

Código: RI-BO-F-004

Versión: 02

Emisión: 22 - 05 - 2018

Página 1 de 2

CONSECUTIVO:
FECHA:

26

06

2019

DATOS GENERALES
NOMBRES Y APELLIDOS: LUIS FERNANDO BOTERO CARDONA

CORREO ELECTRÓNICO: luisbotero@usantotomas.edu.co

INSTITUCIÓN DESTINO: Universidad de Lima - Lima, Perú

CIUDAD DESTINO: Lima

PAÍS DESTINO: Perú

NOMBRE DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN: Consumo y mercados

LINK ORCID (PARA EL CASO DE DOCENTES):
<https://orcid.org/0000-0003-4317-5065>
LINK GOOGLE ACADÉMICO (PARA EL CASO DE DOCENTES):
<https://scholar.google.es/citations?user=B-5WPG0AAAAJ&hl=es>
LINK CvLAC (PARA EL CASO DE DOCENTES):
http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000122086
TIPOS DE MOVILIDAD
1. MOVILIDAD DE LA COMUNIDAD USTA

ESTUDIANTES		DOCENTES/DIRECTIVOS/ADMINISTRATIVOS	
Curso corto/Entrenamiento		Conferencista/ponente/organizador de un evento	X
Misión institucional		Formación Curso corto/entrenamiento	
Ponente u Organizador de evento		Docencia en programa internacional	
Auxiliar de investigación/Miembro semillero		Estancia doctoral o postdoctoral	
Pasantía investigación/Práctica Académica		Misión/gestión/asesoría externa	X
Presentación Buenas Prácticas		Estancia de investigación	
		Presentación de Buenas Prácticas USTA	

2. MOVILIDAD EXPERTOS EXTERNOS A LA USTA

Profesor en pregrado o posgrado		Asesoría Institucional	
Conferencista/ponente		Estancia de Investigación	
Cursos cortos /entrenamientos			

PLAN DE TRABAJO

Describa las actividades que realizó durante la movilidad, las cuales pueden incluir: visitas, formación, actividades individuales o en grupo, otras actividades desarrolladas en la institución destino. Incluya su apreciación frente al objetivo propuesto, justifique su respuesta.

1. Acompañamiento a los estudiantes del Programa de Mercadeo en su opción de grado Periplo Internacional I-2019 Universidad de Lima, 32 Estudiantes
2. Asistencia a todas las charlas y conferencias, 11 en total, en el contexto del curso de actualización MARKETING Y ALTA GERENCIA objetivo académico del periplo
3. Asistencia a las visitas académicas y empresariales organizadas en el marco del periplo: Visita Cultural Casa de la cultura Lima y Visita empresarial Planta Coca-Cola (Arca Continental Lindley)
4. Dictar conferencia internacional REVOLUCIÓN INDUSTRIAL 4.0 Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL MARKETING el día Jueves 13-jun-19, estudiantes de las facultades de Administración de Empresas y Mercadeo de la Universidad de Lima (Aforo aproximado 70 estudiantes)

Desde mi perspectiva, los objetivos propuestos se alcanzaron ya que además de hacer el acompañamiento respectivo a la opción de grado de los 32 estudiantes, los cuales como resultado de esta estancia académica, debieron desarrollar un proyecto en toda la comunidad académica, visitando a los estudiantes de investigación de nuestra Facultad.

APORTE A DOCENCIA, INVESTIGACIÓN O PROYECCIÓN SOCIAL

Beneficios recibidos por el programa, la Facultad o la Universidad en términos académicos, económicos, sociales y/o culturales en el marco de las funciones sustantivas de la movilidad realizada. **Por favor adjuntar la ponencia o material resultado de la investigación al informe de movilidad.**

La movilidad generó aportes fundamentales para el programa de mercadeo en tanto que de las actividades desarrolladas permiten generar un a visión más global en nuestros estudiantes así como de internacionalización en aras de la movilidad saliente y entrante, adicionalmente el desarrollo de la conferencia internacional a mi cargo permitió una excelente visibilidad académica para los docentes acompañantes del periplo, lo anterior se articula con las funciones sustantivas respectivas.

Código: RI-BO-F-004**Versión:** 02**Emisión:** 22 - 05 - 2018**Página** 2 de 2**ACTIVIDADES DE COOPERACIÓN**

Describa las actividades complementarias o paralelas, diferentes al objetivo de la movilidad, que realizó durante la movilidad, para contribuir al fortalecimiento y dinamización de alianzas estratégicas para la USTA, las cuales pueden incluir: entrevistas con otras unidades académicas, científicas o administrativas de la institución destino, consecución de oportunidades de cooperación, etc. Incluya su apreciación frente a las metas establecidas.

Se realizó acercamiento con los siguientes directivos de la Universidad de Lima:

Alfredo Flores Hernández - Director de Marketing, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas,
Ana Cecilia Villacorta - Directora Dirección de Cooperación

Juan Miguel Coriat - Docente, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas,

CONTACTOS

NOMBRE	CORREO ELECTRÓNICO	INSTITUCIÓN/CARGO	OBJETIVO DEL CONTACTO
Alfredo Flores Hernández	aflores@ulima.edu.pe	Director de Programa de Marketing- Facul	Misiones académicas, Intercambios de doce
Ana Cecilia Villacorta	Avillaco@ulima.edu.pe	Directora Dirección de Cooperación	Misiones académicas, Intercambios de doce
Juan Miguel Coriat	jmcariat@gmail.com	Docente, Facultad de Ciencias Empresaria	Misiones académicas, Intercambios de doce

PLAN DE TRANSFERENCIA

Describa las actividades que realizó en la USTA posterior a la movilidad, para difundir los resultados de la misma. Las actividades de difusión pueden incluir charlas, conversatorios, noticias en página web, emisora, reuniones administrativos o académicas, diseño de nuevos programas, asignaturas o actividades académicas, entre otras.

1. Apoyar como jurado en la sustentación de los ensayos desarrollados por los estudiantes asistentes al periplo internacional
2. Seguir presentando la charla REVOLUCIÓN INDUSTRIAL 4.0 Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL MARKETING , en otros contextos locales

EVIDENCIAS (ANEXOS)

Registre el nombre de la evidencia (documento, correo, fotografía, acta de reunión, documentos de la institución destino, certificados, etc.), para verificación de sus actividades y reconocimiento para el acceso, consulta y reproducción en beneficio de la Facultad, además de la ubicación de las mismas.

Se anexan diferentes fotos: Grupales en la Universidad de Lima, Grupales visita planta Coca-Cola, Conferencia Revolución industrial 4.0 y la transformación digital en el marketing

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MEJORA

Registre las oportunidades de mejora de su movilidad, tanto positivas como negativas dentro y fuera de la Universidad. Incluya las recomendaciones para ayudar a la difusión /explotación de la experiencia/los resultados de su periodo de movilidad en la facultad o universidad; especificar, si el evento fue apropiado para la disciplina, si cumplió con sus expectativas, si considera que vale la pena realizar más movilizaciones al mismo y por qué; sugerencias para futuros eventos; y conclusiones.

El evento fue apropiado y trajo beneficios tanto a nivel del programa de mercadeo y la facultad, como a nivel del grupo de investigación, académico, profesional y personal. Vale la pena seguir realizando movilizaciones en torno al periplo internacional y de paso aprovechar los acercamientos que se pueden hacer con universidad y otros sectores en los países de destino, con miras a alianzas y convenios.

Referente a el Curso Marketing y Alta Gerencia, hay aspectos de mejora que se indicaron a los organizadores tales como: una mayor coordinación entre los docentes participantes del taller, validar previamente el detalle de unos temas para no repetirlos, más elementos prácticos, un parte importante de las charlas fueron con alto contenido teórico.