

**UNIVERSIDAD UNIREMINGTON**

**Opción de grado bajo modalidad presencial**

**IV Campamento Ciencias Empresariales**

**Presentado a: Mateo López**

**Presentado Por: Sandra Victoria Tirano Caro**

**Sede: Bogotá  
1 de Septiembre del 2024**

## TABLA DE CONTENIDOS

1. Resumen.....	3
2. Marco Teórico, Estado del Arte.....	4
2.1 Empresas Públicas de Medellín (EPM).....	4
2.2. Centro Equino Normandía.....	5
2.3 Incolmotos Yamaha.....	5
2.4 Zona Franca.....	6
2.5 Distrito Grafiti.....	6
2.6 Parque Explora.....	7
3 Metodología.....	8
4 Logros Obtenidos.....	8
5 Conclusiones.....	15
6 Recomendaciones.....	16
7 Referencias Bibliográficas.....	17
8 Buenas prácticas.....	18
9 Poster.....	19
10 Anexos.....	20

## **OPCIÓN DE GRADO BAJO MODALIDAD PRESENCIAL**

### **1. RESUMEN.**

Durante una semana del 22 al 27 de Julio del 2024, estudiantes de varias sedes del País pertenecientes a la Universidad Uniremington, nos dimos cita en la ciudad de Medellín para el desarrollo y celebración de la cuarta versión del campamento de ciencias empresariales; Donde la mezcla de diferentes culturas fue uno de los protagonistas al igual que las visitas a empresas como INCOLMOTOS YAMAHA, EMPRESAS PUBLICAS DE MEDELLÍN (EPM), BANCO DE LA REPÚBLICA, NORMANDIA Y ZONA FRANCA (EN RIONEGRO) observando en los recorridos que sus bienes y servicios se centran en satisfacer la necesidad de los clientes a través de Marketing estratégico, innovación y desarrollo, creatividad en el posicionamiento de marca, responsabilidad social empresarial, logística y distribución entre otros.

Por otra parte, en el itinerario se visitaron lugares como GRAFFITUR “Comuna 13”, PLANETARIO Y PARQUE EXPLORA; donde la expresión de arte y conocimiento experimental combinado con el científico brillo en la ampliación de otra forma de aprendizaje al impulsar el turismo de la región.

Adicionalmente, participamos en conversatorios de Emprendimientos como el del (Sr. Mateo Carmona) “Donde enfatizaba que el activo más importante de una empresa es el talento humano” Además, Juan Sebastián Yepes y Andrés Caicedo también nos contaron de sus experiencias para emprender. Recibimos cognición en talleres de finanzas, innovación y propiedad intelectual para el desarrollo laboral como futuros profesionales.

Para concluir, podemos expresar que al cooperar en estos procesos ampliamos la visión de la importancia la estructura organizacional para garantizar una planeación y proyección óptima de las compañías apoyándonos en la introspección del ser ético.

## 2.MARCO TEÓRICO, ESTADO DEL ARTE.

Este informe es realizado teniendo en cuenta aspectos de influencia donde las empresas realizan una planeación estratégica para la divulgación de sus productos y servicios, factores como marketing son muy importantes al ocuparse de identificar y satisfacer las necesidades del cliente de manera rentable.

**2.1- EMPRESA PÚBLICA DE MEDELLÍN (EPM):** Es una compañía de Medellín y propiedad de la Alcaldía de la misma ciudad, maneja un proceso de Marketing segmentado y específico según el público objetivo y la ratio que quiere abarcar.

El marketing se puede definir como el conjunto de actividades, instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, socios y la sociedad en general. Esta definición enfatiza la importancia de entender las necesidades del consumidor y de ofrecerle soluciones adecuadas. *Kotler, P., & Keller, K. L. (2016)*

Maneja un Marketing, más amigable con los clientes, donde el contacto y la cercanía al corazón es fundamental, aumentando la emoción por la marca, para ello realiza comunicaciones via TV, internet, Radio musical, vallas móviles, prensa, Merchasing; Donde refleja sus valores corporativos y en los eventos y concursos

siempre está atenta a escuchar al consumidor, dado que maneja varios servicios: Gas, Agua y energía.

**2.2-CENTRO EQUINO NORMANDIA:** Es una compañía privada, ubicada en Rionegro, San Antonio, el cual maneja un proceso de responsabilidad social empresarial. Teniendo en cuenta su concepto "implica que las empresas deben considerar el impacto de sus decisiones en la sociedad y el medio ambiente, adoptando prácticas que generen valor tanto para los accionistas como para la comunidad en general" (Gallardo, 2019).

Están comprometidos con las comunidades y la inclusión social, por esta razón crearon "La Fundación Normandía", para brindar terapias asistidas con caballos para niños jóvenes con alguna condición especial y de escasos recursos o estado de vulnerabilidad. Como podemos observar es una empresa con sentido social que se preocupa por el bienestar de las personas en especial por los más especiales.

**2.3-INCOLMOTOS YAMAHA:** Es una empresa que nos mostró su innovación en la industria, destacando cómo la tecnología ha transformado sus procesos y de esta manera a optimizado tiempo y generando reconocimiento a nivel internacional.

Según Joseph Schumpeter, uno de los economistas más influyentes en el estudio de la innovación, "la innovación se refiere a la creación de una nueva combinación de los factores de producción que resulta en un nuevo producto o un nuevo método de producción" (Schumpeter, 1934).

Esta importante compañía tiene claro el enfoque de visión para poder perdurar en el tiempo y tener un posicionamiento de marca, dado que su creatividad y el

descubrir la forma de optimizar sus recursos ahorrando tiempo y dinero al traer maquinas del exterior para soldar las partes de las motos es extraordinario.

**2.4-ZONA FRANCA:** Este importante parque industrial que recibe y envía cantidad de mercancía de las empresas más importantes en Colombia y a nivel Internacional, tiene una trayectoria y estándar alto en imagen, por esta razón el concepto y el estar a la vanguardia del mercado es fundamental.

"El concepto de imagen corporativa se refiere a la manera en que una organización es percibida en el mercado, construida a partir de sus elementos visuales, su comunicación y la experiencia del cliente." (Kotler, 2015)

La zona franca de Rionegro enclavada estratégicamente en el corazón de la región de Antioquia, Colombia, se erige como un hub comercial dinámico y facilitador de inversiones. Con una ubicación privilegiada cerca del Aeropuerto Internacional José María Córdova, la zona franca se ha convertido en un epicentro crucial para la actividad económica y el comercio internacional. Por esa y otras razones es una zona única a nivel nacional.

**2.5-DISTRITO GRAFITI:** Desde el nombre ya pensamos en uno de los lugares favoritos de los turistas, el cual reúne historia, experiencia y arte en un solo lugar, sus murales están pintados con diseños únicos y para promover la cultura de los adolescentes de la comunidad. Cuentan con dos clases de clientes o visitantes:

**-Cliente Interno:** Se refiere a los empleados o miembros de una organización que dependen de los servicios o productos de otros dentro de la misma empresa. El cliente interno es crucial para la operatividad de una organización, ya que satisface sus

necesidades internas, lo cual a su vez impacta en la calidad del servicio o producto final que se ofrece al cliente externo.

**-Cliente Externo:** Es aquella persona o entidad que adquiere los productos o servicios de una empresa y que se encuentra fuera de la estructura organizativa. Los clientes externos son vitales para el éxito del negocio, ya que su satisfacción es fundamental para generar ingresos y asegurar la viabilidad de la compañía. Triplett, R. (2018).

Como podemos observar 138.628 personas visitan este importante lugar, además el mural artístico más grande de la ciudad, Constelaciones, una obra de 14.819 metros cuadrados de nuevo arte urbano que comprende la intervención de más de 500 casas y 30 murales artísticos realizados por cuatro colectivos y dos artistas urbanos. Razones que aumentan el nivel de turismo y economía de la zona.

**2.6-PARQUE EXPLORA:** Es un privilegio encontrar experiencia y ciencia en el mismo lugar, este parque cuenta con variedad de especies marinas y terrestres, salas de analítica, de juegos, acuario entre otros, donde podemos observar el enfoque de calidad a gran escala.

David A. Garvin, quien identificó varias dimensiones de calidad: rendimiento, características, confiabilidad, conformidad, durabilidad, servicio y estética. Garvin también menciona que la calidad puede ser vista desde diferentes enfoques, como el enfoque del producto, del usuario, del fabricante, y basado en el valor. Garvin, D. A. (1987).

Es importante que el Parque Explora es uno de los lugares con mayor calidad para visitar, por sus instalaciones, innovación y sistema de atención.

### 3.METODOLOGÍA

Durante la semana realizamos actividades de desplazamiento de los POMO S a las diferentes Empresas (BANCO DE LA REPÚBLICA, YAMAHA, EPM, PARQUE EXPLORA, COMUNA 13, NORMANDIA, ZONA FRANCA donde nos capacitaron y explicaron de los procesos de producción de las mismas, adquiriendo conocimiento a través de la experiencia. El almuerzo era en la universidad donde podíamos descansar en la sala de estar antes de recibir las capacitaciones y participar de los talleres de finanzas, emprendimiento y Marketing. Cabe destacar que dichas actividades fueron dinámicas y lúdicas, usando materiales como carteles, marcadores, tijeras entre otros, con los cuales plasmamos ideas para exponer y trabajar habilidades blandas. En las noches después de la cena, trabajamos actividades de liderazgo, personales, familiares, con materiales como vendas, lápices, vídeos que nos permitieron apropiarnos de cada espacio y los instructores fueron muy profesionales al impartir sus talleres. Es importante destacar que dichas actividades reforzaron cualidades como trabajo en equipo, comunicación, responsabilidad, puntualidad, creatividad e integración grupal.

### 4.LOGROS OBTENIDOS

En este informe voy a plasmar algunos aspectos de vital relevancia de las empresas visitadas.



energía | gas natural | aguas



# EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLIN



La calidad es fundamental para garantizar la eficiencia de los servicios públicos como agua, energía y telecomunicaciones.



Trabajan con eficiencia Operativa, por medio de un plan de calidad, reduciendo los costos.



Al contar con apoyo financiero de la Alcaldía cuenta con agentes que están pendientes de los procesos, que esten dentro de la normatividad



Cuentan con una segmentación, bajo la cual diseñan políticas y estrategias a diferentes segmentos y clientes.



Todas las filiales nacionales de energía del Grupo EPM están certificadas con SGA en ISO 55001:2014



Capacita al personal, monitorea y evalúa cada proceso para ser eficientes y eficaces, bajando costos de producción en todas las áreas.



Figura 1. Elaboración propia con base la visita a EPM, 2024.



Figura 2. Elaboración propia con base la visita a Incolmotos Yamaha, 2024.

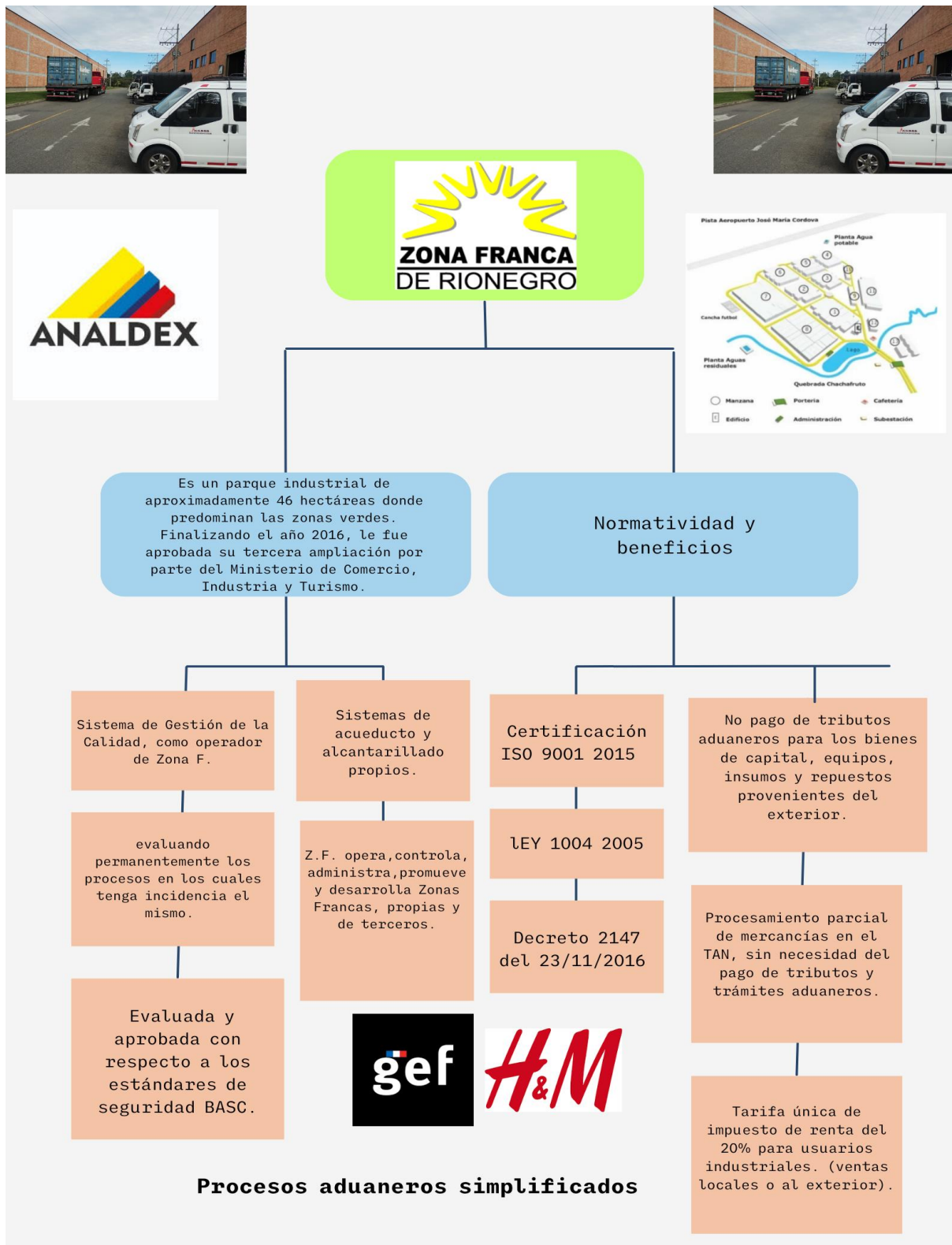


Figura 3: Elaboración propia con base la visita a Zona Franca, Rionegro, 2024.



Figura 4: Elaboración propia con base la visita al Banco de la República, 2024.



Figura 5: Elaboración propia con base la visita al Centro Equino Normandia, 2024.



Su principal fuente de ingreso es el turismo



Es una zona de la ciudad afectada por el conflicto (Farc y narcotráfico)

Se observa un ascensor, es el único en un barrio, atrae turísticas de todo el mundo (mensualmente 138.622 personas)



A raíz de la muerte de un niño, se crea un parque y se levantan a proteger y a recuperar su barrio

Se venden accesorios, camisas, gorras etc y sus habitantes viven del turismo



**LOS HELADOS DE DOÑA CONSUELO SON MUY FAMOSOS**

Los shows de Break dance son famosos y con sentido social

Figura 6: Elaboración propia con base la visita a Distrito Graffiti,, 2024.

## 5.CONCLUSIONES

Considero que el proceso fue muy satisfactorio, porque todos aprendimos a desarrollar habilidades al fomentar la amistad, conectamos con la naturaleza, nos divertimos superando miedos, fuimos receptivos, pacientes, respetuosos al ser adaptables, trabajando en equipo al compartir con personas de otras regiones a pesar de tener estos valores desde casa, en el campamento se pusieron a prueba y se fortalecieron con los talleres realizados después de la cena.

Por otra parte, el conocer en detalle el proceso de producción de empresas como Yamaha, Normandía, Banco de la República, EPM, Graffitour Comuna 13, Parque Explora y la Zona Franca en Rionegro nos hizo despertar un nivel de conciencia más alto a la hora de tomar la decisión de liderar una empresa o crearla, es indispensable conocer las tendencias del mercado, sus clientes externos y internos, la competencia, incluso el cambio del país para determinar bajo que factores macro y micro económicos va la economía de Colombia.

Sin duda alguna, una grata y satisfactoria experiencia que nos llevamos al tener el privilegio de ser partícipes de tan importante Campamento. Vale la pena arriesgarse a compartir con más personas, a aprender saliéndose de los parámetros de un libro y colocarlos en práctica.

## 6.RECOMENDACIONES PARA FUTUROS CAMPAMENTOS

En este caso para el informe tengo oportunidades de mejora, las cuales considero que pueden contribuir a mejorar el proceso y son:

-Tener en cuenta que, al ser un grupo de 30 personas, la distribución de habitaciones debe ser más pequeña (es decir mínimo 3 personas en cada habitación, lo menciono por los tiempos que cada uno ocupa para estar listo a las 6:30 am en el comedor)

-Distribuir mejor el tiempo entre una actividad y otra, por temas de contratiempos y para no cansar a los estudiantes, porque las jornadas son intensas.

-Realizar un cierre del campamento el último día del itinerario.

Intentar tener un menú más balanceado:

- En el desayuno: porciones de fruta, avena y yogurt.

-En el almuerzo: Que sean más platos típicos de la región y no siempre en la universidad

-En la cena: Más verduras y porciones de proteína más grande.

-En los refrigerios: Que sean variados con elementos que contengan sal ,no tanto azúcar (galletas de dulce y té), entiendo que para elevar la energía en el cuerpo humano es necesario alimentos que contengan azúcar, para que la hormona de la insulina sirva de puente a la glucosa y le permite entrar en las células creando más potencia, Sin embargo, después de caminar o gastar tanta energía es necesario refrescar el cuerpo con algo más que azúcar.

-Tener dentro de la zona de hospedaje un profesional de la salud, dado que pueden asistir mujeres embarazadas o personas en condición especial (recuperación) que requiera alguna atención.

-Designar a un integrante del grupo y tener durante los recorridos un botiquín a la mano, para resolver cualquier eventualidad.

- Si es posible agregar en el itinerario 30 minutos de tiempo, el primer día para realizar compras de útiles como Jabón en polvo para lavar la ropa, dado que la ropa se lava a mano (no había lavadora o lavandería)

-En visitas de zonas abiertas, gestionar sombrillas para la protección del sol.

-En salidas como Normandia, procurar que la charla no sea en las caballerizas, porque se observaron demasiadas moscas, entiendo que es por la labor que desarrollan, pero en lo posible que la capacitación sea un salón cerrado.

## 7.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Gallardo, L. (2019). *Responsabilidad Social Corporativa: Un enfoque estratégico*. Editorial XYZ.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Triplett, R. (2018). *La importancia del cliente interno y externo en el éxito empresarial*. Editorial Empresarial.

**Garvin, D. A. (1987). *Competing on the Eight Dimensions of Quality*. Harvard Business Review, 65(6), 101-109.**

## **8.BUENAS PRÁCTICAS:**

En la semana de interacción intercultural, pudimos observar que la diferencia de hábitos y costumbres están arraigadas a cada persona según su región, fue gratificante observar la puntualidad, el compromiso y el respeto entre los estudiantes de otras sedes del País; La energía en ocasiones era exuberante que hacía ameno los talleres y charlas durante el itinerario, personalmente considero que el conocimiento experimental, sumado de relaciones interpersonales es más duradero, dado que crea experiencias y procesos de recordación a largo tiempo en actividades de talleres después de la cena observe una conexión real con mi interior lo cual, fue muy significativo y me formo como persona y futuro profesional.

Por otra parte, me pareció extraordinario la idea de preguntar si alguno estudiante era alérgico algún alimento en el from que se envió días antes del campamento. Afortunadamente no se evidenció contratiempos o discusiones que retrasarían los procesos o episodios de stress, para ser un grupo de más de 30 estudiantes y tan diversos, la cooperación fue satisfactoria.

9.PÓSTER



Figura 7: Elaboración propia con base al IV Campamento ciencias empresariales, 2024.

## 10. ANEXOS



*Figura 8: Fotografía IV Campamento ciencias empresariales, 2024.*



*Figura 9: Fotografía IV Campamento ciencias empresariales en la sede de Medellín,, 2024.*



Figura 10: Fotografía, visita Incolmotos Yamaha, 2024.



Figura 11: Fotografía, visita Incolmotos Yamaha, 2024.



*Figura 12: Fotografía, visita Zona Franca, 2024.*



*Figura 13 y 14: Fotografía, visita Centro Equino Normandía, 2024.*



*Figura 15: Fotografía, Centro de Recreación “Los Pomos”, 2024.*



*Figura 16: Fotografía, Centro de Recreación “Los Pomos”, Desayuno, 2024.*



*Figura 17: Fotografía, Centro de Recreación “Los Pomos”, Actividades, 2024.*



*Figura 18: Fotografía, Visita Banco de la República, 2024.*



*Figura 19: Fotografía, Visita Comuna 13, Distrito Grafiti, 2024.*



*Figura 20: Fotografía, Visita Comuna 13, Distrito Grafiti, 2024.*



Figura 21: Fotografía, Distrito Grafiti, Casa Kolacho 2024.



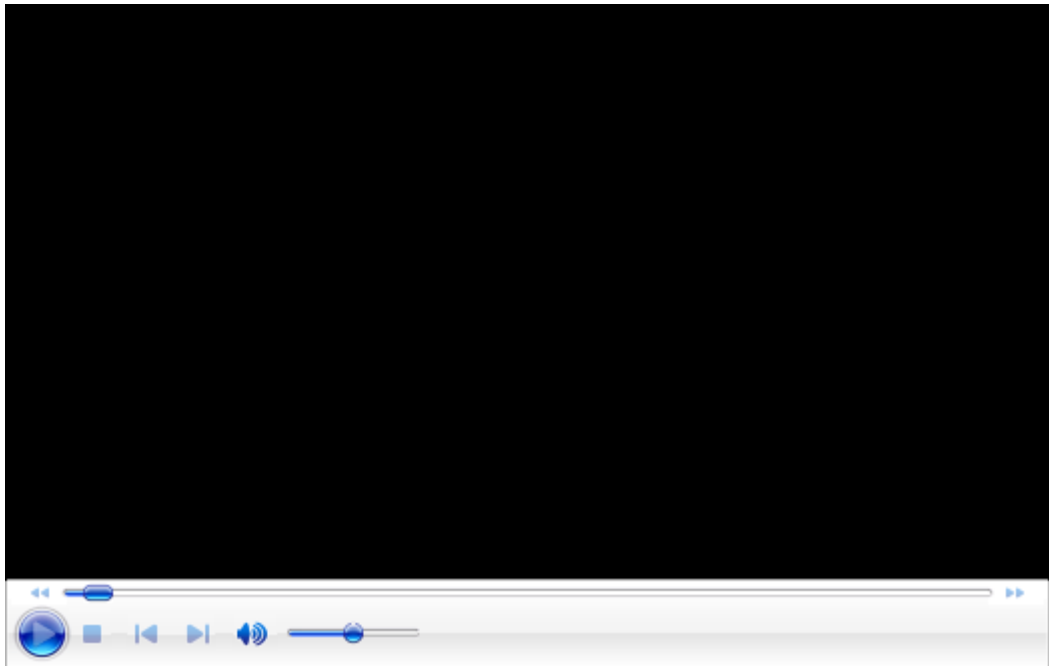
Figura 22: Fotografía, visita Casa Kolacho, elaboración de Grafiti, 2024.



*Figura 23: Fotografía, Visita Parque Explora, 2024.*



*Figura 24: Fotografía, Visita Parque Explora, Acuario, 2024.*



*Figura 25: Vídeo, Visita Parque Explora, Acuario, 2024.*



*Figura 26: Fotografía Visita Parque Explora, Acuario, Pez Nemo2024.*

**UNIREMINGTON**  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

**LISTADO DE ASISTENCIA**  
Presencia

DO-FR-20  
Versión: 06  
Fecha: 26-07-2019

EVENTO:  
LUGAR:  
FECHA (d/m/año):

No	CEDULA	NOMBRE Y APELLIDOS	TELEFONO	CELULAR	CORREO ELECTRONICO	DESCRIPCIÓN DE ASISTENTE	FIRMA
1	1019274167	Andrea David Tubergina		3115412082	andrea.tubergina@gmail.com	Estudiante	[Firma]
2	1006949491	Karen Tatiana Gil		3156202041	karen.tatiana.gil@gmail.com	estudiante	Karen Gil
3	1020494070	Cristina Carolina Parra		3117221824	cristina.parra@gmail.com	estudiante	Cristina P.
4	1003364922	Angie Martinez M		3016282638	angie.martinez@gmail.com	Estudiante	Angie Martinez
5	1001610115	Camila Andrea Lopez M		3224022100	mla.lopez@gmail.com	Estudiante	Camila Lopez
6	1085941924	Lizeth Sanchez Brindley		3155344524	lizeth.sanchez@gmail.com	Estudiante	[Firma]
7	1075294967	Yenny RIVERA		3163273052	yenny.rivera@gmail.com	Estudiante	[Firma]
8	1004580802	Alfonso Quiroz Rivera		3145550027	alfonso.quiroz@gmail.com	Estudiante	Alfonso Q.
9	10669624034	José Carlos Ruiz		3145202221	carlos.ruiz@gmail.com	Estudiante	José Carlos R.
10	1067953260	Jean Luis Contreras		3014193440	jeanluiscontreras@gmail.com	Estudiante	Jean Contreras
11	1116137902	Angeli Peña		3054517011	angeli.pena@gmail.com	Estudiante	Angeli P.
12	1009565851	Angie Mercedes Silva Gump		3147314468	angie.mercedes@gmail.com	"	Angie M. Silva
13	1007410111	Yolanda Alvaro Lopez		3145059915	yolanda.alvaro@gmail.com	Estudiante	[Firma]
14	1009534659	Yigela Chavez Alzate		3193300877	yigela.chavez@gmail.com	Estudiante	[Firma]
15	111626657	Jesspe J. Marsh Cortes		3162762091	jesspe.marsh@gmail.com	Estudiante	Jesspe J. Marsh
16	1192916514	Andrea Trujillo M.		3017600031	andrea.trujillo@gmail.com	"	Andrea T.
17	1000004939	Alejandra Lopez L.		319253286	alejandra.lopez@gmail.com	Estudiante	[Firma]
18	1031157334	Ledy Karibe Barrea		3103555511	ledykaribebarrea@gmail.com	Estudiante	Ledy Barrea

Figura 27: Fotografía Planilla de Asistencia, 2024.

19	57068483	Jonathan Insua		3134763833	1905mathias@gmail.com	Estudiante	[Firma]
20	301300383	Erika Astraloba		3104465017	erikaastraloba@gmail.com	Estudiante	Erika A.
21	1130595922	JUAN Jairo Mosquera		3216440463	juan.jairo.mosquera@gmail.com	ESTUDANTE	[Firma]
22	1039761559	Ledy Karibe Barrea Rpo		3107886617	ledykaribebarrea@gmail.com	Estudiante	[Firma]
23	1006555277	Xiber Estiben Forero Miro		3165547271	xiberforero@gmail.com	Estudiante	Xiber Forero
24	73937902	Franci Benitez Alvarez		3142017150	franci.alvarez@gmail.com	Estudiante	Franci Benitez
25	1006562919	Yanira Alexandra A.		3233279928	yaniraalexandra@gmail.com	Estudiante	Yanira A.
26	1158641140	Yenny Salcedo Afurco		3205602305	salcedoyenny@gmail.com	Estudiante	Yenny Salcedo
27	1193511442	Carolina Camargo Salas		3223177716	carolina.camargo@gmail.com	Estudiante	[Firma]
28	1115852531	Magdely Jassiv Perez G.		3133989944	magdely99@hotmail.com	Estudiante	[Firma]
29	1037665041	Yolanda Miroz Jarama		3046067863	miroz@uniremington.edu.co	Asistida	[Firma]
30	71318684	CESAR BERRIO M.		3006537919	CESAR.BERRIO@UNIR	PROFESOR	CESAR BERRIO
31	43833146	MANUELA Lopez Gal		3053031243	manuela.lopez@uniremington.edu.co	Profesora	Manuela Lopez Gal
32	27785844	Yovani Rodriguez		3177207771	yovani.rodriguez@gmail.com	Estudiante	[Firma]
33	1116548179	Victoria Tiro		3103554772	victoria.tiro@gmail.com	Estudiante	[Firma]
34	1031169532	Fabian Neuto Vergara		3113488814	fabian635@hotmail.com	Estudiante	[Firma]

Figura 28: Fotografía Planilla de Asistencia, 2024.