

Programa **semipresencial**

# Advanced Marketing Program:

Marketing Estratégico para la Nueva Era de los Negocios

Sé lo que el **mundo necesita**.



En alianza con:



**Executive Education**  
Facultad de Administración





**El mundo cambió y el mercadeo evoluciona.  
Lidera la transformación del marketing con  
una visión renovada en un contexto disruptivo.**



## Acerca del programa

La Oficina de Estadísticas Laborales de EE. UU. proyecta un crecimiento del 10% en la demanda de empleo dentro de la disciplina más amplia del marketing para 2026, superando el promedio de todas las profesiones. Tanto en la industria B2C como en la B2B, existe una demanda creciente de expertos en marketing (Martech, 2022); la mayor parte de esta demanda se centra en áreas que incorporan destrezas asociadas a las herramientas digitales. Aun así, debido al creciente auge tecnológico, los especialistas en marketing y directivos de las organizaciones luchan por mantenerse al día con los nuevos desarrollos, lo que se traduce en una brecha importante para reclutar personas o desarrollar las habilidades especializadas que necesitan.

En este marco, este programa se enfoca en brindar una visión integral sobre el mercadeo que permita desarrollar habilidades de planeación y ejecución en un esquema que potencie la competitividad del área comercial, entendiendo los cambios cada vez más disruptivos del entorno. Esto implica en la práctica desarrollar, alrededor de las actividades de mercadeo, un pensamiento estratégico más ágil, flexible y con capacidad para incorporar rápidamente nuevos recursos y acciones de forma colaborativa para defender el liderazgo del mercado.

## Aprenderás a:

- Consolidar el marketing como un eje fundamental y estratégico para el desarrollo y competitividad de los negocios, a partir de una visión integral y pertinente para el entorno cada vez más disruptivo.
- Adoptar una visión multi y transdisciplinaria del área de mercadeo como un eje clave para la creación de valor y competitividad de la organización.
- Reconocer el entorno del negocio y las tendencias que tienen lugar en el mercadeo.
- Identificar las dinámicas del negocio, sus objetivos estratégicos y cómo el plan de marketing se alinea con el plan estratégico de la organización y sus distintas áreas.
- Definir un proceso articulado de mercadeo, en el que la innovación tiene cabida de forma continua.
- Implementar estrategias de mercadeo acordes a las tendencias y necesidades de la organización, teniendo en cuenta todos los stakeholders relacionados con el proceso.
- Construir una relación a largo plazo con el cliente, a partir de la visión de “Customer centricity” para optimizar su valor en el tiempo.
- Reconocer la incidencia del marketing en la competitividad de la organización, a través de la medición de su impacto.

# Contenidos:

## I. Organización y Estrategia

- Panorama Global: Tendencias de Mercado, Consumidores y Negocios
- Elevación Empresarial: Estrategias Go To Market para Todos los Tamaños
- Visión Estratégica: Transformando el Mercadeo Actual
- Rol del Marketer
- Metodologías Resilientes: Optimización Corporativa en Tiempos de Cambio

## II. Inteligencia

- Customer Data Insights
- Ciclo Dorado: Maximizando el Valor de la Información
- Análisis Prospectivo: Predicción con Analytics y Machine Learning
- Inteligencia Operativa: Estrategias con Inteligencia Artificial
- Evaluación Estratégica: KPIs y OKRs para Competir

## Contenidos:

### III. Operación

- Marca en Evolución: Estrategias de Branding
- Fusión Estratégica: Phygital y Comunicación Planificada
- Encendiendo la Conversación: Activación Integral de Marketing
- Contenido Poderoso: Estrategia y Gestión
- Caminos Integrados: Omnicanalidad y Multicanalidad
- Canales al Mando: Channel Management

### IV. Experiencia

- Marketing de Crecimiento: Estrategias Innovadoras para Escalar
- Endomarketing: Promoviendo el compromiso interno
- Fortaleciendo la Marca Corporativa
- Experiencia del Usuario (UX), Experiencia del Cliente (CX), Interfaz de Usuario (UI): Integrando la Experiencia Integral
- Estrategias de Gestión de Clientes: Desde la Captación hasta la Retención y Maximización del Valor (CRM)
- Marcas con propósito

### V. Cierre y Articulación con Estrategias Reales: Desde la Teoría a la Acción



## Dirigido a:

Personas del área de mercadeo o áreas afines, directa o indirectamente, que cuenten con mínimo 5 años de experiencia laboral en cargos directivos de mando medio o alto. Igualmente, esta formación está dirigida a empresarios con una trayectoria en el mercadeo, con habilidades básicas de mercadeo, que estén interesados en fortalecer su departamento de mercadeo, bien sea porque no lo tienen articulado o porque desean reorganizarlo.

## Metodología:

Este programa se desarrollará con un enfoque de estrategias activas centradas en el participante, las cuales promueven el aprendizaje a partir de la reflexión y generación de soluciones por parte del participante a situaciones reales en diversas industrias o sectores. Para tal fin, el programa se llevará a cabo combinando estudios de casos, sesiones especiales con líderes en sus sectores vinculados al área de mercadeo, con los cuales se realizarán actividades prácticas que coloquen al estudiante en el proceso de aprender en contextos aplicados para promover la toma de decisiones estratégicas.

En línea con lo anterior, los temas se abordarán desde una visión multi y transdisciplinaria del área de mercadeo, para comprender por qué es un eje clave para la creación de valor y cómo se alinea esto con el plan estratégico de la organización y sus distintas áreas.

Adicionalmente, durante el desarrollo de los distintos bloques, se abordará de forma transversal: I). Habilidades gerenciales clave en el ámbito estratégico, II). Innovación y III). Tecnologías emergentes, con el fin de garantizar una aproximación integral a todos los temas. Y, como cierre, los participantes desarrollarán un reto, que les permitirá poner en práctica los aprendizajes adquiridos.

## Duración:

**140 horas** de sesiones Uniandes

## Certificado:

Se otorgará certificado de asistencia a quienes participen en mínimo el 80% de las sesiones programadas y cumplan los requisitos académicos exigidos.



# Profesores

## Camilo Herrera

Economista y filósofo de formación, marketero y analista por vocación. Profesor invitado en instituciones como la Universidad de los Andes, CESA, Georgia State University, Wharton School of Business, Universidad Autónoma de Barcelona y New York University. Es fundador de RADDAR, Consumer Knowledge Group, Think Tank de pensamiento económico comportamental sobre el consumidor. Ha sido asesor ministerial en los gobiernos de varios países, miembro de comités técnicos nacionales y regionales en temas de macroeconomía y estadística. Es miembro de la American Marketing Association, American Economist Association, ACEI y WVSN. Conferencista de Hi-Cue y BCC. Es autor de 19 libros y columnista de opinión para medios especializados en economía (Portafolio) y mercadeo (P&M), entre otros.



# Profesores

## Carlos Alberto Martínez

Executive MBA del Instituto Europeo de Posgrado. Ingeniero industrial de la Pontificia Universidad Javeriana. Fe vicepresidente de Mercadeo de Alpina y miembro de junta directiva de Carvajal educación, con más de 15 años de trayectoria en desarrollo de productos, lanzamientos de nuevas categorías, estrategias publicitarias y formas de comunicación, liderando iniciativas de formas de hacer mercadeo diferente, rompiendo esquemas tradicionales y buscando siempre mayor conexión con el consumidor y empoderamiento de los equipos a cargo para que se conviertan en líderes y gerentes generales de sus marcas a cargo. Es cofundador de Lucro App.



## Carlos Fernando Vega

Director General de la revista P&M Colombia. Ingeniero industrial de la Pontificia Universidad Javeriana y especialista en Gerencia de Marketing Estratégico del CESA.



# Profesores

## Silvana Dakduk

PhD en Psicología de la Universidad Católica Andrés Bello en Caracas, Venezuela. Ha sido profesora durante 23 años en diversos programas de grado, maestría, doctorado, y educación ejecutiva abiertos y corporativos en diferentes instituciones en la región andina.

Durante su carrera académica, ha contribuido a la innovación de programas educativos a través de la creación de nuevos cursos, innovaciones pedagógicas, creación de programas investigación y consultoría.

De 2004 a 2014 se desempeñó como consultora en comportamiento del consumidor y planeación estratégica en mercadeo para importantes empresas multinacionales (Banesco, Telefónica, Laboratorios Merck, Laboratorios Bayer, GFK). Allí lideró proyectos regionales en las áreas de innovación, desarrollo, evaluación y diversificación de productos y servicios para clientes externos e internos. Su línea de investigación se centra en el estudio del consumidor y adopción de nuevas tecnologías, con énfasis en los sectores de bajos ingresos.



# Profesores

## David Mahbub

Ingeniero Industrial de la Universidad Iberoamericana de México, con estudios en London School of Business and Finance, en sus más de 20 años de experiencia comercial ha trabajado en más de 41 países, desempeñando roles como Expat Global en Philip Morris Internacional, CEO & Founder de Wakkamole Inc. y socio de Field Agent. Miembro de Forbes Business Council, Keynote Speaker, consultor y desarrollador de talleres. David ha estado involucrado en el éxito estratégico de compañías Forbes 500, creando un modelo innovador basado en el consumidor (Consumer-Centric) en el cual la inteligencia de negocio, estrategia y creatividad funcionan bajo un mismo flujo, potencializando a las marcas y estructuras comerciales. Es creador del concepto y modelo Marketing Model® que ha ayudado a cientos de marcas y compañías, desde Startups hasta marcas de consumo masivo global (FMCGs), a evolucionar su estrategia comercial y estructura de marketing.



# Profesores

## Paula Gaviria

Durante los últimos 24 años, Paula Gaviria ha forjado una carrera en la publicidad y el marketing, especializándose en digital, tecnología y manejo de proyectos. Ha trabajado desde múltiples perspectivas: agencia creativa, medios, cliente (consumo masivo y financiera), cabeza de agencia digital y de experiencia, y finalmente como gerente de innovación. Su experiencia abarca varios países de Latinoamérica, como México, Costa Rica, Perú, Venezuela, Ecuador y Chile, donde ha aprendido sobre los diversos hábitos de los consumidores. Es apasionada por la estrategia, la enseñanza y compartir sus conocimientos. Ha sido reconocida por Advertising Age como Woman To Watch 2016 y por Publicidad & Mercadeo P&M. Paula es Comunicadora, Especialista en Innovación y Psicología del Consumidor, y Master en Psicología del Consumidor. Actualmente, es miembro del Consejo Editorial de Revista P&M, columnista en Marketing y Tecnología, bloguera, docente universitaria y jurado de Effie Colombia y del Festival de Cannes.



# Profesores

## Doménico Barbato

MBA de la Universidad ICESI, máster en Management de Tulane University, especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico del CESA e Ingeniero Electrónico de la Pontificia Universidad Javeriana, con estudios en Innovación Disruptiva de Harvard Business School. Trabajó durante más de 13 años para Unilever, donde desempeñó roles como director de marketing y marketing manager para diferentes categorías de consumo dentro de la compañía. Actualmente, es vicepresidente de Marketing y Comercial para Juan Valdés Café.



## Tito Neira

Estadístico de la Universidad Nacional de Colombia, MBA y estudiante de doctorado en Gestión de la Innovación Tecnológica de la Universidad de los Andes. Cuenta con experiencia de más de 10 años en el campo de los datos para la toma de decisión en cargos como: gerente de conocimiento de audiencias y anunciantes en EL TIEMPO Casa Editorial, data strategy, analytics and CRM Manager en Scotiabank Colpatria, director de estrategia de datos en Banco de Bogotá y, desde hace cinco años, como Chief Data Strategy Officer en ADL Digital Lab (Grupo Aval), en donde se encarga de diseñar e implementar la estrategia de datos del grupo, apoyada en las áreas de integración de datos, análisis (AA, ML, AI), CX y gobierno de datos.



# Profesores

## Francisco Muñoz

Magíster en Mercadeo e Ingeniero mecánico de la Universidad de los Andes. Máster en Marketing de ESIC Business y magíster, con estudios en Ciencia de Datos del MIT. Actualmente, es estudiante de maestría en Ciencia de Datos en la Universidad de Berkeley. Orientado a desempeñarse en roles estratégicos en consumo masivo con buena experiencia en analítica avanzada, inteligencia artificial, modelos comerciales, marketing, manejo de personal, entrenamiento a fuerzas de venta y en desarrollo de mercados. Cuenta con amplia experiencia en consumo masivo para compañías como Coca-Cola FEMSA, BAT y Monster Energy. Actualmente, trabaja como Still Revenue Growth Management Strategy Senior Management para LATAM en The Cola-Cola Company. Desde el 2015, es miembro de MENSA con un CI certificado ubicado en el percentil 99%.



# Profesores

## Juan Camilo Suárez

Ingeniero de Producción y Administrador de Empresas de la Universidad EAFIT, con estudios en innovación, marketing y emprendimiento de la Universidad de Stanford, transformación digital del MIT, y liderazgo de la Universidad de Duke. Apasionado por la transformación de negocios y experiencias mediante el uso de Datos, IA, Comercio y Servicios en la Nube. Cuenta con experiencia empresarial en diversas culturas e industrias, como Servicios Públicos, Finanzas, eTravel y Telecomunicaciones. Tiene la capacidad de incorporar enfoques innovadores en soluciones de negocio que resultan en prácticas empresariales mejoradas.

Ha sido ponente en conferencias como ecomworld commerce 2022, Google Analytics Conference en Ciudad de México, Google Analytics User Conference en Bogotá, Google Click to Action & Think Performance by Google. También ha participado como ponente en el The World BPO/ITO Forum en Nueva York, Customer Experience Management en Argentina, VTEX Day en São Paulo, MoveOn2019 en Panamá y APAP en Paraguay.





# Profesores

## Alejandro Hernández

Publicista de la Universidad Autónoma de Occidente, con una trayectoria destacada trabajando con algunas de las marcas más grandes e innovadoras del mundo. Posee habilidades destacadas en estrategia digital, IA, servicio al cliente, medios digitales, publicidad, comercio electrónico y planificación estratégica. Tiene una sólida capacidad para desarrollar y posicionar una marca tanto en los mercados de LATAM como en EE. UU., con más de 15 años de experiencia en la industria.



## Juanita Rico

Magíster en Periodismo de la Universidad del Rosario, con estudios en business inteligencie y comunicación digital de la misma institución. Es literata de la Universidad de los Andes, donde también curso estudios en marketing digital. Actualmente, es directora de Contenidos de la revista P&M Colombia, con más de diez años de experiencia en creación de contenidos y estrategias digitales.



# Profesores

## Julián Ramírez

Es Doctor en Ingeniería, MBA y Economista de la Universidad Nacional de Colombia. En su trayectoria ha combinado la experiencia empresarial con la académica, pasando por una amplia variedad de roles directivos y ejecutivos. Sus áreas de interés son Data Science, Analítica (Econometría – Data Mining) e Inteligencia de Negocios, con especial foco en procesos de marketing. Actualmente, es Senior Manager Channel Marketing Analytics en Adidas.



## Jaime Marín

Comunicador social y periodista, magíster en Mercadeo de la Universidad de los Andes, más de diez años de experiencia en el campo del marketing, comercial y las comunicaciones, siete de ellos en el sector educativo. Con alto conocimiento en desarrollo y ejecución de estrategias de marketing, comunicación, estrategias comerciales y de ventas. Director de Programas Abiertos de Executive Education de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.



# Profesores

## María Victoria Trujillo

Director y socio fundador de Aldasbrand®, una de las cinco firmas más importantes en Sudamérica dedicadas a la gestión de marca, con metodologías claras para la creación de marca, packaging y experiencia de marca en Punto de Venta. Publicista especializado en gestión de marca, comenzó su carrera como creativo y luego director creativo en multinacionales de publicidad como Bates, McCann Erickson y KS Interparnes del holding Coca Cola Company. Posee diplomados en Estrategia y Gestión de Marca por la Universidad de Belgrano en Buenos Aires y en Servicios de Marketing por el Inalde de Bogotá.

Ha sido conferencista en Argentina, México, Costa Rica, Panamá, Uruguay, Venezuela, Perú y Ecuador. Sus artículos han sido publicados en prestigiosos medios como Revista Dinero, El Comercio, Revista Líderes, Revista P&M, Revista A México, Marketing News y La Barra. Es autor del libro «Glosario de Marca y Empaques» y miembro del consejo editorial de Marketing News y Insights.



# Profesores

## Luis Bentancourt

Ingeniero Electrónico de la Pontificia Universidad Javeriana. Se desenvuelve en el mundo del marketing digital desde 2004. Trabajó durante 7 años con el grupo Torrenegra como especialista en SEO (Optimización para motores de búsqueda) en proyectos como Rentalo.com, Voice123.com, Terra.com y Voicebunny.com entre otros. Es independiente desde 2011 y dedicado al entrenamiento y asesoría en temas relacionados con el Marketing Digital (SEO, SEM, Marketing de Contenidos, Redes Sociales, Pauta Digital, Email Marketing, PR Digital y Analítica Web entre otros). Es mentor del Google for Startups Accelerator, Apps.co, Rockstart y el Founder Institute. Creador de EstratégicoMD & TacticoMD, donde acompaña a sus clientes en el proceso de diseño e implementación de una estrategia digital completa.



# Profesores

## Leandro Vásquez

Licenciado en Administración de Empresas con máster en Dirección de Marketing y más de 15 años de experiencia laboral en compañías de primera línea de Argentina, España, Portugal y Colombia. Fundador y CEO de Iffective, consultora de comunicación en marketing. Mentor B2B de Marketing Digital en Crehana, plataforma líder en Latinoamérica de micro learning. Director Académico, Profesor y Keynote Speaker del Interactive Advertising Bureau (IAB) Colombia. Socio Fundador y Productor Ejecutivo de Mediamorfosis Colombia, evento sobre Narrativas Transmedia. Entrenador de Marketing Digital para América Latina de The Knowledge Engineers, by Avado (UK). Ex Director Ejecutivo de Marketing para Latam y Portugal en Fox Network Group. Conferencista en seminarios y congresos en Argentina, Portugal, México, Brasil, Chile, Uruguay y Colombia. Jurado de los IABMixx Awards, premios de la industria digital.



# Profesores

## Enrique Cabrera

Ingeniero electrónico, con estudios en Administración Financiera de la Universidad de los Andes. Cuenta con estudios de Global MBA de Thunderbird School of Global Management y General Management Program de la Universidad de Melbourne. Además, es certificado en People Management de INALDE Business School. Comprometido en llevar al siguiente nivel del Commerce a fabricantes (CPG – FMCG) y retailers en sus estrategias de comercialización Go to Market en la mezcla de canales presenciales y no presenciales (web, WhatsApp, teléfono) que estén articuladas bajo principios de OMNICLIENTE y BETA COMMERCE en un mundo más Phygital (atributos complementarios físicos y digitales). Implementa, guía y potencializa canales D2C – Direct to Consumer – Direct to Community para optimizar la conversión y retención aplicando el método S.T.O.R.E y la pirámide E.P.I. Es speaker EXMA con foco en Go to Shopper, la paradoja de la conveniencia y Beta-market, la mano invisible digital.



# Profesores

## Óscar Mauricio Céspedes

CCO, CMO, Executive MBA de IE Business School, especialista en marketing estratégico del CESA y administrador de empresas de la Universidad Piloto de Colombia, con estudios en marketing digital de Kellogg School of Management de la Universidad de Northwestern. Cuenta con más de 14 años de experiencia liderando equipos de marketing en diferentes geografías y entornos complejos de mercado. Más de 8 años de experiencia y resultados comprobados en procesos de planeación estratégica corporativa. Experiencia en estrategia de marca y su aplicación a través de diferentes canales en mercados locales, así como en ocasiones de consumo, shopper y métodos de activación.



## Victor Conde

Doctor en Economía de la Empresa de la Universidad Antonio de Nebrija. Licenciado en Ciencias Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid y licenciado en Gestión Comercial y Marketing de ESIC Business & Marketing School. Cuenta con amplia experiencia como director de marketing, consultor y docente universitario. Fue director del máster en Dirección y Marketing de Empresas en la Universidad Antonio de Nebrija, donde fue director del Programa ADE, coordinador del área empresa de la Facultad de Ciencias Sociales y profesor de marketing. Actualmente, es director general de la Asociación de Marketing de España.



# Profesores

## Fabián Fabián Mota

MBA con grado Cum Laude de la Universidad de los Andes, Coach certificado por la Universidad de California (ADEN) y con certificados del Advanced Management Course de Babson College & Duke University y del Programa de Alta Gerencia Internacional de la Universidad de los Andes. También, posee una especialización en Gerencia de Mercadeo de la Universidad del Rosario. Cuenta con más de 20 años de experiencia en diferentes posiciones gerenciales y de mercadeo estratégico y operativo, posiciones que ha complementado con funciones de coach y mentoría para el desarrollo de talento.

Escritor de los libros “Experiencias que Marcan tu Diferencia” y “Tu Marca Personal en Acción”. Fue Gerente de Marketing y Desarrollo de Negocios en Siemens para la región Austral-Andina, así como gerente general a nivel regional de Unidades Estratégicas de Negocio y coordinador corporativo de los programas de Account Management. En esta misma organización, ocupó el cargo de gerente de Ventas y Canales de Distribución.

Ha sido profesor de posgrado en diferentes reconocidas universidades de Colombia. En la actualidad, es profesor para las maestrías en Administración (MBA) y Mercadeo en la Universidad de los Andes, en temas como marca personal, customer experience, gerencia de marketing y marketing B2B, labor por la que en 2018 recibió el premio al mejor profesor de marketing por la revista especializada P&M.





# Profesores

## Fabián Mota

Magíster en Prospectiva y Pensamiento Estratégico, especialista en Comunicación Corporativa, y en Regulación y Gestión de Telecomunicaciones y Nuevas Tecnologías. Profesional en comunicaciones con una amplia experiencia en relaciones públicas y comunicaciones estratégicas. Es fundador y director de SmartPR, agencia de comunicaciones y relaciones públicas. Sus habilidades y experiencia le han permitido liderar equipos de trabajo en proyectos exitosos y aplicar habilidades para ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos de comunicación y reputación. Se especializa en conectar a las empresas con sus audiencias e innovar su comunicación. Es speaker internacional. Ha sido reconocido como Latam Best PR Leader del World Communication Forum Association | WCFA 2022 y como uno de los 100 Gerentes más exitosos de 2023 por la Revista Gerente.



# Profesores

## Julián David Guevara

Máster en Business Administration – MBA de UADE, Argentina, Publicista del Politécnico Grancolombiano, especialista en analizar, crear y ejecutar la experiencia de usuario (UX) para productos y servicios digitales, cuenta con más de cinco años de experiencia desarrollando esta disciplina en el mundo digital, es cofundador de una Startup llamada Meetwrok.app con la cual ha participado en programas como Shark Tank Colombia y la Jaula de negocios en Argentina, ha sido invitado a dar clases de UX y emprendimiento en universidades como la Adolfo Ibáñez en Santiago de Chile y en el MBA del CESA en el módulo de transformación digital, Universidad del Rosario y la Pontificia Universidad Javeriana en Colombia.



# Profesores

## Alex Aldas

Director y socio fundador de Aldasbrand®, una de las cinco firmas más importantes en Sudamérica dedicadas a la gestión de marca, con metodologías claras para la creación de marca, packaging y experiencia de marca en Punto de Venta. Publicista especializado en gestión de marca, comenzó su carrera como creativo y luego director creativo en multinacionales de publicidad como Bates, McCann Erickson y KS Interparnes del holding Coca Cola Company. Posee diplomados en Estrategia y Gestión de Marca por la Universidad de Belgrano en Buenos Aires y en Servicios de Marketing por el Inalde de Bogotá.

Ha sido conferencista en Argentina, México, Costa Rica, Panamá, Uruguay, Venezuela, Perú y Ecuador. Sus artículos han sido publicados en prestigiosos medios como Revista Dinero, El Comercio, Revista Líderes, Revista P&M, Revista A México, Marketing News y La Barra. Es autor del libro «Glosario de Marca y Empaques» y miembro del consejo editorial de Marketing News y Insights.





FINANCIAL  
TIMES

# RANKING FT 2024

EDUCACIÓN EJECUTIVA PROGRAMAS ABIERTOS

No. **1** EN  
COLOMBIA

Top. **24** EN  
EL MUNDO

## Valor programa: \$12.400.000

Las fechas están sujetas a modificación. En el caso de algún cambio, se informará a las personas preinscritas a través de los medios suministrados en el momento de la inscripción.

Aplica descuento por pronto pago.

Universidad de los Andes  
Facultad de Administración - Educación Ejecutiva  
Calle 21 No. 1-20. Edificio SD. Piso 9  
Línea de Información: (601) 332 4144 ext. 2444 o 1145  
Línea gratuita nacional: 018000 123 300  
e-mail: [executiveeducation@uniandes.edu.co](mailto:executiveeducation@uniandes.edu.co)  
<http://administracion.uniandes.edu.co>



Executive Education - Universidad de los Andes

