

Crecimiento y adaptación empresarial
V Campamento de Ciencias Empresariales

Corporación Universitaria Remington.
Ciencias empresariales.
Administración de Negocios Internacionales.

Karol Mariana Corzo Bernal.
Opción de Trabajo de grado.
Bogotá D.c
2025.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	3
Estado del arte – Marco teórico	4
Metodología	6
Logros obtenidos.....	7
Aeronáutica.....	7
EPM	10
Historia de la industrialización en Medellín	13
Conclusiones.....	17
Bibliografía	18
Anexos	20

Resumen

En este trabajo se presenta un análisis detallado de las experiencias vividas durante el V campamento empresarial de la Corporación Universitaria Remington. A lo largo de las actividades, se desarrollaron diversas dinámicas enfocadas en el aprendizaje, el autoconocimiento y el crecimiento tanto personal como profesional. Estas experiencias resultan enriquecedoras y aplicables para la vida cotidiana ya que proporcionan herramientas que fomentan el desarrollo integral de cada uno de los participantes.

Las visitas realizadas durante el campamento permitieron a los estudiantes ampliar su conocimiento y reflexionar sobre como las estrategias implementadas en las diferentes empresas han sido clave en la construcción de bases sólidas para su crecimiento y éxito. Observar de cerca estos modelos de negocio no solo brinda una comprensión más profunda del entorno, también motiva a los participantes a adoptar una mentalidad emprendedora y de esta manera buscar nuevas oportunidades para innovar en el mercado, siempre con un enfoque en las necesidades reales de las personas.

Estado del arte – Marco teórico

La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como el compromiso voluntario que asumen para generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente más allá de las obligaciones legales y económicas. Según la Comisión Europea (2011), la RSE es “la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad” integrando así los valores éticos, sociales y ambientales en cada una de las estrategias de negocio y los procesos productivos.

Uno de los pilares fundamentales de la RSE en cuanto a la responsabilidad ambiental es minimizar el impacto negativo de las actividades enmarcándose en el concepto de desarrollo sostenible, definido por la ONU como aquel que “satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades” (World Commission on Environment and Development, 1987)

La transparencia en la divulgación de las prácticas de la RSE es fundamental, las empresas que publican informes de sostenibilidad siguiendo los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) y el Sustainability Accounting Standards Board ha crecido en número a través del tiempo. (GRI, 2021)

Dentro de las principales estrategias de responsabilidad ambiental adoptadas por las empresas se encuentra la eficiencia energética y reducción de emisiones, la economía circular, la educación ambiental, entre otros.

El concepto de economía circular, que busca maximizar la eficiencia de los recursos minimizando los residuos se está convirtiendo en una base de las estrategias de sostenibilidad empresarial. Adicional, la mitigación del cambio climático y la transición

hacia las fuentes de energía sostenibles son clave para las empresas que buscan asegurar su viabilidad a largo plazo. (IPCC, 2021)

El avance en los medios de comunicación ha hecho que esta sea más rápida y accesible para la gran mayoría de personas. Hoy, cualquier persona que tenga en sus manos un celular puede estar informado en segundos, estas innovaciones y avances no solo benefician a los usuarios, si no también ha obligado a los medios a adaptarse constantemente.

Algunas de las principales transformaciones en la industria han sido:

- La comunicación antes se manejaba de manera unidireccional, pero ahora los usuarios pueden compartir, comentar y hasta influir en la agenda mediática (Newman, 2022)
- Las historias ya no se cuentan en un solo formato, estas se expanden a videos, podcast, plataformas interactivas y redes sociales (Jenkins, 2006)

En cuanto a la innovación en los medios de comunicación, además de adoptar nuevas tecnologías, se debe adaptar a la manera en que las personas consumen la información, como explica Küng (2017), los medios tienen que transformarse constantemente para seguir siendo relevantes en un mundo donde la inmediatez y la interacción es clave.

La transformación digital se ha convertido en una necesidad para las empresas, ya que con esto se mantiene la competitividad en el siglo XXI. Se deben integrar tecnologías digitales en todas las áreas de la empresa desde la administración hasta la atención al cliente. (Verhoef, 2021)

En la actualidad las empresas dependen cada vez más de los avances tecnológicos para su operación e interacción con los clientes. La capacidad de una organización para recopilar, preservar y analizar los datos digitales de manera efectiva es importante al momento de evaluar el impacto y tomar medidas para prevenir futuros incidentes. (Alkhatir, 2021)

Metodología

Para la recopilación de información en las visitas empresariales del campamento empresarial, se empleó un enfoque cualitativo y descriptivo, utilizando una estrategia exploratoria la cual permitió el análisis de la historia, el desarrollo económico y las estrategias empresariales en Antioquia, empresas públicas de Medellín y la aviación.

Las técnicas que se utilizaron en la recolección de datos fueron las siguientes:

- Se realizaron visitas a las diferentes empresas para evaluar la interacción entre las empresas y sus clientes, la aplicación de estrategias de sostenibilidad y la evolución en la infraestructura, por ejemplo, la empresa EPM.
- Se llevaron a cabo charlas con empresarios, expertos en aviación e historiadores de Medellín para obtener una visión más profunda sobre el desarrollo económico de la región, la seguridad, la experiencia del cliente y la gestión empresarial.
- Adicional se profundizó la información con libros que permitieron entender los temas tratados durante las charlas.

A partir de esta metodología, se logró obtener un panorama amplio e integral sobre la transformación económica, el impacto de la experiencia del cliente en las empresas y la evolución de la seguridad empresarial.

Logros obtenidos.

Aeronáutica

“De cada error, la aviación construye lo que la mantiene en el aire” (FAA, 2018)

Durante más de 121 años de historia, la aeronáutica ha aprendido de cada uno de los errores cometidos y ha implementado planes de mejora constantes para minimizar los riesgos basándose en experiencias pasadas, uno de los ejemplos más claros se dio en el ámbito militar, donde tras un accidente se dio la orden obligatoria del uso de los cascos dentro de las aeronaves para todos los miembros de las fuerzas militares. Las decisiones basadas en experiencias pasadas han permitido que la seguridad en la aviación evolucione de manera significativa reflejando una administración orientada a la prevención y a la mejora continua. (FAA, 2018)

La aviación es una de las industrias más exigentes en términos de aprendizaje continuo, experiencia y conocimiento. La gestión eficiente de una empresa aeronáutica debe estar enfocada rigurosamente en la administración de la seguridad, calidad del servicio y satisfacción al cliente. Cada decisión que sea tomada dentro de la organización impacta la operación y confianza de los miles de pasajeros que utilizan este medio para llegar a sus

destinos, por lo tanto, es crucial mantener estándares estrictos en todos los procesos y una cultura organizacional enfocada en la excelencia.

La formación continua es fundamental en esta industria. Las normativas de seguridad, avances tecnológicos y las mejoras en las practicas evolucionan constantemente, siendo la adaptación una actividad indispensable. La educación y entrenamiento del personal representa una estrategia clave en la administración para garantizar la competencia del recurso humano reduciendo errores y aumentando la eficiencia.

La calidad no es negociable, una empresa es rentable en la medida que sus clientes se encuentren satisfechos con la oferta y que esta cumpla con los más altos estándares de servicio y seguridad, esto implica la implementación de sistemas de gestión de calidad, auditorías internas, análisis de indicadores de desempeño y detección de oportunidades de mejora. La reputación de una empresa aeronáutica se construye con años de esfuerzo, pero puede verse afectada en cuestión de segundos si se descuida algún aspecto fundamental. (IATA, 2020)

En la aviación como en cualquier empresa, no solo se maneja dinero, sino también la vida de las personas que abordan la aeronave. Por este motivo, las decisiones se toman en base a un análisis de riesgo detallado que junto a las directivas evitan priorizar el aspecto económico sobre la seguridad de los clientes, aceptar los errores es una cualidad esencial en la gerencia de una empresa aeronáutica ya que no todo sale a la perfección, sin embargo, lo fundamental es aprender de los errores. (OACI, 2023)

Una empresa aeronáutica debe funcionar como un buen equipo coordinado al momento de la toma de decisiones ya que todos los procesos son compartidos, la comunicación efectiva y la cultura organizacional son aspectos esenciales para la transparencia y mejora continua de la industria, si un empleado detecta algún problema o anomalía debe reportarlo de inmediato.

Otro de los aspectos clave en la industria aeronáutica es la interacción con el cliente. La percepción y satisfacción de cada uno de los pasajeros influye directamente en la reputación de la aerolínea, Diago enfatiza en su libro que el servicio al cliente es esencial y lo define como “el momento de la verdad” (Diago Franco, 2012). Este concepto abarca desde la compra del pasaje aéreo hasta el desembarque y reclamación del equipaje, ya que cada una de estas etapas representa una oportunidad para fortalecer la relación con el cliente y garantizar su fidelidad con la empresa.

Factores que influyen en la satisfacción del cliente en la aviación:

- Empleados motivados y comprometidos con ofrecer un mejor servicio.
- Personal capacitado con conocimiento de los productos y servicios.
- Procedimientos simplificados para evitar retrasos.
- Instalaciones cómodas y limpias para mejorar la experiencia del cliente.

Diago Franco propone las siguientes estrategias para optimizar la atención al cliente:

- Capacitar regularmente a los empleados en habilidades de servicio y conocimiento de los productos.
- Mantener una comunicación clara y abierta, tanto internamente como con los clientes.

- Implementar sistemas que faciliten a los clientes dar opiniones y realizar mejoras basadas en sus sugerencias.
- Fomentar una filosofía empresarial en la que el cliente sea el centro de las decisiones y acciones.

Estas estrategias permiten diferenciarse en el mercado generando satisfacción, fidelización y una ventaja competitiva en la aviación.

EPM

“Presencia institucional y experiencia del cliente en la prestación de servicios públicos”

Durante el año 2021, se desarrollaron diversos programas de presencia institucional con un objetivo claro, fortalecer la relación entre la empresa y la comunidad. Estos programas han tenido impacto en 22 territorios metropolitanos y 2 municipios de subregiones llevando a cabo actividades de capacitación y relacionamiento enfocadas en la educación sobre la ley de servicios públicos y la factura de EPM, dado que esta incluye cuatro servicios esenciales como lo es el agua, luz, gas y aseo, es fundamental que los ciudadanos comprendan su funcionamiento, los conceptos que esta abarca y la estructura de los costos asociados.

Además de las capacitaciones, se realizan visitas domiciliarias para resolver inquietudes que presenten los ciudadanos sobre diversos temas, como la forma correcta de presentar Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias PQRS y los canales que se encuentran disponibles para ello. Así mismo se han implementado talleres educativos que se

encuentran dirigidos a niños promoviendo el uso eficiente de los servicios públicos, generando conciencia en sus familias, la importancia de ellos y su sostenibilidad.

Para establecer una comunicación efectiva con las comunidades se han diseñado estrategias de sensibilización que no solo informa acerca de los costos de los servicios, si no también sobre su valor real y el impacto que tiene en la vida cotidiana, con esto se busca incentivar el uso correcto de los recursos, evitando su desperdicio y contribuyendo a la preservación de las fuentes de materia prima por medio de diferentes actividades reflexivas.

Para lograr este objetivo se implementan diversos métodos de segmentación del mercado, adaptando cada mensaje a diferentes grupos poblacionales como niños, jóvenes y adultos mayores.

En un entorno competitivo y en constante evolución, la innovación en los canales de comunicación es esencial. Es de vital importancia recordar que la sostenibilidad de una empresa depende de la satisfacción de sus clientes y, escuchar la voz de cada uno de ellos a través de diferentes medios permite evaluar la claridad de la información, los tiempos de respuesta y la experiencia tanto transaccional como emocional.

El diseño de experiencias centradas en la satisfacción, eficiencia y sostenibilidad es clave para fortalecer la relación con los usuarios. Además, se promueve una cultura organizacional donde todos los colaboradores son responsables de la experiencia del cliente, reconociendo que, más allá de la prestación de servicios, las familias que los reciben deben ser consideradas dentro de la gestión y atención.

Para ofrecer una experiencia integral, se han identificado 3 disciplinas clave:

- Empleado: Garantizar condiciones óptimas para los funcionarios cumplan con su tarea de manera eficiente.
- Usuario: Fortalecer el relacionamiento a través de los canales de comunicación, asegurando la accesibilidad y resolución oportuna de dudas e inquietudes.
- Cliente: Facilitar la interacción en el mundo digital, mejorando los puntos de contacto directo entre la empresa y los clientes.

EPM ha sabido aprovechar la evolución de la tecnología para fortalecer la relación empresa-cliente integrando diversas estrategias comunicativas en cada uno de sus programas institucionales, garantizando que la información acerca de sus servicios llegue de manera clara a los usuarios.

Con la evolución de los medios y la influencia que tiene en la audiencia se adaptaron a la necesidad de segmentar sus estrategias de comunicación según el público objetivo con sus programas educativos.

El libro de Cremayer Mejía resalta como los medios pasaron de ser unidireccionales a una comunicación bidireccional. EPM implementó mecanismos innovadores para escuchar a sus clientes, mejorando los procesos y dejando en primer lugar la experiencia del cliente. Algunas de sus estrategias incluyen:

- Retroalimentación: A través de diferentes medios como encuestas, buzones de sugerencias y atención por canales digitales los clientes pueden expresar sus opiniones sobre el servicio que reciben, la calidad y sus posibles mejoras.

- Experiencia del usuario: la empresa desarrollo metodologías no solo para evaluar la eficiencia el servicio si no también la experiencia emocional del cliente durante cada interacción.
- Automatización: Los clientes pueden resolver dudas y realizar consultas por medio de los asistentes virtuales.

La empresa ha comprendido que la comunicación no solo depende de los canales utilizados sino también de la cultura que respalda la interacción con los clientes.

Historia de la industrialización en Medellín

Antioquia es una región que se caracteriza por su geografía desafiante, su riqueza mineral y su desarrollo a lo largo de los siglos, a partir de la llegada de los primeros exploradores hasta la consolidación de la economía, el departamento ha experimentado transformaciones significativas. (Restrepo, 2015).

La geografía de Antioquia es una de las más agrestes de Colombia ya que este situado en un territorio montañoso y representando un desafío para el transporte y la comunicación, pero también es la base de su riqueza natural. (Ocampo, 2013). Uno de los hallazgos más importantes en la región fue la presencia de agua salubre en el valle de Aburra, esto permitió la extracción de sal a partir de la evaporación del agua, este recurso fue conocido como “pan de sal”, llegando a ser más valioso que el oro, esto debido a la importancia que tenía para la conservación de alimentos y el comercio. (Villegas, 2008) Resulta impresionante como un recurso tan cotidiano como la sal logro obtener un valor tan significativo en su contexto histórico. Esto demuestra como la necesidad humana

puede redefinir lo que se considera valioso, dependiendo del momento y las circunstancias.

Desde la época colonial, la minería ha sido de las actividades más relevantes de la región. El departamento no solo es rico en oro si no también en plata, carbón y cobre, además de ello cuenta con reservas de arcillas, asbestos, calizas, manganeso y zinc. Estos recursos atrajeron inversionistas quienes trajeron nuevas tecnologías y técnicas de extracción impulsando el crecimiento económico. (Mejía C. , 2019)

La minería experimento avances significativos gracias a la labor de expertos como J Tyrell Moore, Carlos Segismundo de Greiff, Jean Baptiste Boussingault, Alejandro Johnson y Pedro Nissar, gracias a sus contribuciones lograron la optimización de procesos de extracción convirtiendo a Antioquia como el principal productor de oro de Colombia. (Botero, 2010)

Es admirable que a pesar de las dificultades que se presentan debido a la geografía y los retos sociales de la época, el pueblo antioqueño ha sabido transformar sus limitaciones en grandes oportunidades. La capacidad de adaptación y emprendimiento revela un espíritu resiliente y una identidad profundamente ligada al trabajo y la innovación.

A medida del crecimiento de la minería también lo hicieron otras actividades económicas como la agricultura y ganadería, debido al suelo fértil y las condiciones climáticas el cultivo de café, caña de azúcar, tabaco y diversos productos agrícolas fue un éxito abasteciendo tanto el consumo interno como los mercados de exportación, fortaleciendo así la economía.

Por otra parte, la ganadería generó empleos en diferentes zonas del departamento, esta actividad complementaria proporcionaba carne y lácteos a la población.

La expansión del agro y la ganadería refleja el aprovechamiento inteligente de los recursos naturales, pero también el profundo arraigo cultural al campo y la tierra que ha formado parte de la identidad antioqueña durante generaciones.

El auge de la minería y la agricultura facilitó la importación de bienes de lujo desde Europa. Durante el siglo XIX, el crecimiento en la economía permitió el acceso a objetos suntuosos como lo son las joyas, textiles finos, instrumentos musicales y muebles de alta calidad, esto reflejaba el progreso y la conexión de Antioquia internacionalmente.

Sin embargo, es interesante como el acceso a los bienes de lujo también puede marcar el inicio a nuevas dinámicas sociales y económicas, algunas veces generando desigualdades o aspiraciones que llevan a la transformación de una comunidad.

Durante el siglo XIX y principios del XX, Antioquia experimentó un auge en la actividad comercial e industrial. Debido a la acumulación de riqueza derivada de la minería y la agricultura permitió la creación de una infraestructura facilitando así el comercio interno y externo. El crecimiento del transporte terrestre y fluvial, con la construcción de carreteras y el uso de los ríos como vías de comunicación, permitió la conexión de Medellín con otras regiones del país (Echeverri, 2016).

La revolución industrial impactó el desarrollo en la región ya que los empresarios comenzaron a invertir en manufactura y producción de bienes de consumo, convirtiéndose la industria textil en uno de los pilares económicos; con la fundación de

empresas como Coltejer y Fabricato quienes modernizaron el sector y generaron empleo para trabajadores de la región. (Zuluaga, 2012)

Durante la segunda mitad del siglo XX, el auge de la industria automotriz, producción de alimentos y construcción llevo la economía al desarrollo y diversificación promoviendo la competitividad regional.

Medellín hoy en día es reconocida como uno de los polos de innovación y desarrollo, ya que su economía se basa en la tecnología, educación y emprendimiento.

Actualmente Antioquia representa una historia de lucha, ingenio y superación. Medellín, que alguna vez fue estigmatizado por la violencia, supo reinventarse demostrando que el progreso sostenible es posible cuando hay voluntad colectiva, inversión en conocimiento y compromiso social.

Conclusiones.

La gestión y el desarrollo en las diferentes visitas empresariales, aunque pertenecen a distintos sectores, están interconectadas en su impacto sobre el progreso económico, industrial y social. Cada uno de los ámbitos han enfrentado desafíos históricos y debido a ello se han implementado estrategias de innovación y adaptación para mantenerse como pilares fundamentales en la región.

Desde sus inicios Antioquia ha sido considerada una tierra de oportunidades y desafíos. Su geografía agreste no impidió el crecimiento de actividades económicas clave como la agricultura, minería y comercio. La explotación del oro permitió que inversionistas y expertos extranjeros con su llegada modernizaran la industria minera, consolidando a Antioquia como un motor económico de Colombia.

Por otra parte, las empresas públicas de Medellín han jugado un papel importante en la modernización de los servicios públicos y en la calidad de vida de cada uno de los Antioqueños. Su enfoque en la innovación, comunicación y sostenibilidad ha permitido que los ciudadanos comprendan el valor y el uso eficiente de los recursos. La implementación de las diferentes estrategias de EPM genera una relación de confianza con los usuarios, alineando su labor con la responsabilidad social y ambiental.

En cuanto a la aviación, el sector ha experimentado un crecimiento exponencial gracias a la seguridad operacional, la implementación de normas internacionales y el servicio al cliente. Esta industria, al igual que EPM, ha priorizado la experiencia del cliente, comprendiendo que la calidad y eficiencia en los procesos es clave para la fidelización del cliente.

Los tres sectores reflejan la importancia de la evolución y adaptación a los cambios, en conjunto representan la capacidad de innovar, crecer y enfrentar los retos con resiliencia y visión estratégica.

Bibliografía

Bibliografía

- Alkhatir, I. (2021). *Digital forensic readiness: A comprehensive framework*.
- Botero, J. (2010). *Minería y desarrollo en Colombia*. Universidad Nacional.
- Comisión Europea. (2011). *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- Diago Franco, F. E. (2012). *Pincelazos del servicio al cliente: un estilo de vida*.
- Echeverri, J. (2016). *Transporte y desarrollo regional en Antioquia*.
- FAA. (2018). *Safety Management Manual*.
- GRI. (2021). *Global Reporting Initiative*.
- IATA. (2020). *Airline Business Models and Service Quality*.
- IPCC. (2021). *Climate change 2021: The physical science basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Küng, L. (2017). *Strategic Management in the Media: Theory to Practice*. London.
- Mejía, C. (2019). Recursos naturales y crecimiento en Antioquia. *Revista de Estudios Regionales*.
- Mejía, L. C. (2017). *Los medios de comunicación y sus transformaciones*.
- Newman, N. (2022). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022*.
- OACI. (2023). *Análisis de Seguridad Aérea*.
- OACI. (2023). *Anexo 13*.
- Ocampo, J. A. (2013). *Estructura económica de Colombia: Pasado y presente*. Siglo XXI Editores.
- Restrepo, A. &. (2015). *Industrialización y modernidad en Medellín*. Universidad EAFIT.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.
- Verhoef, P. C. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing*, 85(1), 31–51.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2008.11.001>
- Verhoef, P. C. (2021). Digital transformation of business models: What drives success? *Journal of Business Research*, 124, 337-347.

- Villegas, L. (2008). *El oro blanco: Historia de la sal en Antioquia*: Universidad de Medellín.
- Zuluaga, M. (2012). *Historia de la industria textil en Colombia*. Norma.

Anexos

V CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES UNIREMINGTON

ADAPTACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Ser flexible permite afrontar nuevos desafíos con creatividad y resiliencia en un mundo en constante evolución, asegurando un futuro mejor para todos.

COMUNICACIÓN ASERTIVA

Expresar las ideas de manera clara, respetuosa y efectiva es clave para construir relaciones sanas que promuevan el entendimiento y la cooperación.



TRABAJO EN EQUIPO

La colaboración con otras personas potencia la creatividad y el logro de objetivos comunes. Un buen equipo aprovecha las fortalezas de cada integrante fomentando un ambiente de confianza y apoyo mutuo



TOMA DE DECISIONES

Esta habilidad nos ayuda a resolver problemas de manera estratégica y a asumir la responsabilidad de nuestras acciones

REDES SOCIALES



WWW.UNIREMINGTON.EDU.CO

