

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

INFORME FINAL: Del aula de clase aun campamento empresarial
V CAMPAMENTO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de ciencias empresariales.

Administración de empresas.

Angie Camila Garzón Cifuentes.

Docente: Mateo López

Opción de Trabajo de grado Práctica o Pasantía.

2025.

Agradecimientos

De antemano, se le agradece a la Corporación Universitaria por la invitación extendida a 32 estudiantes para participar en el segundo grupo más grande del V Campamento Empresarial de la Facultad de Ciencias Empresariales. Del mismo modo, se reconoce y valora el compromiso del personal administrativo por su excelente atención, disposición y constante colaboración durante toda la jornada.

Se extiende un especial de agradecimiento a los docentes que acompañaron a los estudiantes a lo largo de la semana del campamento, brindando orientación, apoyo académico y humano. También, se resalta la labor del personal del Hotel Los Pomos, quienes garantizaron en todo el momento un ambiente seguro y agradable, gracias a su vigilancia constante y profesionalismo. Esta experiencia fue posible gracias al esfuerzo conjunto de todas las personas involucradas, dejando una huella significativa en el proceso formativo y profesional de los participantes.

Tabla de contenido

Resumen.....	4
Palabras clave.....	5
Problemática abordada en la práctica o pasantía	6
Marco teórico	7
• Participación social empresarial	7
• Sostenibilidad financiera.....	7
• Servicio al cliente.....	8
Objetivos.....	8
Metodología	9
Resultados.....	10
Conclusiones.....	14
Referencias.....	15
Anexos	16

Resumen

La Corporación Universitaria Remington abrió sus puertas desde “la ciudad de la eterna primavera” Medellín para llevar a cabo la V versión del campamento de la facultad de ciencias empresariales desarrollado entre los días 27 al 31 de enero del año 2025. Esta es la oportunidad para integrar a un considerable grupo de estudiantes que vienen de diferentes regiones del país para un pequeño espacio de aprendizaje, de crecimiento personal y profesional para las carreras de Administración de Empresas y Negocios Internacionales.

Del aula al campamento, es un informe donde se describe que la participación de 32 estudiantes siendo el segundo grupo grande que tiene la versión del V campamento, se complace decir que fue una experiencia demasiado enriquecedora partiendo de lo personal a lo profesional, haciendo relación con nuevas personas de diferentes culturas con sus formas de ser muy particulares que permitieron que haya una relación muy fluida y compartir nuevos espacios de conocimientos con experiencias desde lo académico, personal y profesional.

Se resalta una participación activa de cada uno de mis compañeros en el campamento, los vínculos que se generaron, las actividades programadas por parte del personal de la Universidad de la Facultad de Ciencias Empresariales en los diferentes escenarios, es decir, las diferentes visitas realizadas a las empresas de los sectores públicos y privados reconocidas como Banco de la República, EPM, Comuna 13, Parque Explora, Copacabana, las oficinas del Metro de Medellín y conversatorios, actividades en el aula de clase con los profesores y una agradable visita de un historiador, antropólogo Víctor Ortiz, cabe resaltar un crecimiento personal por parte

del Hotel Los Pomos (centro religioso), que nos permitieron a los estudiantes obtener una razón por el amor a las carreras no solo de lo académico, sino de la carreras de la vida.

Palabras clave

campamento

hogares

cultura

estudiantes

experiencias

Problemática abordada en la práctica o pasantía

Durante el V Campamento de Ciencias Empresariales, organizado por la Corporación Universitaria Remington en la ciudad de Medellín, se evidenció la necesidad de fortalecer los conocimientos prácticos y gerenciales de los estudiantes de programas relacionados con Administración de Empresas y Administración de Negocios Internacionales. A través de una serie de visitas a diferentes empresas y la participación en eventos académicos y experienciales, se identificó que muchos estudiantes carecían de una comprensión sólida sobre cómo se gestiona una empresa en contextos reales. Esta situación planteó el desafío de cerrar la brecha entre la teoría adquirida en el aula de clase y la práctica empresarial, permitiendo así que los 32 estudiantes, provenientes de diferentes regiones, pudieran enfrentarse a escenarios reales de toma de decisiones, liderazgo y gestión organizacional, con el fin de desarrollar competencias clave para su futuro desempeño profesional.

Durante la estadía en el campamento empresarial, los estudiantes participaron en diversas visitas organizadas por la universidad a empresas ubicadas en el centro de Medellín, tales como EPM, el Banco de la República y el Metro de Medellín. Aunque estas experiencias permitieron conocer de cerca el funcionamiento de importantes instituciones del sector productivo, se evidenció la necesidad de profundizar en cómo se relacionan estos entornos empresariales con contextos sociales transformados, como el de la Comuna 13. Esta zona, anteriormente reconocida por su historia de conflicto, ha logrado consolidarse como un referente de transformación urbana y dinamismo económico gracias al turismo y al comercio. No obstante, se identificó que, a pesar de su potencial, la Comuna 13 aún enfrenta desafíos para consolidarse como un modelo sostenible de industria cultural y comercial. Esta situación plantea interrogantes

sobre el papel de estos espacios en la formación empresarial de los estudiantes y su relación con modelos no convencionales de desarrollo económico.

Marco teórico

- **Participación social empresarial**

Cualquier afectación en la empresa da lugar a seguimientos para atender cualquier eventualidad: “Dentro de los aspectos más significativos de dichas iniciativas está su característica de promoción e integración de la Responsabilidad Social Empresarial en la agenda global, al grado de que gobiernos como el colombiano han desarrollado varios proyectos de ley que proponen la adopción de estos reportes en materia de Responsabilidad Social Empresarial de forma obligatoria a las empresas que se acojan a dicha ley”. (Raufflet, 2012)

- **Sostenibilidad financiera**

Lo más importante para un banco es garantizar el bienestar de los colombianos, controlar la inflación y mantener la estabilidad necesaria para diseñar una política monetaria adecuada: “La estrategia de una empresa proporciona dirección y orientación, en términos no solo de lo que debe sino también de lo que no debe hacer la empresa. Estratégicamente, saber qué no hacer puede ser tan importante como saber qué hacer”. (Thompson, 2023)

- **Servicio al cliente**

Fomentan relaciones cercanas y de confianza con los clientes, brindando un servicio que ofrece una experiencia significativa y refleja una cultura orientada al usuario: “La presencia del vendedor y su lenguaje corporal, serán parte del servicio, aun que ejecute o no una actividad de venta.”. (Rivera Camino, (2016).)

El servicio de atención al cliente consiste en brindar asistencia continua por parte de la empresa durante toda la interacción con el cliente, desde las consultas previas hasta el acompañamiento posterior a la compra, con el propósito de mejorar su experiencia general. Este servicio comprende un conjunto de actividades interrelacionadas que el proveedor ofrece para asegurar que el cliente reciba el producto en el momento y lugar adecuados, y que pueda utilizarlo correctamente. Además, el servicio al cliente representa una poderosa herramienta de marketing.

Objetivos

Fomentar un desarrollo de habilidades blandas y de liderazgo en los estudiantes, a través de dinámicas grupales y actividades formativas realizadas durante el V Campamento Empresarial.

Vincular a los 32 estudiantes con el ecosistema empresarial de Medellín, mediante visitas a empresas, charlas con emprendedores y talleres prácticos.

Estimular la capacidad de análisis, innovación y trabajo en equipo, al enfrentarse a retos empresariales reales en contextos colaborativos.

Metodología

En este V Campamento de Ciencias Empresariales se emplea una metodología de enfoque cualitativo, orientada a la exploración y análisis de percepciones e ideas. Estas son estudiadas, identificadas y comparadas con el propósito de despertar en los estudiantes el interés por los temas abordados en clase, “La prioridad entre calidad, tiempo y costo debe estar clara para el administrador del proyecto y su equipo”. (López Miranda, 2017)

Este proceso los impulsa hacia un camino laboral y profesional, donde comienzan a construir ideas que estimulan su curiosidad, realizan investigaciones y comparten experiencias; todo ello desarrollado mediante rutinas estructuradas para cumplir con actividades específicas, “Los objetivos pueden ser generales o específicos en cada proceso. Principalmente, los objetivos generales se enfocan en vincular a las personas idóneas para la organización, desarrollar las capacidades necesarias para la estrategia de negocio”. (Louffat, (2018).)

Otro autor menciona “Para que una empresa tenga éxito, todas las estrategias funcionales deben apoyarse entre sí y apoyar a la estrategia competitiva.”. (Chopra, (2020).)

Esta metodología permite explorar nuevos conocimientos y experiencias subjetivas, proporcionando una visión nueva y más detallada en comparación con los enfoques cuantitativos, que a menudo pasan por alto ciertos aspectos. Los investigadores cualitativos pueden identificar patrones y significados emergentes en contextos específicos. Sin embargo, la

idea principal es subjetiva, y la interpretación del investigador requiere de una reflexividad en el proceso de investigación.

Resultados.

En este informe se evidencia información brindada por las empresas y una que llamo especialmente la atención fue el Banco de la República. Esta empresa ofrece un bien a todo el pueblo colombiano, siempre buscando la mejora continua y nuevas experiencias para el cliente. Gracias a su forma de participación para el pueblo, siempre tiene una buena segmentación de mercados y se encuentra muy bien posicionado a nivel Latinoamérica.

En EPM se cultivan relaciones cercanas y de confianza con los clientes y usuarios. La empresa fue fundada en 1955 y, hasta la fecha, cuenta con 70 años de trayectoria. En sus inicios prestaba servicios únicamente en Medellín, pero hoy en día se ha consolidado como un grupo empresarial que ofrece servicios de energía eléctrica, agua, gas y alcantarillado.

En la ciudad, EPM cuenta con dos formas de abastecerse, entre ellas Valle de Aburrá, se abastecen del agua que llega de tres embalses (La Fe, Riogrande II y Piedras Blancas); y es potabilizada en cinco plantas (La Ayurá, Manantiales, Villa Hermosa, La Montaña y San Nicolás). El servicio de energía lo brinda en municipios como Manizales, Quindío y en la región de la Costa Caribe. Actualmente, EPM opera con 47 empresas a nivel internacional, localizadas en países como Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México y Colombia.

La historia de la industrialización en Antioquia, una charla que estuvo a cargo del historiador y antropólogo Víctor Ortiz, donde nos relató los inicios de Medellín antes de la gran transformación industrial. Medellín era un pueblo como cualquiera, pobre, un pueblo de obreros, campesinos y arrieros, sin embargo, todo esto cambio con la llegada de empresas mineras (se dice que Antioquia era de mucho oro principalmente en caldas), empresas agrícolas y empresas ganaderas.

Mientras Medellín hacia un buen posicionamiento de la industria hubo varios autores para este proceso de industrialización, como:

Alejandro Ángel Lodoño: Su profesión es arriero y carguero, fue uno de los primeros pioneros en dar riqueza y empleo a los obreros y campesinos, fue uno de los creadores de la bebida alcohólica como Sonsón y baquero.

Félix de Bedout Moreno: Gran empresario en la industria de los vidrios, imprentas, editorial Bedout, rifas y hojas rayadas.

Nicanor Restrepo Restrepo: Es un hombre de negocios y uno de ellos es el de las droguerías, su especialidad las finanzas.

Con estos grandes pioneros de la industria nos demostraron como Medellín surgió de ser un pueblo sin riqueza a ser una ciudad de oro, hoy en día la eterna primavera de Medellín es un lugar turístico con variabilidad oferta de empleo.

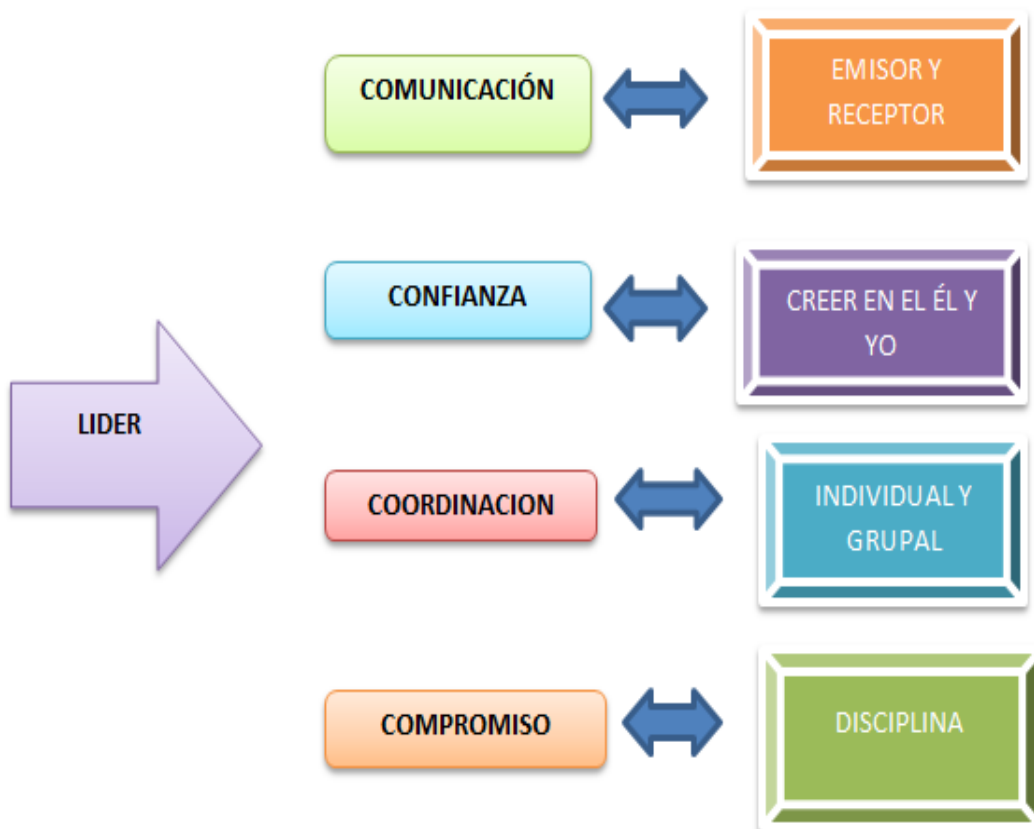
En las oficinas de Metro de Medellín nos hablan de cómo surgió esta empresa para los antioqueños, que unos de los principales servicios de transporte público son el metro, cable aéreo, buses y tranvía. Esto capta el valor de los desarrollos alrededor de las estaciones y de los corredores de movilidad actuales y futuros. Este diseño de implementación y operación de

soluciones integrales de movilidad sostenible, son negocios que comprende básicamente la planificación y estructuración del transporte, operación y mantenimiento, la sostenibilidad, gestión social y cultura metro.

Finalmente, los profesores de la sede de Medellín hacen parte de este proceso: Mateo López, César Berrío, Eduar Arango y Andrés Felipe Cuervo. El personal de información también fue parte de este proceso, ayudando a que los involucrados se vuelvan más profesionales, compartiendo temas como innovación, finanzas personales y cómo saber gestionar una empresa. De este modo, la buena innovación impulsa a generar ideas y convertirlas en productos valiosos, lo que a su vez puede mejorar las finanzas personales y generar oportunidades de negocio en la Administración de Empresas, con una gestión adecuada de los activos clave para maximizar el retorno económico.

En el Hotel Los Pomos se contó con la participación de Frank Moncada, colaborador, quien, junto con su equipo de trabajo, desempeño varios roles importantes durante las noches. Entre estos, se destacó el fortalecimiento de las habilidades del ser y el valor de reconocerse a uno mismo como un líder en la vida personal y profesional, a través de las actividades realizadas durante ese tiempo.

Ser líder no hace a una persona menos que los demás; por el contrario, es la capacidad de guiar un equipo hacia el objetivo, logrando metas comunes y fomentando la colaboración y el crecimiento personal. Un buen líder inspira confianza y motiva a los demás para que alcance su máximo potencial, tal como se presenta en la siguiente gráfica.



Gráfica No.2. Característica del liderazgo

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones.

Las visitas empresariales realizadas son una parte fundamental en el crecimiento personal, laboral, académico y profesional. Cabe resaltar que en este V Campamento, las visitas comenzaron con el Banco de la República, una empresa de nivel nacional, cuya actividad económica refleja una responsabilidad en la política monetaria. Esto permite que el pueblo colombiano tenga acceso a una oferta y demanda, una inversión, un ahorro monetario, control de la inflación y que el banco administre las reservas internacionales.

Se destaca una excelente atención al cliente, demostrando profesionalismo al público. Los programas que fomentan el buen uso de los recursos, el proceso de búsqueda para la segmentación de clientes y los beneficios que obtienen en las líneas de negocio son aspectos clave. De este modo, se logra impactar las experiencias de los clientes, al escuchar las problemáticas relacionadas con el uso de los recursos públicos, lo que les genera nuevas ideas para promover cambios en su sistema de atención al público.

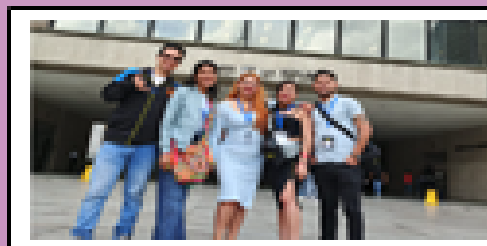
Referencias

- Chopra, S. (2020). *Administración de la cadena de suministro: estrategia, planeación y operación*. México: Pearson Educación.
- López Miranda, A. L. (2017). *Administración de proyectos: La clave para la coordinación efectiva de actividades y recursos*. México: Pearson Educación.
- Louffat, E. A. (2018). *Indicadores y mediciones aplicados a la gestión de personas: un análisis desde diversas perspectivas*. Perú: Pearson Educación.
- Raufflet, E. B. (2012). *responsabilidad social empresarial*. México: Pearson Educación.
- Rivera Camino, J. (2016). *Marketing relacional*. Perú: Pearson Educación.
- Thompson, A. A. (2023). *Administración Estratégica*. México: McGrawHill.

V Campamento de Ciencias Empresariales

Tecnología e innovación

Impulsa la competitividad y la eficiencia en un entorno moderno y empresarial.



Visitas a las empresas

Son muy importantes para nuestra vida académica y profesional para un empresario y negociante porque brindan una experiencia práctica con una vida directa a un entorno laboral y real.

Liderazgo

Nos inspiran a guiar a otros obteniendo un logro de objetivos comunes fomentando un ambiente de crecimiento enfocada al éxito.



Fortalezas

En lo profesional potencian un desarrollo personal impulsando la capacidad de adaptación frente a los desafíos.

