



IV campamento de ciencias empresariales
Pasantía en investigación o proyección social

Presentado por: Yurany Alejandra Lopez Lancheros

Cedula: 1000004939

Administración de empresas

Presidente sala general:

Alejandro Vásquez Tieck

Corporación universitaria Remington

Sede Bogotá

Año 2024

Contenido

1.	Resumen	3
2.	Marco teórico.....	4
3.	Metodología.....	6
5.	Evidencia	9
6.	Conclusiones y/o resultados	20
7.	Recomendaciones	21
8.	Bibliografía.....	21
9.	Buenas practicas	22
10.	Generación de poster	23

1. Resumen

En este IV campamento empresarial que inicio a partir del día 22 hasta el 27 de julio en la ciudad de Medellín tuvimos la oportunidad de visitar varias empresas de producción y servicio en donde nos brindaron un campo más amplio de conocimiento que nos ayuda en nuestra carrera profesional y un amplio aprendizaje; Por otro lado, nos brindaron varios talleres y charlas que implementaron y ampliaron nuestro conocimiento también nos ayudaron a reflexionar nuestro yo interno y la fuerza que tiene cada uno para fortalecernos y seguir adelante para ser un gran profesional.

Entre las empresas que visitamos esta INCOLMOTOS YAMAHA, EPM, BANCO DE LA REPUBLICA, NORMANDIA, ZONA FRANCA RIO NEGRO en donde en cada una de ellas nos brindaron una charla de cada procedimiento que realizan en las empresas sus beneficios y experiencias que han logrado a la fecha, de igual manera nos dieron la oportunidad de darnos un recorrido por las empresas mostrándonos los procesos, valores y procedimientos que realizan a diario para mantener la producción y el buen manejo de la empresa.

De igual forma pudimos disfrutar de la experiencia y charla de los empresarios de las empresas FNL LANGUAGE SOLUTIONS Y OPTIDI empresas con una gran experiencia en los mercados con capacidad de brindar a otros empresarios maneras más rápida y facilitando mecanismos para su efectividad FNL brindando un servicio de aprendizaje en idiomas a los empleados de otras grandes empresas y OPTIDI brindando a las empresas una

facilidad para sus cliente de buscar información de los productos, catálogos y fotos que son necesarios para que tengas ventas mediante un link para ingresar y tener toda la información.

Para concluir todas las experiencias que tuvimos con cada una de las empresas nos ayudó a crecer como persona, como empresarios y a tener una amplia perspectiva de los procesos que se deben tomar y las decisiones para tener éxito, a si mismo es importante resaltar que, aunque cada empresa realiza diferentes procesos de producción tienen un enfoque buscando la necesidad de diferentes tipos de clientes y a quien ira el servicio o el producto para satisfacer la necesidad del cliente.

2. Marco teórico

La Responsabilidad Social Corporativa ha evolucionado de manera significativa en los últimos años, consolidándose como un componente fundamental en las estrategias empresariales modernas. En un entorno global en el que los consumidores y la sociedad exigen a las empresas un comportamiento más responsable, estas han comenzado a reconocer la importancia de integrar prácticas sostenibles en sus operaciones. De acuerdo con Smith y Besharov (2017), las empresas ahora entienden que no se trata solo de generar beneficios económicos, sino también de contribuir de forma positiva al entorno social y ambiental en el que operan.

Este cambio en el paradigma empresarial ha llevado a la expansión del concepto de RSC hacia un enfoque en la creación de valor compartido. Según Porter y Kramer (2011), este

enfoque permite a las empresas resolver problemas sociales mientras fortalecen su competitividad. El valor compartido implica que los beneficios empresariales y sociales no son excluyentes, sino que pueden ir de la mano.

Además, la RSC no solo tiene un impacto directo en la sostenibilidad y la ética empresarial, sino que también contribuye a la resiliencia y el éxito a largo plazo de las empresas. Las organizaciones que integran principios de responsabilidad social en su núcleo operativo logran adaptarse mejor a las nuevas demandas del mercado, mejorando su capacidad de competir en un mundo cada vez más globalizado y orientado hacia la sostenibilidad.

La innovación es un proceso esencial para la supervivencia y el crecimiento de las empresas en un entorno en constante cambio. Según Christensen et al. (2015), la innovación no se limita únicamente a la creación de nuevos productos o servicios, sino que abarca la implementación de nuevos procesos, la reinención de modelos de negocio y la introducción de mejoras organizacionales que pueden transformar los mercados y ofrecer una ventaja competitiva a largo plazo.

Además, la capacidad de una empresa para innovar se ha convertido en un indicador clave de su éxito a largo plazo. Tidd y Bessant (2020) destacan que las empresas que logran integrar la innovación en sus procesos y estrategias están mejor posicionadas para enfrentar las disrupciones del mercado y para aprovechar las oportunidades emergentes. En este sentido, la innovación se convierte en un motor de crecimiento y adaptación que permite a las empresas no solo sobrevivir, sino prosperar en mercados globales cada vez más competitivos.

La relación entre la RSC y la innovación es fundamental para el éxito a largo plazo de las empresas. Por un lado, la adopción de prácticas de RSC puede estimular la innovación, ya que las empresas se ven obligadas a repensar sus modelos de negocio y procesos en términos de sostenibilidad y responsabilidad social. Esto puede llevar al desarrollo de soluciones más creativas y disruptivas que no solo resuelvan problemas sociales, sino que también generen beneficios económicos.

Por otro lado, la innovación permite a las empresas implementar de manera más eficaz sus estrategias de RSC, desarrollando productos y servicios que respondan tanto a las necesidades del mercado como a los desafíos sociales y medioambientales. En este contexto, las empresas que integran la RSC y la innovación en su estrategia empresarial logran una posición competitiva más sólida, a la vez que contribuyen a un desarrollo más sostenible y equitativo.

3. Metodología

El objetivo del campamento es conocer las alternativas y el estudio de mercado que cada empresa emplea para satisfacer una necesidad dependiendo del sector al cual va dirigido para que tengamos en cuenta como crear la nuestra, se busca que nosotros como Administradores de empresas entendamos los procesos de distribución su funcionamiento mostrándonos como iniciar una empresa desde cero a donde debemos ir dirigidos y que queremos obtener de nuestra idea para así ejecutarla.

4. Logros obtenidos

En el IV campamento empresarial obtuve un aprendizaje valioso y experiencias inolvidables. Lo que más destaco es la calidad humana de las personas que nos acompañaron en el recorrido por las empresas y la calidez y alegría de la gente de Medellín. Los profesores nos impartieron enseñanzas que llevaré siempre conmigo en mi vida profesional. El personal tanto en la universidad como en los pomas fue muy amable y nos enseñaron mucho sobre la cultura y la importancia de la calidad humana.

En cuanto a las visitas a las empresas, aprendí sobre procesos que fortalecieron tanto mi desarrollo personal como profesional. En **Yamaha**, comprendí cómo ensamblan una motocicleta, desde el detalle en el pegado de estampillas, a cargo de mujeres por su precisión, hasta el uso de tecnología robótica para crear piezas claves. Observé cómo más de 50 personas trabajan juntas en el ensamblaje de una moto, asegurando su calidad antes de distribuirla a los puntos de venta.

En **EPM**, valoré su enfoque en el consumo responsable y el cuidado de los recursos naturales, especialmente el agua. Su labor educativa, a través de visitas domiciliarias, talleres y charlas, promueve la conservación de recursos tan vitales como el agua y la electricidad. Entendí la importancia de pequeños cambios, como controlar el tiempo en la ducha, para preservar el agua. También aprendí sobre la infraestructura necesaria para llevar agua potable y



electricidad a nuestros hogares, y cómo EPM, con su portafolio diversificado, beneficia a 25 millones de personas.

Otra experiencia significativa fue con la empresa **Normandía**, que se dedica al cuidado de caballos. Aprendí sobre la importancia del "boca a boca" en la confianza de sus clientes y cómo este método ayuda a la empresa a mantener su reputación, al igual que las promociones y beneficios que ofrecen para garantizar un servicio de calidad.

Uno de los momentos más transformadores del campamento fue la actividad en los pomos, donde trabajamos aspectos internos, como el perdón, la resiliencia y el trabajo en equipo. Reflexionamos sobre nuestras emociones y aprendimos a ser mejores personas y futuros profesionales, comprendiendo que el éxito no solo se mide en resultados, sino en la calidad humana que ofrecemos a los demás.

Finalmente, este campamento me permitió conocerme mejor a mí misma, identificar mis fortalezas y debilidades, y entender la importancia de cometer errores para luego encontrar soluciones. Trabajamos en equipo, lo que me enseñó que para que una empresa prospere es fundamental la colaboración entre todos los que forman parte de ella, generando ideas y estrategias que respondan a las necesidades del mercado.



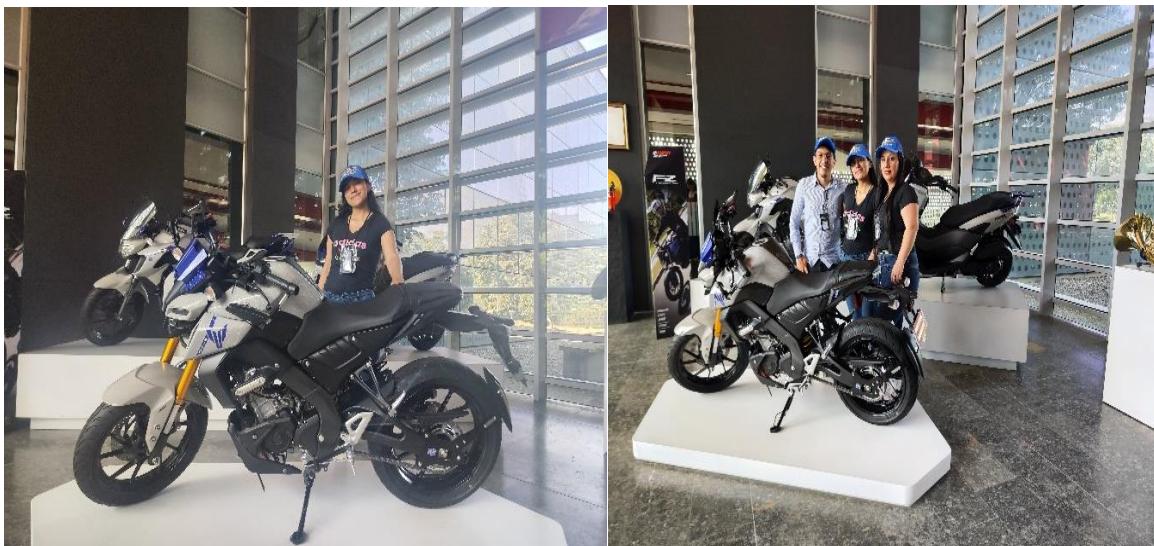
UNIREMINGTON
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

5. Evidencia

Los peludos trabajadores de YAMAHA



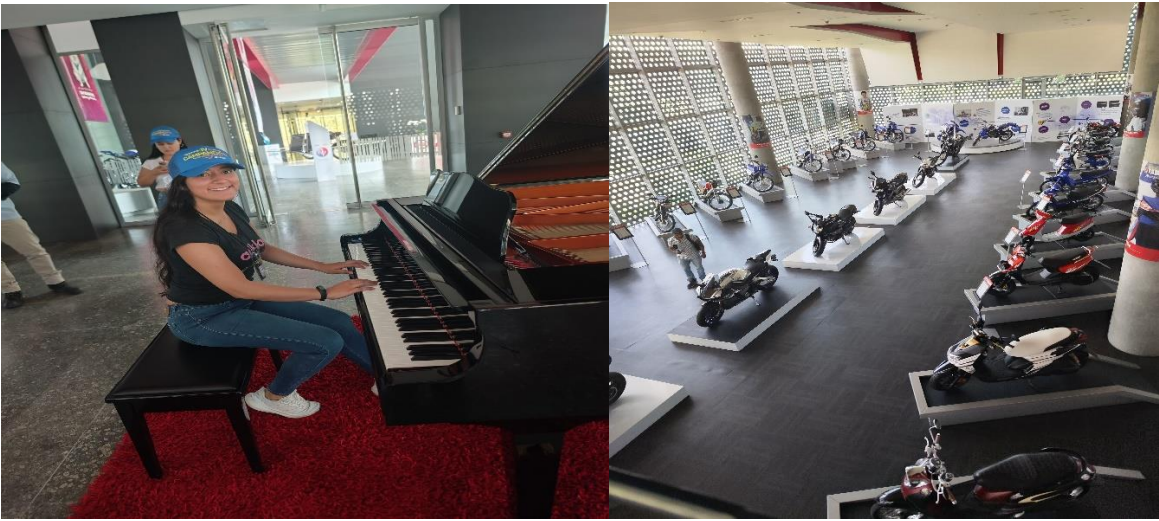
El museo de YAMAHA



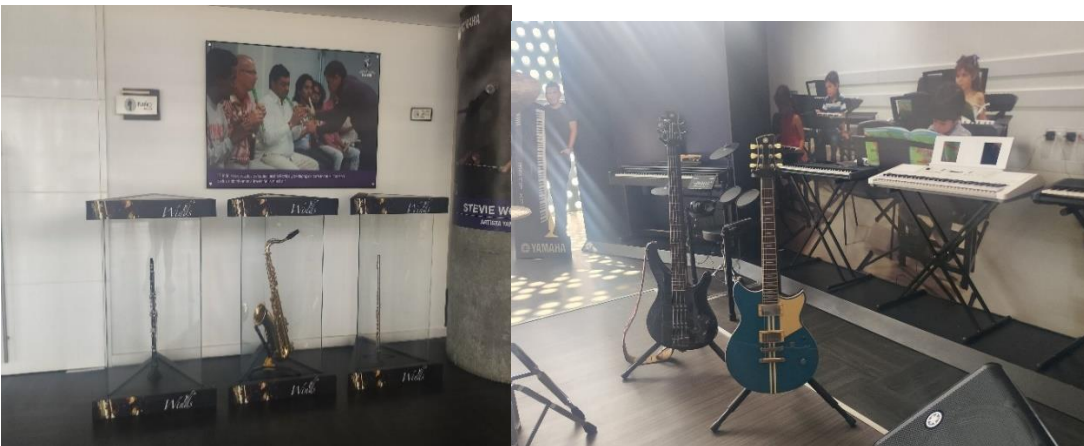


UNIREMINGTON®
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

Yamaha logra conectar las emociones, sentimientos, ideas y pensamientos de los Artistas con su público en vivo a través de equipos de audio profesional o en la comodidad de sus casas por medio de equipos de audio y video.



Los instrumentos que hacen parte de YAMAHA



Las instalaciones de YAMAHA amigables con el medio ambiente



NORMANDIA Y sus instalaciones





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



Su amplio espacio para los animales





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



NORMANDIA una empresa que brinda amor a los caballos



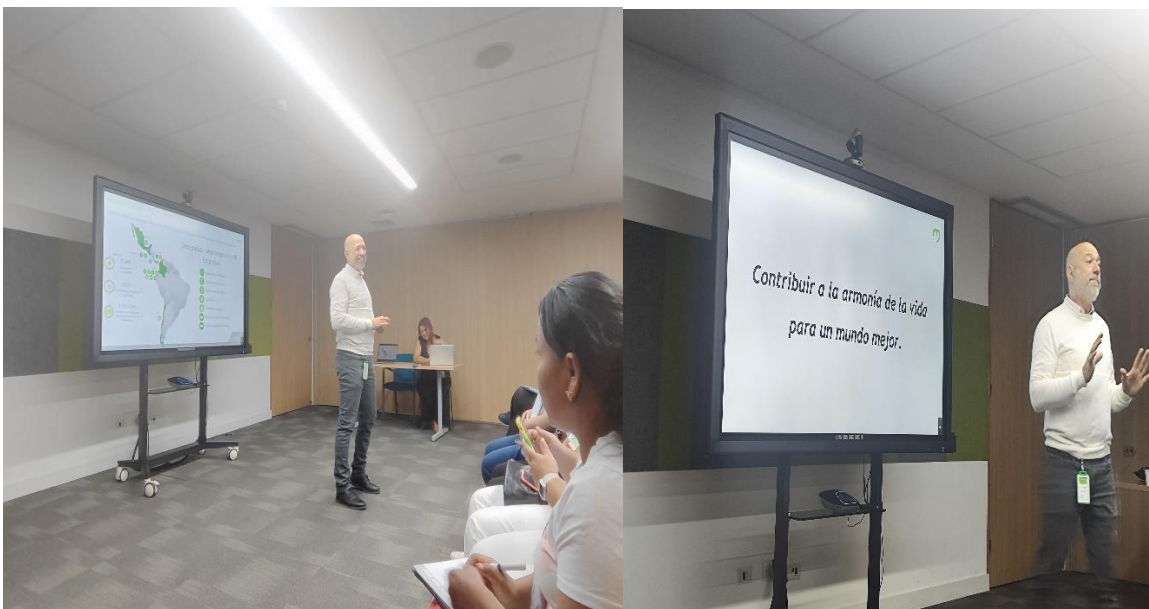


UNIREMINGTON®
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

EPM y sus instalaciones amigables con el medio ambiente




EPM y sus personas que tienen calidad de servicio



Un regalito de EPM para ahorrar nuestro consumo de agua





Servicios y soluciones



Servicios y soluciones

- Electrificación rural: +60,000 viviendas
- Unidos por el agua: +50,000 vinculaciones
- Energía prepago: +320,000 clientes
- Aguas prepago: 30,000 clientes





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

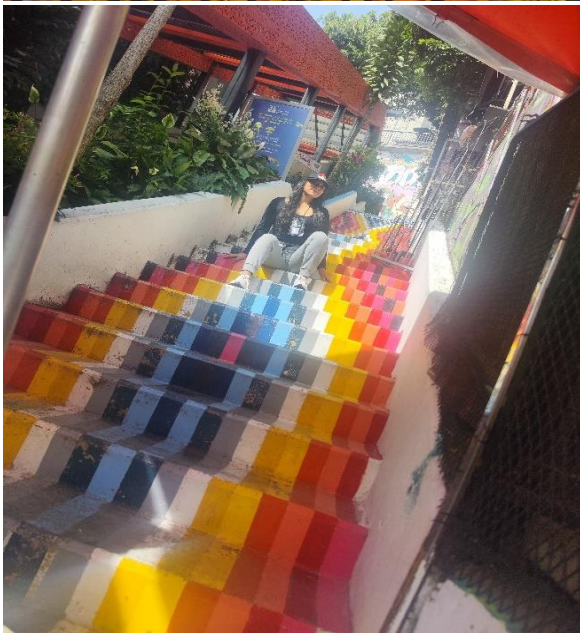
Otras visitas que nos mostraron historia y cultura de la ciudad de medellin

Comuna 13





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





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



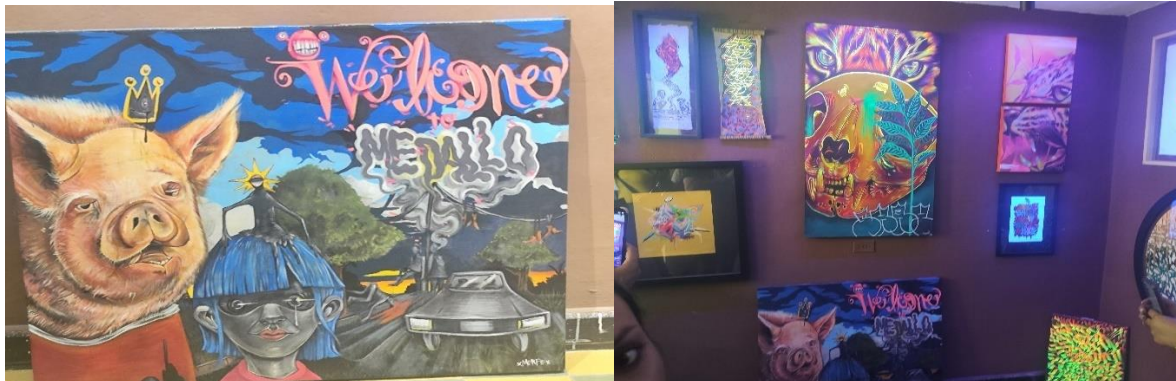


UNIREMINGTON
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

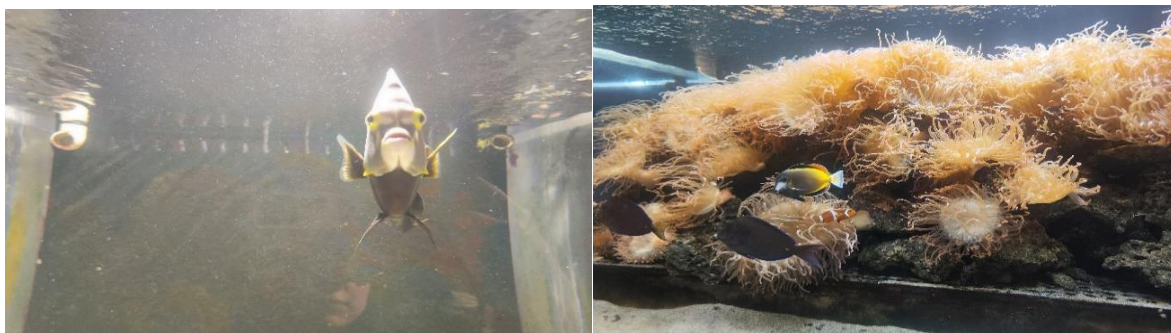
Metro de la ciudad de medellin



Grafitur



Parque explora y Planetario de medellin



6. Conclusiones y/o resultados

Para concluir personalmente la experiencia fue maravillosa y enriquecedora disfrute mucho la visita a las empresas, la experiencia dentro de estas grandes empresas analizando su funcionamiento y estrategias empresariales me fortaleció como persona y la empresa que quiero construir a futuro, es muy importante lo teórico de nuestra carrera de administración de empresas ya que sabemos por donde queremos ir enfocados sin embargo tener la dicha y oportunidad de ingresar a una empresa ya constituida por muchos años saber su historia, sus caídas sus innovaciones, sus proyectos y derrotas en el mercado es una experiencia inigualable de saber las mejoras y el inicio para crear una empresa en donde todas se caracterizan por la confianza que le generemos a los clientes para que sigan con nosotros y el buscar esa necesidad de la cual nos debemos enfocar para crear un producto o servicio, por mi parte repetiría la experiencia del campamento empresarial ya que esto me servirá para todo mi trayecto laboral.

Los resultados obtenidos en este IV campamento de ciencias empresariales fueron los mejores en toda mi carrera la experiencias es inigualable las enseñanzas y aprendizaje que me llevo es para toda mi profesión y ambiente personal volvería a pagar el campamento sabiendo que no me arrepentiré de ninguna de las experiencias vividas puedo decir que finalice mis estrategias, objetivos con las visitas a estas grandes empresas y la cultura de todas personas de Medellín que demuestra lo fuerte que tuvieron que vivir pero como lo superaron, me llevo las enseñanzas de los profesores cada uno nos brindó una experiencia y apoyo en todo momento y espero pronto volver.

7. Recomendaciones

La única recomendación que hago énfasis es que me hubiera gustado que el último día de la finalización del campamento alguien de la universidad nos hubiera acompañado para la despedida a nuestras diferentes ciudades ya que solo por este medio podemos agradecerles lo valioso que fue esta experiencia y que para mis futuros colegas puedan saber que vale la pena el esfuerzo económico y de tiempo para conocer la cultura de la ciudad de Medellín su sede principal de nuestra universidad y la calidad de personas que nos acompañaron en cada proceso.

8. Bibliografía

Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2015). *What is disruptive innovation?* Harvard Business Review Press.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The Big Idea: Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.

Smith, W. K., & Besharov, M. L. (2017). Bowing before dual gods: How structural position shapes trade-offs in organizations with contradictory goals. *Administrative Science Quarterly*, 66(4), 948-984.

Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (7th ed.). John Wiley & Sons.

9. Buenas practicas

Durante la estadía en el campamento se puso en práctica diferentes aspectos importantes de nuestra conducta individual como la puntualidad en las salidas y llegadas a cada empresa, la exactitud de los tiempos a tener en cuenta en los desayunos, almuerzos y comidas, así mismo los tiempos en cada actividad para que pudiéramos disfrutar y aprender de cada momento ya que fue muy importante estas buenas prácticas para avanzar en el camino y la experiencia en todas las empresas y las visitas por la ciudad de Medellín.

A nivel grupal tuvimos un buen ambiente con respeto, responsabilidad y el interés de aprender y llevarnos cada momento a nuestras respectivas ciudades, aunque todos éramos de diferentes ciudades de Colombia aprendimos de cada uno su cultura y su labor que hicieron al grupo mas unido en todas las actividades.



10. Poster

IV CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES

LOGROS DE MERCADO

- Procesos de distribución
- Estrategia de mercado
- innovación tecnológica
- Calidad de equipo de trabajo
- Mejora continua para los empleados

01 YAMAHA

fundada en 1887 YAMAHA no inicio con produccion de motos sino con la parte musical, despues de la segunda guerra mundial crearon tecnologia y supieron que el sector donde devian invertir era en el de motos realizaron un buen estudio de mercado de esta manera lograron ser una de las empresas de motos y instrumentos mas grandes del mundo con experiencia lograron crear su primera moto YA-1 en 1955.la cual solo hay dos una japon y la otra en Medellin.

02 EPM

Grupo multilatinio de caracter publico con un portafolio diversificado que llega a 25 millones de personas,teniendo alemnos 15,498 empleados Grupo EPM , con mas de 9,177 proveedores y contrtistas y de 25 millones de beneficiados en latinoamerica.

- Generacion de Energia
- Transmision de Energia
- Distribucion de Energia
- Gas natural
- Provision de agua
- Gestion de aguas residuales
- Gestion de residuos solidos

Electrificacion rural

Unidos por el agua
Energia prepago
Aguas prepago

Para cada proyecto EPM a realizado un estudio para brindar a la poblacion los recursos de vida generando confianza y llegando a mas veredas y lugares remotos sin acceso para implementar proyectos de mejora y calidad de personas.

03 NORMANDIA

Preparando personas y caballos para ser mejores NORMANDIA busca el bienestar del caaballo con sus planes complementarios para dar la opcion de cuidar y proteger los caballos al igual brinda proyectos de rescate, donaciones y eventos para criar y aprender del caballo a ser una buena persona

- Cuidado del medio ambiente
- Rescate a caballos maltratados
- Eventos de galope
- Crianza y calidad
- Amor por los caballos

04 Cultura de medellin

Aunque la ciudad tuvo conflictos puso sobrepasar esa barrera y convertirse en una ciudad turistica y empresarial ya que cuenta con variedad de empresas importantes que distribuyen a todo el pais