

## **IV CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**NOMBRE: LEIDY NAYIBE BARRERA RODRÍGUEZ**

**Cédula de ciudadanía: 1031152784**

**TRABAJO COMO OPCIÓN DE GRADO**

**Programa: Administración de empresas.**

**Bogotá D.C. noviembre 05,**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON - Uniremington**

**2024**

## Tabla de Contenido

<b>1. RESUMEN.....</b>	<b>3</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>4</b>
<b>3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>5</b>
<b>4. LOGROS OBTENIDOS.....</b>	<b>6</b>
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>7</b>
<b>6. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>8</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>9</b>
<b>8. BUENAS PRÁCTICAS.....</b>	<b>10</b>
<b>9. PÓSTER.....</b>	<b>11</b>
<b>10 ANEXOS.....</b>	<b>11</b>

## 1. RESUMEN.

Para la cuarta versión de este campamento empresarial tuvimos la oportunidad de vivir experiencias inolvidables tanto personales como profesionales debido a que uno de los objetivos principales del campamento fue motivar la ética profesional y el liderazgo en cada uno de los participantes, como también ver el día a día de grandes empresas y parte de sus procesos logrando tener una visión más clara y real del manejo de grandes empresas.

Empresas como Yamaha, EPM, banco de la república de Medellín y zona franca. Quienes fueron las protagonistas de esta experiencia. En cada una de estas visitas logramos hacer un recorrido breve por sus instalaciones y una explicación del funcionamiento de algunos procesos realizados en el lugar.

También fuimos partícipes de conversatorios empresariales donde conocimos desde cero y su lucha por mantenerse en el mercado, talleres de innovación y propiedad intelectual donde realizamos actividades para crear un producto y/o servicio partiendo de un problema o una necesidad.

Luego de una jornada llena de conocimientos cada tarde al volver a los pomos participamos de actividades muy enriquecedoras para cada uno de los participantes debido a que en cada actividad logramos vencer miedos, obstáculos, y llenarnos de sueños, metas.

## 2. MARCO TEÓRICO.

Aunque visitamos varias empresas hablaremos de las más representativas como Yamaha que tiene un proceso muy estandarizado de innovación y tecnología porque trae máquinas para ensamblar reduciendo costos y tiempo.

Según Laudon y Laudon (2020), las TI son fundamentales para el éxito de las organizaciones modernas, ya que permiten la mejora en la toma de decisiones y la optimización de procesos. Además, Turban et al. (2021) señalan que las tecnologías emergentes continúan transformando las industrias, lo que obliga a las empresas a adaptarse para mantenerse competitivas.

Para Distrito Grafiti durante su visita pudimos observar que su principal fuente de ingreso es el turismo debido a que es una zona azotada por la violencia, pero hicieron un proceso de mejoramiento para que las personas tuvieran un poco más de conciencia, y atrayendo turistas extranjeros y nacionales más de un 90% del año ya que tienen arte puesta en escena como los bailes de bríndense, lo muros pintados, e historias de reflexión y superación como comunidad.

Según González y Pérez (2021), el turismo en Medellín ha desempeñado un papel fundamental en el crecimiento económico de la ciudad, impulsando tanto el empleo como la inversión en infraestructura. Jaramillo y Herrera (2020) también señalan que la industria turística ha contribuido significativamente a la diversificación económica, promoviendo sectores clave como la gastronomía y

el entretenimiento. Además, Rodríguez (2022) destaca la importancia de eventos internacionales para aumentar el flujo de turistas y consolidar la imagen global de Medellín como un destino turístico de calidad.

Y por último EPM donde logramos evidenciar su enfoque en el servicio al cliente, esta empresa hace un proceso de servicio personalizado y realizan campañas de concientización por el medio ambiente y el cuidado del agua.

Como señala Klaus (2019), las herramientas basadas en inteligencia artificial han transformado el servicio al cliente al permitir una atención más rápida y eficiente. Además, Heskett et al. (2020) argumentan que la personalización de los servicios, facilitada por el análisis de datos masivos, se ha convertido en un aspecto esencial para aumentar la satisfacción y fidelización del cliente en la era digital. Según Bitner et al. (2021), la automatización no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también optimiza la calidad del servicio, permitiendo una mayor satisfacción del consumidor.

### 3. METODOLOGÍA.

La metodología utilizada para el cuarto campamento fue muy organizada empezábamos cada mañana saliendo de los pomos y movilizándonos a cada una de las empresas que se debía visitar luego procedíamos a desplazarnos hasta la universidad para allí después de tener un tiempo de almuerzo un tiempo de descanso pasábamos a la sala de conferencias de la universidad a recibir nuestro conversatorio taller actividad a realizar ya previamente

programada por algunos docentes de la universidad luego nos dirigíamos hacia los pomos nuevamente en las horas de la tarde para tener otro espacio de descanso antes de proceder con actividades un poco más personales más espirituales por llamarlo de alguna manera haciéndonos conectar con diferentes emociones con la finalidad de salir con pensamientos más claros sobre proyectos tanto profesionales como personales sobre situaciones que podemos estar haciendo bien o no tan bien siempre buscando que cada uno de los participantes de estas actividades mejoren en todos los aspectos y así sean personas capaces de trabajar en equipo y logrando tener emprendimientos a grandes escalas no solo económicamente sino también socialmente como las empresas que visitamos.

#### 4. LOGROS OBTENIDOS.

A nivel personal empiezo diciendo que fue una gran experiencia tanto para mi vida profesional como para mi vida personal adquirí mucho conocimiento poder visitar las empresas y conocer de primera mano los procesos me generó grandes expectativas me ayudó a disipar muchas dudas que tal vez dentro de las aulas de clase no logré solucionar en su totalidad.

A nivel un poco más general o de grupo siento que este campamento nos permitió aprender a trabajar en equipo a convivir con personas totalmente diferentes unas a las otras con culturas diferentes pensamientos diferentes Y eso es algo que nos va a permitir ser más humanos en el campo profesional poder cumplir retos actividades con este grupo generó una de las metas u

objetivos de este campamento que era crear amistades contactos y porque no posibles alianzas entre los mismos participantes.

Y por último y cabe aclarar no menos importante agradezco mucho los conversatorios que tuvimos en la universidad porque personalmente los emprendimientos que conocí me hicieron dar cuenta que para nadie es fácil tener un emprendimiento pero que con esfuerzo y dedicación se puede lograr y se pueden mantener grandes ideas se pueden hacer realidad.

## 5. CONCLUSIONES.

El proceso de formación, tanto personal como profesional, fue enriquecido por los docentes de la facultad de la sede de Medellín: Daniel Restrepo, Mateo López, César Berrio y Eduard Arango. en este acompañamiento compartieron valiosa información sobre temas clave como Propiedad Intelectual, temas de TI Finanzas personales, entre otros; cabe destacar que la propiedad intelectual, al proteger ideas innovadoras, impulsa la creación de productos que pueden generar nuevos ingresos, lo que a su vez hay un beneficio sobre las finanzas personales. Una gestión adecuada de estos activos es esencial para maximizar el retorno económico en el ámbito de la administración de empresas.

Adicional. se contó con la participación de un coach y colaborador en el Hotel Los Pomos, Frank Moncada; y gracias a él y su equipo, tuvo un papel fundamental en el desarrollo de habilidades personales. A través de actividades enfocadas en el autoconocimiento, el liderazgo y el compromiso personal,

Frank nos brindó herramientas valiosas para reconocer nuestro potencial y ser

líderes de nuestras propias vidas, fortaleciendo nuestro código familiar y las relaciones interpersonales.

Lo que más me gustó de la información proporcionada sobre Zona Franca Rionegro es el enfoque integral que tiene la empresa en cuanto a seguridad, equidad y eficiencia. Es impresionante que cuenten con más de 1,000 empresas calificadas y generen más de 5,000 empleos directos, lo que demuestra su gran impacto en la economía local. Además, el hecho de que compren la energía a EPM y realicen un cobro equitativo, refleja un compromiso con la transparencia y la justicia en sus relaciones con los usuarios y clientes de la Zona Franca (ZF), lo cual es un aspecto fundamental en un entorno empresarial moderno y competitivo.

Solo quisiera añadir o más bien agradecer a la institución por crear este espacio tan importante y tan enriquecedor para nosotros los estudiantes de último semestre tener este espacio como una opción de grado es un gran aporte educativo. Un gran cierre para nuestra carrera profesional.

## 6. RECOMENDACIONES.

Para las recomendaciones solo nos quedó hablar en plural porque sé que para varios de mis compañeros también hubo un pequeño sin sabor con respecto al cierre del campamento la verdad tuvimos una expectativa un poquito más más

alta hubiera sido lindo poder contar con algún miembro de la universidad para el cierre del campamento pensamos que iba a ser algo presencial, pero pues no fue así y sería bonito que para los próximos campamentos los compañeros

tengan la oportunidad de un lindo cierre así como tuvimos y espero mis otros compañeros de los próximos campamentos un excelente inicio.

## 7. BIBLIOGRAFÍA.

- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). Management information systems: Managing the digital firm (15th ed.). Pearson Education.
- Turban, E., Volonino, L., & Wood, G. (2021). Information technology for management: Digital strategies for insight, action, and sustainable performance (11th ed.). Wiley.
- González, F., & Pérez, M. (2021). El impacto del turismo en el desarrollo económico de Medellín: Oportunidades y desafíos. Editorial Universidad de Medellín.
- Jaramillo, C., & Herrera, L. (2020). Turismo y economía urbana: El caso de Medellín. *Revista de Desarrollo Económico*, 8(2), 45-58.  
<https://doi.org/10.1234/rdvde.2020.0082>
- Rodríguez, A. (2022). Eventos internacionales y su impacto en el crecimiento del turismo en Medellín. *Revista de Turismo y Sociedad*, 13(1), 72-88. <https://doi.org/10.1234/rts.2022.0131>
-

- Bitner, M. J., Brown, S. W., & Meuter, M. L. (2021). Technology infusion in service encounters. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(2), 287-305. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00768-1>
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (2020). *The service profit chain: How leading companies link profit and growth to loyalty, satisfaction, and value*. Free Press.
- Klaus, P. (2019). *Customer experience 4.0: The complete guide to the customer experience revolution*. Kogan Page.

## 8. BUENAS PRÁCTICAS.

- Muy buena logística
- Las empresas escogidas para ser visitadas
- El lugar del hospedaje con su plus de actividades para mejorar espiritual y profesionalmente
- El contenido educativo que el campamento brinda

## 9. PÓSTER

### IV CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES



Un campamento empresarial es una experiencia y la oportunidad valiosa que permite fortalecer diversos aspectos clave dentro de una organización o proyecto.

- Trabajo en equipo
- Liderazgo
- Propósito
- Comunicación
- Crecimiento
- Emprendimiento



En este entorno, los participantes pueden trabajar en el desarrollo de habilidades cruciales para el éxito empresarial.

## 10 ANEXOS.



**Figura 1. Visita a Grafiti Tour – Comuna 13.**

*Elaboración: Colaboración colectiva estudiantes Facultad Ciencias  
Empresariales.*

Sede Principal Medellín: Edificio REMINGTON  
Calle 51 No. 51 - 27 PBX (604) 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.



**Figura 2. Encuentro estudiantes IV Campamento Facultad Ciencias  
Empresariales.**

*Elaboración: Colaboración colectiva estudiantes Facultad Ciencias  
Empresariales – Sede Medellín.*



**Figura 3. Zona Franca Rionegro-Antioquia**

*Elaboración: Colaboración colectiva estudiantes Facultad Ciencias  
Empresariales.*

Sede Principal Medellín: Edificio REMINGTON  
Calle 51 No. 51 - 27 PBX (604) 322 10 00 - Fax 513 78 92  
Sedes a nivel nacional - Línea única: 018000 410 203  
E-mail: [uniremington@uniremington.edu.co](mailto:uniremington@uniremington.edu.co)  
Medellín - Colombia - Suramérica.



**Figura 4. Visita EPM**

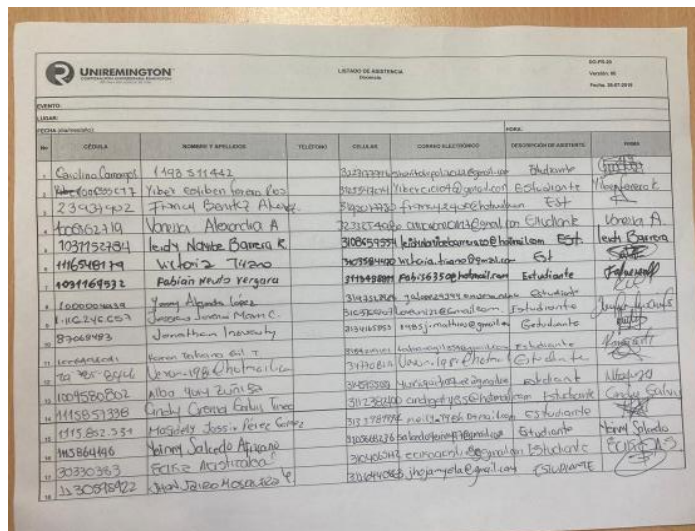
*Elaboración: Colaboración colectiva estudiantes Facultad Ciencias  
Empresariales.*



**Gráfica 5: Actividades en el Hotel los Pomos**

Sede Principal Medellín: Edificio REMINGTON  
Calle 51 No. 51 - 27 PBX (604) 322 10 00 - Fax 513 78 92  
Sedes a nivel nacional - Línea única: 018000 410 203  
E-mail: [uniremington@uniremington.edu.co](mailto:uniremington@uniremington.edu.co)  
Medellín - Colombia - Suramérica.

Elaboración: Colaboración colectiva estudiantes Facultad  
Ciencias Empresariales.



UNIREMINGTON		LISTADO DE ASISTENCIA		FECHA			
		DÍA		MES			
FECHA DE EMISIÓN:							
FECHA DE RECEPCIÓN:							
Nº	CÉDULA	NOMBRE Y APELLIDOS	TELÉFONO	CÉDULA	CORREO ELECTRÓNICO	DESCRIPCIÓN DE ASISTENCIA	OTROS
1	1492511442	Carolina Campi	31277731	20200101	carolinacampi@gmail.com	Estudiante	Gratificación
2	60055017	Yiber Galben Torres Los	31259141	20200101	yiber.galben@gmail.com	Estudiante	Gratificación
3	23431402	Francis Enrique Alvarez	31201980	20200101	francis.enriquealvarez@gmail.com	Estudiante	Gratificación
4	170052719	Varela Alejandra A	31232740	20200101	varelaalejandra@gmail.com	Estudiante	Gratificación
5	1037153834	Leidy Nohel Barrera R	31085957	20200101	leidy.nohelbarrera@gmail.com	Estudiante	Gratificación
6	1416548179	Wilson J. Turano	312758440	20200101	wilson.turano@gmail.com	Estudiante	Gratificación
7	1091169532	Fabian Neiva Vergara	31249289	20200101	fabian.neiva@gmail.com	Estudiante	Gratificación
8	1000000000	Jaime Alberto Lopez	31433184	20200101	jaime.alberto.lopez@gmail.com	Estudiante	Gratificación
9	116246057	Joselyn Johana Mann C.	31059007	20200101	joselyn.johanna@gmail.com	Estudiante	Gratificación
10	87068493	Janneth Ines Montoya	31344595	20200101	janneth.ines@gmail.com	Estudiante	Gratificación
11	1000000000	Kevin Roberto del T	30842000	20200101	kevin.roberto.deltrabajo@gmail.com	Estudiante	Gratificación
12	1000000000	Nelson Jose Humberto	31170011	20200101	nelson.jose.humberto@gmail.com	Estudiante	Gratificación
13	1004580802	Alba May Zúñiga	31259200	20200101	alba.mayzuniga@gmail.com	Estudiante	Gratificación
14	1115857338	Carly Cecilia Galvis Lopez	31126200	20200101	carly.ceciliagalvis@gmail.com	Estudiante	Gratificación
15	1115857338	Mosely Jesse Peter Gomez	31378777	20200101	mosely.jesse.peter@gmail.com	Estudiante	Gratificación
16	11586446	Nelson Salgado Arango	31000076	20200101	nelson.salgadoarango@gmail.com	Estudiante	Gratificación
17	10330383	Felis Arzobispo	31000076	20200101	felis.arzobispo@gmail.com	Estudiante	Gratificación
18	1130595922	Wendy Jairo Mosquera P	31000076	20200101	wendy.jairo.mosquera@gmail.com	Estudiante	Gratificación

Grafica No. 6. Planillas de Registro de asistencia a visitas empresariales y de la universidad.

Fuente: Elaboración propia.