

CLASE ESTUDIANTES COLEGIO PENIEL GRADOS 9, 10 Y 11
"CONSTRUCCION DE MARCA" POR PARTE DEL PROGRAMAMERCADEO Y
PUBLICIDAD

Cofrem Fundación Universitaria Compensar Sede Meta

OBJETIVO

Fortalecer los conocimientos de marketing y branding que tienen los estudiantes por parte de capacitación recibidas por parte de otras entidades.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Dar a conocer los pasos para una construcción de marca exitosa
- Mostrar la importancia de un brandig personal
- Mostrar la oferta académica de la universidad en sede y sus beneficios

PLANEACION DE LA CLASE

El colegio realiza la solicitud de capacitación con la charla en construcción de marca de forma presencial en las instalaciones del colegio.



Dayana Alejandra Henao Londono



Para: Catalina Arenas cardenas

Vie 20/10/2023 10:19 AM

CC: Liliana Prada Guzman

De acuerdo con la visita realizada por parte de la dirección sede Meta, al **Colegio Peniel** de Villavicencio ubicado en la Calle 25C No. 21-30, el 20 de octubre de 2023, con la Rectora Jenny Vanessa Ramírez, hemos llegado a un compromiso:

De llevar a cabo capacitación el día **30 de octubre de 7:00 am a 8:00 am**, de manera presencial en las instalaciones del **Colegio Peniel**, en uno de los siguientes temas: "Creación de Marca" o " Campañas Publicitarias". La elección del tema estará a cargo de la Coordinadora del Programa de Mercadeo, quien también designará al docente encargado de la capacitación.

Para los padres de familia, se realizará el mismo día una capacitación de **6:00 pm a 7:00 pm** a través de la plataforma Google Meet, centrada en el tema de "Marca Personal".

Quedamos atentos a su designación del docente encargado de la capacitación que asistirá de manera presencial, así como al encargado de la capacitación virtual en la noche. Por favor, háganos saber cualquier detalle adicional o requerimiento que pueda surgir para garantizar sea exitosos y beneficios para todos los participantes.

Se desarrolla una jornada de 7:00am a 9:00am con 70 estudiantes donde se explica que es marca, los pasos para la construcción de marca y ejemplo de grandes marcas. Luego se ejecuta una actividad practica donde se introduce a los estudiantes a realizar la propuesta de un nombre para un producto propuesto por cada grupo de forma creativa donde deben tener presente los tips para la construcción de una marca. Finalizando la jornada se premió la participación más activa de algunos estudiantes con detalles de marca.

Anexo evidencia del encuentro

Fotografías del desarrollo de la clase



RESULTADO DE LA MOBILIDAD

- Integración modelo Universidad-Empresa
- Establecimiento de relaciones empresariales
- Visibilidad del programa y la universidad
- Fortalecimiento del sector empresarial
- Oferta académica atractiva para clientes potenciales



COLEGIO PENIEL

"Educamos hacia la medida de la estatura de la plenitud de Cristo, vivenciando su Amor y Ejemplo con Excelencia Integral"

Aprobado oficialmente según Resolución No. 1492 del 30 de septiembre del 2002,. Para los niveles de Educación Pre- escolar, Educación básica del Ciclo de Primaria y Secundaria y grados 10° y 11° del nivel de Educación Media.
Calle 25 C No. 21-30 B. Retiro. Teléfono 6839904 Celular 313 4648624

Villavicencio- Meta
REGISTRO DANE: 350001001028
NIT. 901323781-9

Villavicencio, 6 de Diciembre de 2023

COLEGIO PENIEL

CERTIFICA:

Que Catalina Arenas Cárdenas, identificada con Número de Cedula 52.936.527 de Bogotá tuvo participación como conferencista principal en el Colegio Peniel, con la clase magistral en "CONSTRUCCION DE MARCA" generada de forma presencial en nuestra institución el día 30 octubre 2023, siendo inspiradora y enriquecedora para nuestros estudiantes.

Expedida en Villavicencio a los 6 días del mes de Diciembre de 2023 para Cofrem Fundación Universitaria Compensar

Jenny V. Ramirez
Esp. Jenny Vanessa Ramirez Pinzon
Rectora



"Pero todo debe hacerse de una manera apropiada y con orden." 1 Corintios 14:40 NVI



COLEGIO PENIEL

"Educamos hacia la medida de la estatura de la plenitud de Cristo, vivenciando su Amor y Ejemplo con Excelencia Integral"

Aprobado oficialmente según Resolución No. 1492 del 30 de septiembre del 2002,. Para los niveles de Educación Pre- escolar, Educación básica del Ciclo de Primaria y Secundaria y grados 10° y 11° del nivel de Educación Media.
Calle 25 C No. 21-30 B. Retiro. Teléfono 6839904 Celular 313 4648624

Villavicencio- Meta
REGISTRO DANE: 350001001028
NIT. 901323781-9

Villavicencio, 6 de Diciembre de 2023

COLEGIO PENIEL

CERTIFICA:

Que Catalina Arenas Cárdenas, identificada con Número de Cedula 52.936.527 de Bogotá tuvo participación como conferencista principal en el Colegio Peniel, con la clase magistral en "CONSTRUCCION DE MARCA" generada de forma presencial en nuestra institución el día 30 octubre 2023, siendo inspiradora y enriquecedora para nuestros estudiantes.

Expedida en Villavicencio a los 6 días del mes de Diciembre de 2023 para Cofrem Fundación Universitaria Compensar

Jenny V. Ramirez
Esp. Jenny Vanessa Ramirez Pinzon
Rectora



"Pero todo debe hacerse de una manera apropiada y con orden." 1 Corintios 14:40 NVI

**CLASE ESPEJO PROGRAMA MERCADEO Y PUBLICIDAD – FUNDACION
UNIVERSITARIA COMPENSAR SEDE META – PROGRAMA DISEÑO VISUAL -
CORPORACION UNIVERSITARIA AUTONOMA DE NARIÑO SEDE
VILLAVICENCIO.**

OBJETIVO

El objetivo de esta clase espejo es una estrategia de colaboración universitaria, donde se impartieron temáticas equivalentes y complementarias, compartiendo contenidos educativos definiendo un trabajo de aprendizaje colaborativo entre grupos mixtos, de estas dos universidades y programas de un curso con el objetivo de enriquecer la experiencia del estudiante en el aula y contribuir al desarrollo de los resultados de aprendizaje del curso. Siendo esta una herramienta didáctica para la enseñanza-aprendizaje donde permite a los estudiantes y docentes adquirir competencias interculturales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Diversificación del uso de estrategias pedagógicas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- ❖ Incremento de las competencias por parte de los participantes.
- ❖ Comparación de programas analíticos de curso con los programas de la institución visitada
- ❖ Actualización de temas, contenidos y competencias de cursos acorde a las dinámicas nacionales e internacionales.
- ❖ Desarrollo de estudios comparativos.
- ❖ Desarrollo del pensamiento global de los estudiantes a través de la conformación de grupos de trabajo mixtos.

PLANEACION DE LA CLASE ESPEJO

A principios del mes de octubre se empezaron conversaciones con el director de programa Diseño visual – Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, el cual se llegó a un acuerdo para fortalecer y realizar en conjunto la realización del objetivo propuesto, así mismo y de esta manera, se consolida las temáticas a realizar el día 20 de octubre del presente año, las cuales se presentan a continuación:



Catalina Arenas cardenas

Para: Ismael.cocoma@aunarvillavicencio.edu.co

CC: Diana Jimena Ospina Garcia



Vie 13/10/2023 12:11 PM

Buenos días apreciado Decano Ismael,

De ante mano muchas gracias por abrir las puertas para esta clase en conjunto que fortalece habilidades de nuestros estudiantes. Según conversación sostenida, confirmo para la clase espejo la información pertinente para el desarrollo de dicha actividad:

- **Temáticas por tratar:**

"Más allá de las 4p: innovación y evolución en el marketing" - **UCompensar**

6:30pm a 7:30pm

"Taller Practico en fotografía de Estudio" - **Aunar**

8:00pm a 9:30pm

- **Día desarrollo de la clase espejo:**

viernes 20 Octubre

6:30 pm a 9:30pm



Cocomá Aldana, Ismael Enrique <Ismael.cocoma@aunarvillavicencio.edu.co> ☺ ...

Para: Catalina Arenas cardenas

Mié 18/10/2023 5:33 PM

CC: **y 2 más**

Muchas gracias, estimada Catalina, es un gusto fortalecer estos procesos académicos entre las universidades.

Ya con la profesora Diana Ximena, hemos coordinado todo para el viernes, solo necesitaríamos la lista de los estudiantes y los profesores, con el fin de relacionarlos en la recepción para la entrada.

...



ISMAEL ENRIQUE COCOMÁ ALDANA

Coordinador de Facultad de Ingeniería y Diseño
Corporación Universitaria Autónoma de
Nariño

Extensión Villavicencio

Vía a Puerto López, km. 2, margen izquierda

Temáticas por tratar:

"Más allá de las 4p: innovación y evolución en el marketing"
Ucompensar 6:30pm a 7:30pm

"Taller Practico en fotografía de Estudio"
Aunar 8:00pm a 9:30pm



**Te invitamos
a participar de la Clase Espejo**

Viernes, 20 de octubre. Corporación Universitaria Autónoma de Nariño (AUNAR)
Vía Puerto López Km 2

UCompensar Más allá de las 4 P: Innovación y evolución en el marketing
6:30 pm a 7:30 pm

AUNAR "Taller Práctico en Fotografía de Estudio"
8:00 pm a 9:30 pm

Organizan:
| Programa de Mercadeo y Publicidad |
Junto a:


AUTONOMA DE NARIÑO
AUNAR VILLAVICENCIO

¡Te esperamos!

VIGILADA MINEDUCACIÓN

EJECUCION DE LA CLASE ESPEJO

Se realiza inscripción por forms de evento movilidad clase espejo, en el siguiente link: https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=oo7zSy2DUkW1CEIVcNpD_7qPMWKG8SV0m61PjJGX80tUQzIWUTRGVjc4MDhVUkVGT1ZXVFIBOTFCOCQIQCN0P_Wcu, por parte de todos los asistentes a esta, luego se realiza, encuentro el 20 de octubre instalaciones institucionales Corporación Universitaria Autónoma de Nariño Km 2 vía puerto López - Villavicencio Meta, llegada estudiantes y docentes de Fundación Universitaria Compensar, se ingresa y se desarrolla la clase significativa junto con los estudiantes AUNAR del programa Diseño visual con las temáticas mencionadas, después de realizada la clase los estudiantes se encuentran con excelentes apreciaciones de evento clase espejo y solicitan sean más la realización de las mismas, las cuales se consideran provechosas y exitosas en el desarrollo del objetivo, se anexa evidencia fotográfica e evento.









RESULTADO DE LA MOVILIDAD

- Integración y aplicación de resultados de aprendizaje.
- Visibilidad del programa y la universidad
- Exponer a los participantes temáticas y didácticas representativas prácticas del aprendizaje
Establecer de manera conjunta las actividades de interacción y grupos de trabajo
- Identificar oportunidades de mejora.
- Análisis de las diferentes estrategias pedagógicas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Análisis comparativo de programas analíticos de curso con los programas de la institución visitada.
- Actualización de temas, contenidos y competencias de cursos

REPORTE FINAL DE INTERNACIONALIZACIÓN

Fecha: 24/06/2024

Periodo: 20241

Escuela de Negocios

Programa: Mercadeo y Publicidad

Gestor/es: Catalina Arenas Cardenas

1. Resumen Ejecutivo

El programa de Mercadeo y Publicidad genero este semestre 20241 actividades de participación que impactaron los diferentes indicadores en internacionalización, fortaleciendo con estas acciones las habilidades blandas de los estudiantes y la articulación empresarial que apoya la formación en cada una de las temáticas vistas en clase. El generar movilidades académicas motiva los estudiantes, enriquece sus conocimientos y muestra una visión real de lo demandado por las empresas, creando conciencia en lo que ellos como futuros profesionales deben tener como oferta diferenciadora, que aporte valor a las compañías.

Para ello se desarrolló:

- **Invitada al aula** – generada como una movilidad entrante con su experiencia al Caso Mauricio Leal y Centro Comercial Único, donde en aula realizo una charla denominada DEL SALON A LAS TIENDAS “Maximizando el impacto del Marketing con las RRPP - Experiencia CC Único y peluquería Mauricio Leal”
- **Clase espejo** - UCompensar / Uniminuto como movilidad saliente donde se trabajó con los estudiantes la temática de “Contenidos Digitales para Web y Social Media” en las instalaciones de la Uniminuto.
- **Toma fotográfica** CC Unico - día de las madres domingo 12 mayo PIC, como movilidad saliente.
- **Cierre semana innovación PIC, PA, RETOS, DESAFIO** - Centro Comercial Unico como movilidad saliente en donde toda la universidad en sede nos desplazamos a socializar en el CC.
- **Visita empresarial a la ciudad de Bogotá** (Paneles solares, Festo, Banco de Alimentos) como movilidad saliente.
- **Velada Literaria** en Uniminuto – como movilidad saliente
- **Certificaciones de telefónica** desde las diferentes asignaturas del programa
- **Docente saliente** – de nuestro programa invitada a impartir charla en la universidad Santo Tomas, “El arte de influenciar” Estrategias de mercadeo y neuromarketing para impactar y persuadir.
- **Practica internacional** con una estudiante del programa en Global Education de forma virtual.

Desde el área de Investigación se impacta con:

- **Ponencia en el Sena con el semillero** semana de la innovación
- **Participación en Redcolsi** como representante de la UCompensar en sede como jurado.

2. Aliados estratégicos

El gran aliado estratégico que tiene convenio firmado activo a la fecha es Global Education, se dinamiza el convenio de tal forma que, cada semestre como este 20241, la empresa con sede principal en Mexico cuenta con un pasante virtual de nuestro programa, quien desempeña funciones por convenio con la organización.

Esto deja como positivo para el programa la alianza y articulación de esta relación empresarial que cuenta con nuestros estudiantes para pasantía internacional y abre la puerta para hacerlo a nivel nacional con los demás programas afines en funciones específicas que tenga como necesidad la empresa. Es de destacar que esta acción de prácticas internacionales ha sido constante con esta empresa desde el año 2022 de forma virtual y antes de firma convenio con estudiante Maria Paula Rojas como practicante presencial en México.

3. Internacionalización del Aprendizaje

Dentro de este indicador se trabajó el fortalecimiento con el sector externo en las diferentes actividades realizadas, que permitió afianzar el conocimiento de los estudiantes con las temáticas abordadas en clase al ver la aplicación en campo real para empresas del sector en la región del Meta, generando gran satisfacción de aprendizaje al ser real los casos a trabajar durante el semestre con los Proyectos Integradores por Competencias, los Proyectos de Aula, los Retos y el Desafío, de los cuales se desarrolló con la empresa aliada para este semestre 20241 Centro Comercial Único Outlet Villavicencio:

- PIC: Campaña Día de la Madre CC Único Outlet Villavicencio
- PA: Galería Fotográfica locatarios CC UNICO Villavicencio
- RETO: Análisis del comportamiento del cliente del CC UNICO Villavicencio, identificación de Insights y desarrollo de estrategias de Ventas para locatarios.
- DESAFIO: PROYECTO DESAFIO CLUSTER SOMOS MAS SOMOS LLANEROS - RETO REDBULL – CARRERA BALINERAS – con participación y ganadora la estudiante del programa Mercadeo y Publicidad Kelly Salavarría con su diseño escogido por los empresarios del cluster, quienes a demás premiaron a la estudiante con un reconocimiento a su trabajo en el cierre de semana innovación en el Centro Comercial Único, entregando dos pases para Tiumapark, 2 entradas para cenar en el restaurante Llanero y gastos pagos del viaje a Bogotá el día de la carrera desarrollada por Redbull.
- CIERRE SEMANA INNOVACION: Realizada en el Centro Comercial Único, donde se expusieron y sustentaron todos los PIC, PA, RETOS de todos los programas académicos en sede, a través de una jornada académica organizada en gran parte por el programa Mercadeo y Publicidad en sede donde los estudiantes de asignaturas como RRPP y Psicología del Consumidor, prepararon un acompañamiento desarrollado con las temáticas de clase dentro de sus proyectos PIC, PA, RETO trabajados para el Centro Comercial.

Dentro de otras actividades a internacionalización del currículo que se desarrollaron durante este semestre fueron:

- **Clase espejo** - UCompensar / Uniminuto como movilidad saliente donde se trabajó con los estudiantes la temática de “Contenidos Digitales para Web y Social Media” en las instalaciones de la Uniminuto.
- **Invitada al aula** – generada como una movilidad entrante con su experiencia en el Caso Mauricio Leal y Centro Comercial Único, donde en aula se realizó una charla denominada DEL SALON A LAS TIENDAS “Maximizando el impacto del Marketing con las RRPP - Experiencia CC Único y peluquería Mauricio Leal” impartida por Karen Ruiz, profesional en

Negocios Internacionales actualmente gestora de mercadeo en el Centro Comercial Único Villavicencio y exdirectora de mercadeo en la Peluquería Mauricio Leal.

- **Certificaciones** de telefónica, con 20 estudiantes que realizaron y se certificaron en diferentes cursos articulados en algunas asignaturas.

4. **Movilidad**

- **Visita empresarial a la ciudad de Bogotá** (Paneles solares, Festo, Banco de Alimentos) como movilidad saliente, el pasado 19 abril 2024 de Villavicencio a Bogotá con estudiantes del programa Mercadeo y Publicidad, donde se visitaron las empresas mencionada anteriormente, generando nuevos conocimientos y el fortalecimiento de los ya adquiridos en el aula en los estudiantes, motivación al relacionar como las empresas articulan el conocimiento, profesionalismo y la comercialización en cada una de sus actividades comerciales, dando una mirada de diferentes perspectivas empresariales a la profesión.
- **Velada Literaria** en Uniminuto – como movilidad saliente en una jornada académica que narra diferentes obras literarias conocidas y muestran la importancia de la redacción, cohesión, coherencia que debe tener cada profesional como habilidad efectiva de comunicación.
- **Docente saliente** – de nuestro programa invitada a impartir charla en la universidad Santo Tomas, “El arte de influenciar” Estrategias de mercadeo y neuromarketing para impactar y persuadir.
- **Practica internacional** con una estudiante del programa en Global Education de forma virtual. Quien apoya funciones de creación y edición de videos, elaboración de piezas gráficas, teniendo un desempeño optimo según comentarios del empresario
- Ponencia en el Sena con el semillero semana de la innovación, evento de investigación que socializa todo lo realizado y alcanzado en el semillero, donde los principales actores son los estudiantes pertenecientes al mismo sustentando e invitando a otros a vincularse a los semilleros de investigación.
- Participación en Redcolsi como representante de la UCompensar en sede como jurado. Asistente en este evento la docente con horas de investigación Faizully Barbosa

5. **Logros Destacados**

El gran logro de este semestre como programa fue poder articular durante todo el semestre las Relaciones Publicas entre una empresa de gran superficie como lo es el Centro Comercial Único Outlet Villavicencio con la universidad, donde se desarrollaron proyectos integradores por competencias, proyectos de aula, Retos, como principales actores nuestros estudiantes quienes también motivados trabajaron en el semestre al ver la reciprocidad del Centro Comercial con la invitada en el aula, la visita de CC en las instalaciones de la universidad con el Dumí y entrega de cupones de descuento (actividad que lidero los estudiantes de RRPP), como actividades complementarias y de articulación en esta valiosa alianza también se generaron clubs de conversación con los agentes culturales en las instalaciones del Centro Comercial los días viernes para el público en general o clientes. Impacto generado en la visibilidad de la marca universitaria. Los estudiantes apropiaron sus conocimientos, vieron practicas las temáticas al ejecutar gran cantidad de ellas en sus proyectos y mas motivados aun al ver como resultado final el cierre de evento que ellos acompañaron y lideraron en cierta parte.

6. **Desafíos y Oportunidades Identificados**

Los desafíos para los estudiantes esta al enfrentarse a un cliente real que solicita cambios, da indicaciones puntuales que se deben seguir por el manejo de marca y líneas gráficas, situaciones que asumen en algunos casos como un conflicto pero que rápidamente se dan cuenta que es el mercado laboral real demandando ciertas habilidades que no todas son

conocimientos, si no también blandas inmersas en el resultado final de una forma silenciosa, como el trabajo en equipo, la resolución de conflictos entre otras y eso al final lo ven como una oportunidad de mejora en salir de la actividad de clase, la tarea o ejercicio de la asignatura para entender que así funciona el sector productivo al que se van a enfrentar.

7. Conclusiones

El área de internacionalización para el desarrollo académico en los estudiantes es vital, ya que funciona en la articulación con el sector empresarial y educativo según el caso, permitiendo crear experiencias con las movilidades donde el estudiante aprende, se motiva y visiona su profesión desde otros ámbitos empresariales del campo real. Para el programa Mercadeo y Publicidad en sede es vital trabajar dentro del marco en actividades que enriquezcan el conocimiento y fortalezca las habilidades blandas de los estudiantes.

MOVILIDAD ESCUELA DE NEGOCIOS – CIUDAD DE BOGOTA (FESTO, PANELES SOLARES, BANCO DE ALIMENTOS)

Programas Mercadeo y Publicidad – Adam logística – Adam de empresas – Contaduría Publica
Cofrem Fundación Universitaria Compensar Sede Meta

OBJETIVO

Articular la teoría con la práctica desde el aula, con la experiencia del sector externo con la visita a estas 3 empresas.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Fortalecer el acercamiento entre el sector productivo y la academia
- Generar permanencia estudiantil
- Integración de estudiantes diferentes programas de la misma Escuela Negocios
- Incorporación de conocimientos y saberes previos desde cada programa

EJECUCIÓN DE LA MOVILIDAD

Se sale de Villavicencio Meta, viernes **19 abril 2024 instalaciones de universidad** en sede Cofrem entrada principal avenida Catama, Hora 3:00am con un retorno de Bogotá a Villavicencio 5:00 a 5:30pm mismo viernes 24.

Se informa previamente a los estudiantes, pasando un formulario de forms para confirmar su asistencia y donde se dan todas las indicaciones pertinentes, de igual forma se envía correo para recordar con antelación la salida.

Se visitan 3 empresas donde dos de ellas **Paneles solares y Festo** están ubicadas dentro del **Sena de la 30**, allí nos reciben dos instructores que dividen el grupo en dos, para empezar la formación cada uno en una empresa para luego rotar, terminada esta visita procedemos a desplazarnos para el **Banco de alimentos**, donde nos reciben muy amablemente y les imparten una charla a los estudiantes que da a conocer todo lo realizado por el Banco de alimentos como proyección social a la comunidad y también indicando la forma de poder servir en esta labor, mientras que a los docentes acompañantes nos llevan a dar un recorrido por las instalaciones del lugar, mostrándonos todo lo que realizan como actividad. De allí nos remitimos al **CUR Compensar avenida 68** a almorzar donde nos reciben representantes de los programas en la Escuela Negocios, la directora de Contaduría Pública Carolina Gonzales y Sandra Milena Rache programa Mercadeo y Publicidad, cada estudiante procede a pedir su almuerzo y terminando, nos dirigimos a una charla con los líderes de bienestar de la Caja Compensación Compensar, donde nos cuentan información de interés, y salimos para regresar nuevamente a Villavicencio.

Se anexan fotos de evidencia

Resultados principales

[Desconocido]
MOVILIDAD ESCUELA ... Vie 12/04
Buen día apre... Elementos e...

Catalina Arenas caroenas
CC: Leonel gonzalo Briceno de los santos; Johanna Paola Casal Castell; Nelson Ariel Guevara Clavijo
Cco: Joseph Camilo Barahona Moreno; Maria Alejandra Ruiz Salgado; Carol Yireth Diaz Perez; y 32 más
Vie 12/04/2024 6:18 PM

Buen día apreciados estudiantes,

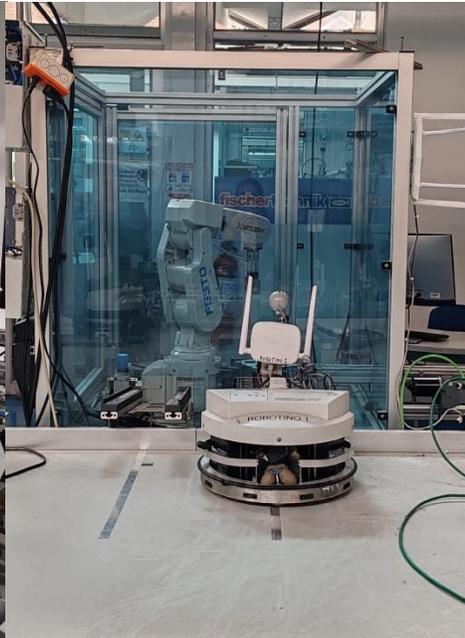
Se acerca nuestra visita empresarial en la ciudad de Bogotá, viernes 19 abril.

- Viernes **19 abril 2024**
- salida **instalaciones de universidad** en sede Villavicencio - Cofrem entrada principal avenida Catama
- Hora 3:00 am (**puntual asistencia - el transporte no espera a nadie**)
- Retorno de Bogotá a Villavicencio 5:00 a 5:30pm mismo viernes 24
- Llevar su **dinero o su alimentación** - desayuno, almuerzo, hidratación y lo que deseen consumir en el camino
- La universidad cubre los transportes de ida y regreso
- Llevar saco o chaqueta (**abrigados hace frio**)
- Llevar **tennis o botas Industriales** para el ingreso a las empresas, (solo permiten zapato cerrado y cómodo)
- Llevar su **documento identidad y carnet estudiantil** (físico o digital)

Nota: Por favor **diligenciar cuanto antes y firmar** la carta enviada en este drive (**campos color amarillo**) - de igual manera adjuntarla en el enlace [CARTAS EXONERACION MOVILIDAD 20241](#) - es requisito de la **movilidad** Escuela de Negocios por parte de las áreas.

Gracias, quedamos atentos cualquier duda con su coordinador de programa bendiciones









Resultado:

Como resultado de la movilidad se genera, una nueva articulación con el sector empresarial en donde los estudiantes generan nuevas ideas y perspectivas de sus campos de acción como futuros profesionales, la integración transversal entre programas genera unidad y reconocimiento de estudiantes en la sede como Escuela de Negocios, siendo motivadores y voceros de la experiencia adquirida en la visita empresarial con sus demás compañeros, lo cual incentiva la permanencia estudiantil, fortalece los conocimientos y habilidades blandas de los estudiantes.