



UNIREMINGTON[®]
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

www.uniremington.edu.co

CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESTRUCTURA DEL INFORME FINAL

JEIMER ENRIQUE HERNANDEZ PADILLA

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

MONTERÍA – CÓRDOBA





Resumen.

El presente informe de recopilación de campamento integró conceptos teóricos y experiencias prácticas que fortalecieron el aprendizaje en gestión de riesgos, experiencia del cliente y finanzas personales. A través del marco teórico y estado del arte, se contextualizaron los fundamentos de cada tema, permitiendo comprender su evolución y relevancia en distintos entornos. En el aporte teórico, se abordaron reflexiones sobre las lecciones aprendidas de la aviación, el manejo financiero y la relación con los clientes, resaltando la importancia de la prevención, la planificación y la conexión emocional con los usuarios. Los antecedentes, se hizo un bosquejo analítico de estudios que sustentaron la discusión sobre la gestión de riesgos, el tratamiento de clientes, los valores corporativos, el control del ahorro y las inversiones personales, consolidando una base sólida para la comprensión del tema. La metodología se basó en una combinación de talleres en el campus universitario y visitas empresariales, destacando la ponencia sobre aviación, la experiencia del cliente en EPM y el análisis de finanzas personales, lo que permitió aplicar los conocimientos en escenarios reales. Los logros obtenidos evidenciaron el impacto de estas experiencias en la toma de decisiones estratégicas, la gestión del capital emocional y la planificación financiera, fortaleciendo la capacidad de los participantes para enfrentar desafíos en diversos ámbitos. Finalmente, las conclusiones demostraron que el aprendizaje adquirido trascendió la teoría, validando la importancia de la anticipación ante riesgos, la atención centrada en el cliente y la disciplina financiera como pilares fundamentales para el desarrollo profesional y personal.





Marco teórico, Estado del arte

Aporte teórico

Gestión y control de riesgo - Lecciones aprendidas de la aviación

El docente Andrés Felipe Cuervo inició su ponencia con una afirmación contundente: *“Cada error construye conocimiento”*. Desde el primer momento, dejó claro que la aviación no solo es una industria de avances tecnológicos, sino también un campo donde los errores han sido el motor del aprendizaje. A lo largo de la historia, accidentes aéreos han revelado fallos mecánicos, errores humanos y problemas en la gestión de riesgos. Sin embargo, cada tragedia ha servido como una advertencia, una oportunidad para mejorar y evitar que la historia se repita. Como mencionó el docente, *“la aviación no perdona descuidos, y la seguridad no es un lujo, sino una obligación”*.

Uno de los puntos más impactantes de la ponencia fue el análisis de cómo los errores del pasado han llevado a crear protocolos estrictos de seguridad. Desde el desarrollo de listas de verificación para los pilotos hasta el perfeccionamiento de los sistemas de control de tráfico aéreo, todo se ha construido sobre la base de fallos previos. *“Más vale asegurar el presente que apostar el futuro”*, dijo Cuervo, enfatizando que en cualquier industria y no solo en la aviación ignorar las señales de un problema es un error fatal. La prevención y la planificación son las verdaderas aliadas de la seguridad, tanto en el aire como en cualquier otro ámbito de la vida.

En este contexto, el docente abordó la importancia de la gestión del riesgo, haciendo una analogía interesante: *“Un avión no puede despegar sin un plan de vuelo detallado, del mismo modo en la vida y en los negocios no se puede avanzar sin una estrategia clara”*. Explicó que cada decisión tomada en la aviación responde a la anticipación de posibles problemas y a la creación de mecanismos para afrontarlos. Ignorar un fallo es abrirle la puerta al desastre. *“Si ya existen señales de un problema, no se puede ignorar, porque el problema no los va a ignorar a ustedes”*, afirmó con tono serio, resaltando que la reacción tardía puede costar vidas.

Finalmente, la reflexión giró en torno a cómo estos principios de la aviación pueden aplicarse a la vida cotidiana y empresarial. La planificación meticulosa, la capacidad de aprender de los errores y la importancia de seguir protocolos no solo aseguran vuelos seguros, sino que también construyen empresas y sociedades más resilientes. *“El éxito no se trata de evitar errores, sino de asegurarse de no repetirlos”*, concluyó Cuervo, dejando en





el aire una lección que, más allá de la aviación, aplica a todos los aspectos de la vida.

Finanzas personales

La ponencia sobre finanzas personales comenzó con una pregunta bastante inquietante: “¿Sabes realmente a dónde va tu dinero?”. Desde el inicio, se puso sobre la mesa una realidad innegable: muchas personas trabajan duro, pero no saben administrar sus ingresos de manera eficiente. Se destacó la importancia de la planificación financiera como la clave para lograr estabilidad y evitar el estrés económico. “El dinero no desaparece, simplemente cambia de dueño”, mencionó el expositor, haciendo énfasis en la necesidad de controlarlo en lugar de dejar que nos controle.

Uno de los puntos más discutidos fue el ahorro, no como una simple acumulación de dinero, sino como una estrategia para alcanzar objetivos a corto, mediano y largo plazo. Se introdujo el concepto de “pagarte a ti mismo primero”, es decir, destinar un porcentaje del ingreso al ahorro antes de cubrir otros gastos. “Si esperas a que te sobre dinero para ahorrar, nunca lo harás”, afirmó el conferencista, insistiendo en que el ahorro debe ser una prioridad y no una opción. También se abordó la diferencia entre ahorrar e invertir, resaltando que guardar dinero sin darle una función productiva puede hacer que se devalúe con el tiempo.

El plan de gastos fue otro tema central. Se discutió la importancia de conocer y clasificar los gastos en fijos, variables y discrecionales, lo que permite identificar oportunidades de optimización. “Cada peso que gastas es un voto por el estilo de vida que eliges”, comentó el expositor, invitando a reflexionar sobre la relación entre el consumo y la estabilidad financiera. Se recomendó el uso de herramientas como presupuestos y aplicaciones de control de gastos para llevar un mejor registro y evitar compras impulsivas.

Otro punto clave fue la gestión de deudas. Se habló sobre la diferencia entre una deuda buena (aquella que genera valor, como una inversión en educación o un negocio) y una deuda mala (como el uso excesivo de tarjetas de crédito para gastos innecesarios). “No es malo endeudarse, lo malo es hacerlo sin estrategia”, advirtió el conferencista, subrayando la importancia de evaluar tasas de interés y plazos antes de asumir compromisos financieros. También se enfatizó en la necesidad de construir un fondo de emergencia equivalente a al menos tres meses de gastos para afrontar imprevistos sin recurrir a préstamos.

Finalmente, la charla concluyó con un mensaje poderoso: la educación financiera es





una herramienta de empoderamiento. “El dinero bien administrado no solo te da estabilidad, sino libertad”, dijo el expositor. Se hizo un llamado a cambiar la mentalidad de simplemente *ganar dinero a hacer que el dinero trabaje para uno*. La ponencia dejó claro que el éxito financiero no es cuestión de suerte, sino de hábitos inteligentes y disciplina.

Experiencia del cliente - EPM

En la visita a Empresas Públicas de Medellín (EPM), se abordó un enfoque innovador sobre la relación con los clientes: más que un servicio eficiente, la compañía busca construir un vínculo emocional con cada usuario. Desde el primer momento, se enfatizó en que la experiencia del cliente no se mide solo en términos de rapidez o efectividad, sino en la percepción que este tiene de la empresa. “*Un cliente satisfecho es aquel que no solo recibe lo que espera, sino que siente que su voz fue escuchada*”, mencionó uno de los representantes, destacando la importancia de la gestión de la experiencia.

Durante la exposición, se explicó cómo EPM diseña cada punto de contacto con sus usuarios basándose en la *escucha activa*. Para la empresa, cada interacción es una oportunidad para fortalecer la confianza y el compromiso con la comunidad. Se compartieron casos en los que la percepción de un cliente cambió radicalmente luego de sentirse realmente comprendido por parte del equipo de atención. “*No vendemos productos ni servicios, creamos relaciones*”, señalaron, dejando claro que el objetivo no es solo resolver problemas, sino generar una conexión genuina.

Uno de los mayores desafíos que enfrenta EPM es la gestión del *capital emocional*. En un mercado donde la fidelidad de los clientes puede verse afectada por diversos factores, la empresa trabaja en estrategias para consolidar una imagen cercana y confiable. Se mencionó que el reto no solo es conquistar clientes nuevos, sino mantener a los actuales a través de un servicio personalizado. “Cada interacción es una oportunidad de fortalecer o debilitar la relación con un usuario”, afirmó el expositor, subrayando la importancia de la constancia en la experiencia del cliente.

Otro aspecto clave en la estrategia de EPM es la innovación en los canales de atención. Se habló de la implementación de herramientas digitales que permiten una comunicación más ágil y efectiva, sin perder el toque humano. Desde aplicaciones móviles hasta chatbots con inteligencia artificial, la compañía busca optimizar la experiencia sin deshumanizar el servicio. Sin embargo, el verdadero desafío radica en equilibrar la





tecnología con la calidez humana. *“La digitalización no puede reemplazar la empatía, debe ser un puente para fortalecerla”*, mencionaron los ponentes.

Finalmente, la jornada concluyó con una reflexión poderosa: la clave para una buena experiencia del cliente no está en prometer, sino en cumplir con lo que se promete y superar expectativas. EPM no solo se enfoca en garantizar el acceso a servicios públicos de calidad, sino en generar confianza y cercanía con la comunidad. *“Un cliente que confía en una empresa no solo vuelve, sino que la recomienda”*, concluyeron. La visita dejó en claro que, en el mundo actual, las empresas ya no solo compiten por precios o productos, sino por la manera en que hacen sentir a sus clientes.

Antecedentes

Gestión de riesgo

Según Lopera (2020), la gestión de riesgo es un proceso integral que permite identificar, analizar y responder a eventos inciertos que pueden afectar negativamente a una organización o comunidad. Su estudio, basado en un enfoque descriptivo con diseño no experimental, analiza cómo los riesgos, cuando no son gestionados adecuadamente, pueden desencadenar crisis que alteran el funcionamiento normal de un sistema. En su investigación, se identifican factores críticos como la falta de previsión, la deficiencia en protocolos de mitigación y la ausencia de una cultura de prevención. Además, se establece que las organizaciones que implementan modelos de gestión de riesgo efectivos logran minimizar impactos y mejorar la resiliencia ante eventos adversos. En su análisis, Cardona destaca que el riesgo no puede eliminarse por completo, pero sí puede reducirse a niveles manejables mediante estrategias proactivas, formación del personal y aplicación de normativas especializadas. De esta manera, el estudio enfatiza la necesidad de integrar la gestión del riesgo en los planes estratégicos de cualquier entidad para garantizar la continuidad operativa y la sostenibilidad a largo plazo.

Entorno a esto, Sánchez (2020) plantea que una correcta identificación y tratamiento de los riesgos permite reducir los impactos negativos de eventos inesperados. Este planteamiento coincide con el enfoque de estudios posteriores, como el de Ramírez (2018), quien determinó que la ausencia de estrategias preventivas incrementa la vulnerabilidad de las organizaciones frente a crisis imprevistas. Asimismo, la teoría de Cardona se ve reflejada en la actualidad con la implementación de modelos de gestión de riesgos en sectores como la aviación, la industria financiera y la administración pública, donde la





identificación temprana de amenazas y la planificación de respuestas han demostrado ser clave para la estabilidad organizacional. No obstante, algunos expertos argumentan que la gestión del riesgo no solo debe centrarse en la prevención de crisis, sino también en la capacidad de adaptación y aprendizaje tras situaciones adversas.

Manejo y tratamiento de clientes

Según García et al. (2022), el manejo y tratamiento de clientes es un proceso estratégico que busca establecer y fortalecer relaciones a largo plazo con los consumidores a través de la personalización, la atención de calidad y la generación de experiencias positivas. En su estudio, basado en un enfoque descriptivo con diseño no experimental, se analizan las principales estrategias utilizadas por empresas de diferentes sectores para fidelizar a sus clientes y mejorar su percepción de la marca. Los autores destacan que la gestión efectiva de clientes implica comprender sus necesidades, expectativas y emociones para ofrecer soluciones adaptadas a cada segmento del mercado. Además, resaltan la importancia del marketing relacional y la creación de vínculos emocionales con los consumidores como factores clave para aumentar la lealtad y el valor de vida del cliente (CLV). En su análisis, enfatizan que las organizaciones que invierten en la satisfacción y experiencia del cliente logran mayores tasas de retención, mejor reputación y un crecimiento sostenible en el tiempo.

El enfoque de Olórtegui et al. (2023) sobre el manejo y tratamiento de clientes resalta la importancia de la personalización y la experiencia emocional en la fidelización del consumidor. Este planteamiento se ve reforzado por investigaciones como la de Velázquez (2012), quienes señalan que las empresas que priorizan la satisfacción del cliente obtienen mayores beneficios financieros y una ventaja competitiva sostenible. Sin embargo, algunos expertos argumentan que la gestión de clientes no solo debe enfocarse en la satisfacción inmediata, sino también en la construcción de una comunidad de consumidores leales que participen activamente en la co-creación de valor para la marca. En este sentido, empresas como Amazon y Apple han demostrado que la combinación de un servicio al cliente excepcional con estrategias de engagement digital puede generar una conexión más profunda y duradera con los consumidores. En conclusión, el manejo y tratamiento de clientes sigue evolucionando con la incorporación de nuevas tecnologías y estrategias basadas en datos, reafirmando la relevancia de un enfoque centrado en el cliente para el éxito empresarial.





Valores corporativos

Según Ahmed et al. (2020), los valores corporativos son principios fundamentales que guían la cultura organizacional y definen la identidad de una empresa. Estos valores no solo influyen en la toma de decisiones y en la estrategia empresarial, sino que también impactan el comportamiento de los empleados, la percepción de los clientes y la reputación de la organización. En su estudio, Sutaryo et al. (2023) destaca que los valores corporativos se transmiten a través de normas, prácticas y símbolos dentro de la empresa, y su correcta implementación fortalece la cohesión interna y el sentido de pertenencia entre los trabajadores. Un estudio de Sastre et al. (2019) basado en empresas altamente exitosas identificó que aquellas organizaciones con valores sólidos y bien definidos lograban un mejor desempeño financiero y una mayor estabilidad en el tiempo. Así, se considera que los valores corporativos no son solo un elemento discursivo, sino una base estructural para la gestión organizacional, la ética empresarial y la sostenibilidad corporativa.

La perspectiva de Sutaryo et al. (2023) sobre los valores corporativos coincide con la teoría de la cultura organizacional, la cual postula que estos principios son esenciales para mantener la coherencia y estabilidad en la empresa. Sin embargo, algunos autores, como Sastre et al. (2019), argumentan que los valores corporativos pueden evolucionar con el tiempo y deben adaptarse a los cambios del mercado y de la sociedad para seguir siendo relevantes. Por otro lado, estudios recientes han demostrado que empresas con valores alineados a la responsabilidad social y la sostenibilidad logran una mayor lealtad de los consumidores y un impacto positivo en la comunidad. Un caso emblemático es el de Patagonia, una empresa que ha basado su éxito en la transparencia y el compromiso con el medio ambiente, demostrando que los valores corporativos pueden ser una ventaja competitiva. En conclusión, si bien los valores corporativos son un pilar fundamental de la cultura organizacional, su impacto depende de su autenticidad, implementación y adaptación a los desafíos contemporáneos.

Control del ahorro

Según Boadway & Pestieau (2021), en su teoría del ciclo de vida del ahorro, las personas tienden a distribuir su consumo y ahorro a lo largo de su vida para mantener un nivel de vida estable. Este modelo sugiere que los individuos ahorran durante su vida laboral y utilizan esos ahorros en la jubilación. Estudios posteriores, como el de Flores et al. (2023), destacan que el control del ahorro no solo depende del ingreso, sino también de la educación financiera y la disciplina en la gestión de recursos. En un contexto empresarial, el





ahorro es fundamental para la estabilidad financiera, y su gestión eficaz permite a las organizaciones mitigar riesgos económicos y asegurar inversiones estratégicas. Diversos estudios han demostrado que los individuos y empresas que implementan herramientas de planificación financiera, como presupuestos y estrategias de inversión, logran un mejor control del ahorro y una mayor resiliencia ante crisis económicas.

El planteamiento de Góes (2020) sigue siendo un referente en el análisis del ahorro, pero la realidad económica contemporánea ha demostrado que existen múltiples factores que afectan la capacidad de las personas para ahorrar, como la inflación, el endeudamiento y la cultura del consumo inmediato. Autores como Palacio & Climent (2021) han enfatizado que el comportamiento financiero no siempre es racional, y que el uso de "nudges" (pequeños empujones conductuales) puede mejorar el control del ahorro, incentivando decisiones más sostenibles a largo plazo. En el ámbito empresarial, la implementación de sistemas de control financiero, como la metodología de presupuestación base cero o la asignación estratégica de fondos, ha permitido a diversas compañías optimizar sus recursos y garantizar la liquidez operativa. En conclusión, el control del ahorro es una práctica esencial tanto para individuos como para empresas, y su éxito depende de la planificación, la educación financiera y el uso de estrategias que fomenten hábitos de ahorro sostenibles.

Inversiones personales

Según Caceres (2023), en su teoría de la cartera, las inversiones personales deben gestionarse a través de la diversificación para minimizar el riesgo y maximizar el retorno. Este enfoque ha sido ampliamente adoptado en la gestión financiera moderna, estableciendo que los individuos pueden mejorar su estabilidad económica invirtiendo en distintos activos con diferentes niveles de riesgo. Estudios posteriores, como el de Andrade (2021), han reforzado la importancia de la educación financiera en la toma de decisiones de inversión, señalando que el desconocimiento de los mercados puede llevar a pérdidas significativas. Además, investigaciones de Desai & Hines Jr. (2022) indican que las personas con mayor alfabetización financiera tienden a realizar inversiones más rentables y sostenibles a largo plazo. En este sentido, el manejo adecuado de inversiones personales se ha convertido en un pilar clave para la seguridad financiera individual, donde herramientas como fondos indexados, bienes raíces y activos digitales permiten a los inversionistas gestionar su patrimonio de manera más efectiva.

El planteamiento de Ardanaz et al. (2019) sigue siendo la base del análisis moderno de inversiones, pero en la actualidad se han desarrollado nuevos enfoques que





complementan su teoría. Autores como Babkin et al. (2022) han demostrado que los inversionistas no siempre toman decisiones racionales, sino que son influenciados por sesgos cognitivos y emocionales, lo que puede llevar a estrategias erróneas. En este contexto, la educación financiera desempeña un papel crucial, ya que permite a las personas evaluar mejor los riesgos y oportunidades del mercado. Además, el auge de nuevas opciones de inversión, como las criptomonedas y las fintech, ha ampliado el espectro de posibilidades, pero también ha introducido desafíos adicionales en términos de regulación y seguridad. En conclusión, la gestión de inversiones personales requiere un equilibrio entre conocimiento, estrategia y control emocional, donde la diversificación y la planificación a largo plazo son fundamentales para alcanzar la estabilidad financiera.





Metodología

Enfoque

El desarrollo de la actividad se estructuró en torno a un enfoque reflexivo y experiencial, combinando visitas empresariales y sesiones académicas dentro del campus universitario. Esta metodología permitió a los participantes involucrarse activamente en el aprendizaje a través de la observación, la interacción con expertos y el análisis de casos prácticos. Se abordaron tres ejes temáticos principales: la gestión y control de riesgos, las lecciones aprendidas de la aviación, la experiencia del cliente en Empresas Públicas de Medellín (EPM) y las finanzas personales. El objetivo fue fomentar la comprensión integral de estos conceptos y su aplicación en la toma de decisiones dentro de distintos contextos empresariales y personales.

Fases metodológicas

Dentro del campus universitario, se llevaron a cabo dos actividades. En primer lugar, la ponencia sobre lecciones aprendidas en la aviación permitió analizar errores históricos en este sector y cómo estos han contribuido al desarrollo de medidas preventivas y de gestión del riesgo. Se enfatizó en la importancia de la cultura de seguridad y el aprendizaje continuo a partir de experiencias pasadas. La reflexión se centró en la frase del ponente: *"Es mejor asegurar el presente que apostar el futuro"*, destacando la necesidad de una actitud proactiva frente a los riesgos.

Por otro lado, en el campus se realizó un taller sobre finanzas personales, donde se discutieron estrategias de ahorro, planificación del gasto e inversión. A través de estudios de caso y dinámicas interactivas, los asistentes identificaron prácticas financieras sostenibles y los errores más comunes en la administración del dinero. Se resaltó la importancia de la educación financiera en la estabilidad económica personal y se ofrecieron herramientas para una mejor gestión de los recursos.

Visita Empresarial a EPM

La visita a Empresas Públicas de Medellín (EPM) se centró en la experiencia del cliente y la gestión de la relación con los usuarios. Durante el recorrido, los participantes conocieron cómo EPM diseña sus estrategias de servicio para generar una conexión emocional con sus clientes y garantizar una experiencia positiva. A través de una charla con expertos, se discutieron aspectos como la personalización del servicio, la importancia de la retroalimentación del usuario y el mantenimiento del capital emocional en la relación empresa-cliente.





Se enfatizó que, para EPM, el cliente debe sentirse escuchado y valorado, lo que se traduce en una mejora en la percepción del servicio y la fidelización. Los asistentes pudieron identificar cómo la gestión de la experiencia impacta directamente en la reputación de la empresa y en su sostenibilidad en el mercado.

Aplicabilidad y Reflexión

Al finalizar las actividades, se llevó a cabo una sesión de retroalimentación donde los participantes compartieron sus aprendizajes y reflexiones. Se concluyó que la gestión del riesgo, el aprendizaje a partir de experiencias pasadas, la administración financiera responsable y la conexión con los clientes son elementos clave en cualquier organización o proceso personal. A través de este enfoque metodológico, se logró un aprendizaje integral que permitió a los asistentes visualizar la aplicabilidad de estos conceptos en sus propias decisiones y contextos profesionales.





Logros obtenidos.

Uno de los principales logros alcanzados fue la comprensión profunda de la gestión y control de riesgos, tanto a nivel organizacional como en la toma de decisiones personales. A través del análisis de las lecciones aprendidas en la aviación, se evidenció que cada error cometido en el pasado ha permitido desarrollar medidas preventivas y protocolos de seguridad más efectivos. Este aprendizaje no solo es aplicable a la industria aeronáutica, sino que también se puede extrapolar a cualquier entorno empresarial y personal, reforzando la importancia de la planificación estratégica y la identificación temprana de amenazas. La reflexión sobre la frase “es mejor asegurar el presente que apostar el futuro” resultó clave para comprender que la gestión del riesgo no es simplemente evitar problemas, sino anticiparse a ellos con acciones concretas.

Otro logro importante y trascendental fue la interiorización de la importancia de la experiencia del cliente como un activo estratégico dentro de las empresas. La visita a EPM permitió entender que la percepción de un servicio va mucho más allá de su eficiencia técnica; la clave radica en la construcción de un vínculo emocional con los clientes. Aprender cómo una empresa con un amplio alcance como EPM estructura su modelo de atención, considerando la voz del cliente como pilar fundamental, permitió comprender que la fidelización no depende solo de la calidad del servicio, sino de la capacidad de generar confianza y cercanía con el usuario. La gestión del capital emocional se consolidó como un concepto esencial en cualquier empresa que aspire a construir relaciones sólidas y sostenibles con su público.

En el ámbito de las finanzas personales, se logró desarrollar una visión más crítica sobre la administración del dinero y la importancia de hábitos financieros saludables. A través del taller en el campus universitario, se evidenció cómo muchas decisiones cotidianas pueden afectar significativamente la estabilidad económica a largo plazo. Se comprendió la relevancia de herramientas como la planificación de gastos, la diversificación de inversiones y la creación de fondos de ahorro para emergencias. La actividad permitió desmitificar la idea de que solo quienes tienen altos ingresos pueden hacer inversiones exitosas, demostrando que la educación financiera es el verdadero factor diferenciador en la construcción de seguridad económica.

Finalmente, la combinación de estos aprendizajes permitió obtener una visión integral sobre la toma de decisiones en diferentes ámbitos, desde el personal hasta el empresarial. Se entendió que la correcta evaluación de riesgos, la construcción de





UNIREMINGTON[®]
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

www.uniremington.edu.co

experiencias satisfactorias para los clientes y la administración eficiente de los recursos financieros son elementos clave en la sostenibilidad de cualquier proyecto. Más allá de los conocimientos técnicos adquiridos, el logro más significativo fue la capacidad de conectar estos conceptos y aplicarlos de manera estratégica en diversas situaciones, lo que refuerza la importancia de un aprendizaje basado en la experiencia y la reflexión crítica.





Conclusiones y/o resultados

Se concluyó que los errores del pasado no solo fueron costosos en términos de recursos y vidas humanas, sino que también se convirtieron en el punto de partida para la implementación de protocolos de seguridad más rigurosos. La reflexión en torno a la importancia de identificar señales de advertencia y actuar de inmediato reforzó la idea de que ignorar un problema no lo hace desaparecer, sino que lo agrava con el tiempo.

La experiencia del cliente en EPM demostró que el éxito de una empresa no radica únicamente en la calidad de sus productos o servicios, sino en la capacidad de generar confianza y establecer una relación emocional con sus usuarios. Se concluyó que escuchar activamente al cliente, comprender sus necesidades y brindarle soluciones eficientes fortalece la fidelización y el posicionamiento de la empresa. Además, quedó claro que la gestión del capital emocional no solo impacta en la satisfacción del usuario, sino también en la reputación de la organización, lo que se traduce en una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

En cuanto a las finanzas personales, se determinó que la educación financiera es el pilar fundamental para la estabilidad económica. El taller evidenció que las decisiones financieras diarias, como la planificación del gasto y el ahorro disciplinado, tienen un impacto directo en la seguridad y tranquilidad futura. Se concluyó que la falta de conocimiento en este ámbito genera vulnerabilidad económica, mientras que una gestión consciente del dinero permite construir oportunidades y afrontar imprevistos con mayor solidez. Además, se comprobó que la inversión no es exclusiva de grandes capitales, sino que cualquier persona, con la estrategia adecuada, puede hacer crecer su patrimonio.

Finalmente, se comprendió que la toma de decisiones bien fundamentadas es el eje transversal que conecta todos estos aprendizajes. Ya sea en la gestión del riesgo, la relación con los clientes o el manejo del dinero, quedó demostrado que actuar con criterio y basarse en datos concretos es la clave para obtener resultados positivos. Este enfoque permitió validar que el conocimiento adquirido no solo tuvo un carácter teórico, sino que resultó aplicable a múltiples escenarios, tanto personales como profesionales, consolidando una visión más estratégica y proactiva ante los desafíos futuros.





Bibliografía.

Ahmed, A., Jones, C., & Temouri, Y. (2020). The relationship between MNE tax haven use and FDI into developing economies characterized by capital flight. *Transnational Corporations*, 27(2), 1-30. Scopus. <https://doi.org/10.18356/dea65332-en>

Ardanaz, M., Briceño, B., & Garcia, L. (2019). *Fortaleciendo la gestión de las inversiones en América Latina y el Caribe: Lecciones aprendidas del apoyo operativo del BID a los Sistemas Nacionales de Inversión Pública (SNIP)*.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/28505>

Babkin, A., Glover, B., & Levine, O. (2017). Are corporate inversions good for shareholders? *Journal of Financial Economics*, 126(2), 227-251. Scopus.
<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2017.07.004>

Barbieri Góes, M. C. (2020). Personal Income Distribution and Progressive Taxation in a Neo-Kaleckian Model: Insights from the Italian Case. *Review of Political Economy*, 32(4), 615-639. Scopus. <https://doi.org/10.1080/09538259.2020.1821999>

Boadway, R., & Pestieau, P. (2021). An Annual Wealth Tax: Pros and Cons. *FinanzArchiv*, 77(4), 408-429. Scopus. <https://doi.org/10.1628/fa-2021-0019>

Caceres, G. V. (2023). Environment investment through Work for Taxes. *Ius et Veritas*, 2023(66), 64-77. Scopus. <https://doi.org/10.18800/iusetveritas.202301.005>

Desai, M. A., & Hines Jr., J. R. (2002). Expectations and expatriations: Tracing the causes and consequences of corporate inversions. *National Tax Journal*, 55(3), 409-440. Scopus. <https://doi.org/10.17310/ntj.2002.3.03>

Fernández Lopera, C. C. (2020). FINANCIAL PROTECTION FOR THE DISASTER RISK MANAGEMENT IN LATIN AMERICA. *Revista de Estudios Latinoamericanos sobre Reduccion del Riesgo de Desastres*, 4(2), 22-35. Scopus.
<https://doi.org/10.55467/reder.v4i2.48>





Flores, O. P., López García, J. B., & López, R. R. T. (2023). *Financial management of the Savings and Credit Cooperative in periods of uncertainty* (Larrondo Petrie M.M., Texier J., & Matta R.A.R., Eds.; Vols. 2023-July). Latin American and Caribbean Consortium of Engineering Institutions; Scopus.

[https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-](https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85172387848&partnerID=40&md5=49104a0f1496553b1dcb90313a61e741)

[85172387848&partnerID=40&md5=49104a0f1496553b1dcb90313a61e741](https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85172387848&partnerID=40&md5=49104a0f1496553b1dcb90313a61e741)

García, E. I., Martin-Delgado, J., Queiro, R., Venegas, J. J. P., Gratacos, J., Sanz, J., Torrés, A., & Mira, J. J. (2022). Propuesta de norma de certificación de calidad «SpACE» para unidades de tratamiento de pacientes con espondiloartritis axial. *Reumatología Clínica*, 18(5), 299-303. <https://doi.org/10.1016/j.reuma.2021.04.008>

García-Andrade, X. C., & DE MIGUEL, C. C. (2021). Liberalisation and protection in the foreign direct investment regime: Recent regulatory developments in europe and spain. *Revista General de Derecho Administrativo*, 58. Scopus.

[https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-](https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85119935461&partnerID=40&md5=05a0b0ccf3aa035ad9af6ece3b46f72d)

[85119935461&partnerID=40&md5=05a0b0ccf3aa035ad9af6ece3b46f72d](https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85119935461&partnerID=40&md5=05a0b0ccf3aa035ad9af6ece3b46f72d)

Moliner-Velázquez, B. (2012). Word-of-mouth of dissatisfied customers: A segmentation approach in restaurants services. *Universia Business Review*, 33, 30-47. Scopus.

Olórtogui-Alcalde, L. M., León, W. C. B., Aquino, V. R., Jauregui, T. T. A. R., & Merino, J. A. V. (2023). *Digital marketing and customer loyalty strategies in service companies. A systematic review between 2016-2022* (Larrondo Petrie M.M., Texier J., & Matta R.A.R., Eds.; Vols. 2023-July). Latin American and Caribbean Consortium of Engineering Institutions; Scopus. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85172407506&partnerID=40&md5=d2d293c53ac13de8bf1463247c30344c>

Palacio, J. R. S., & Climent, V. C. (2018). Economy for the common good and ethical finances. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*, 93,





241-264. Scopus. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.11012>

Robles Sánchez, J. I. (2020). La psicología de emergencias ante la COVID-19: Enfoque desde la prevención, detección y gestión operativa del riesgo. *Clínica y salud*, 31(2), 115-118.

Sastre, D. M., Morillas, A. S., & Cansado, M. N. (2019). La cultura corporativa: Claves de la palanca para la verdadera transformación digital. *Prisma Social: revista de investigación social*, 25, 439-463.

Sutaryo, S., Sahari, S., Jakpar, S., & Balia, S. S. (2023). Internal audit function, political characteristics, and compliance with government accrual-based accounting standards in Indonesian local government. *Contaduría y Administración*, 68(1), 25-57. Scopus. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3357>





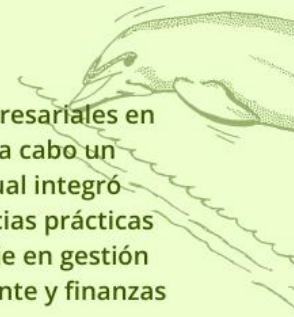
Infografía

CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES



¿QUÉ HICIMOS?

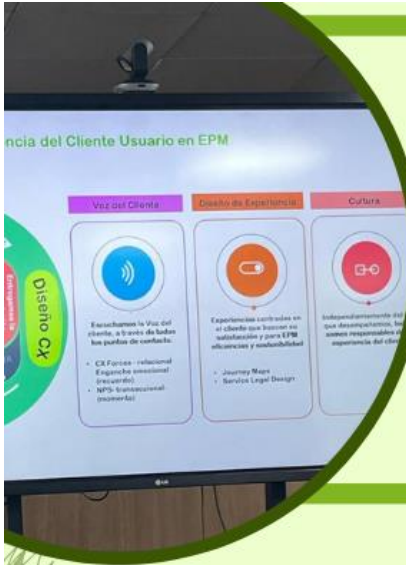
Por medio de unas visitas empresariales en la ciudad de medellín, se llevó a cabo un campamento empresarial el cual integró conceptos teóricos y experiencias prácticas que fortalecieron el aprendizaje en gestión de riesgos, experiencia del cliente y finanzas personales.



Gestión de riesgo

El docente Andrés Felipe Cuervo inició su ponencia con una afirmación contundente: "Cada error construye conocimiento". Desde el primer momento, dejó claro que la aviación no solo es una industria de avances tecnológicos, sino también un campo donde los errores han sido el motor del aprendizaje





“¿Sabes realmente a dónde va tu dinero?”.

Desde el inicio, se puso sobre la mesa una realidad innegable: muchas personas trabajan duro, pero no saben administrar sus ingresos de manera eficiente. Se destacó la importancia de la planificación financiera como la clave para lograr estabilidad y evitar el estrés económico.

Experiencia al cliente EPM

En la visita a Empresas Públicas de Medellín (EPM), se abordó un enfoque innovador sobre la relación con los clientes: más que un servicio eficiente, la compañía busca construir un vínculo emocional con cada usuario.



LOGROS OBTENIDOS

Se entendió que la correcta evaluación de riesgos, la construcción de experiencias satisfactorias para los clientes y la administración eficiente de los recursos financieros son elementos clave en la sostenibilidad de cualquier proyecto.





Anexos





UNIREMINGTON[®]
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

www.uniremington.edu.co



Sede principal Medellín: Edificio UNIREMINGTON • Calle 51 No. 51-27 • PBX (574) 322 10 00 • Fax 513 78 92
Sedes a nivel nacional • Línea única: 018000 410 203
E-mail: uniremington@uniremington.edu.co
Medellín - Colombia - Suramérica





UNIREMINGTON®
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

www.uniremington.edu.co



Sede principal Medellín: Edificio UNIREMINGTON • Calle 51 No. 51-27 • PBX (574) 322 10 00 • Fax 513 78 92
Sedes a nivel nacional • Línea única: 018000 410 203
E-mail: uniremington@uniremington.edu.co
Medellín - Colombia - Suramérica





UNIREMINGTON
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

www.uniremington.edu.co



Sede principal Medellín: Edificio UNIREMINGTON • Calle 51 No. 51-27 • PBX (574) 322 10 00 • Fax 513 78 92
Sedes a nivel nacional • Línea única: 018000 410 203
E-mail: uniremington@uniremington.edu.co
Medellín - Colombia - Suramérica



