos enriquezcan personal y profesionalmente, que hagan crecer a los demás miembros de la comunidad universitaria y que, a su vez, preserven la excelencia académica y el cuidado de las personas; pilares esenciales que promueve la Universidad.

Por eso hoy, al mirar 30 años atrás, me siento muy bendecida, satisfecha y supremamente afortunada de decir que los sueños con los que empecé se han hecho realidad.

Mi gratitud a la Universidad de La Sabana, que, gracias a sus principios, valores y excelencia, ha hecho gratos estos 30 años de servicio. 🎧 🐦



Conoce lo que la **Zona Laboral** tiene para ti

✦ Haz clic **aquí**.



¿Cansado de ver las mismas películas y documentales?

Te presentamos **#DigitaliaFilmLibrary**.

¡Sabemos que te encantará!

Haz clic aquí.



Campus periódico hace parte del sistema de medios de Comunicación Institucional de la Universidad de La Sabana.

Dirección y Edición General
Adriana Patricia Guzmán de Reyes
Cristina Macías Echavarría

Coordinación de contenidos
Natalia Alejandra Garzón
Anamaría Monroy Rodríguez

Gestión de contenidos
Gestores de Comunicación de la Universidad de La Sabana

Corrección de estilo
Jairo Valderrama Valderrama
Cristina Sánchez (Grafoscopio)

Fotografía
Dirección de Comunicación Institucional

Contenidos audiovisuales
Laura María Pazmiño
María Alejandra Vázquez

Diseño y diagramación
Grafoscopio

Campus, periódico de la Universidad de La Sabana. Campus del Puente del Común, km 7, Autopista Norte de Bogotá, Chía, Cundinamarca, Colombia. Teléfonos: 861 5555 - 861 6666

CAMPUS COPYRIGHT © 2022 UNIVERSIDAD DE LA SABANA Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular. Todos los derechos reservados.

Campus[®]

Periódico Universidad de La Sabana