



IV Campamento de Ciencias Empresariales

Opción de Grado

MAGDELY JASSIR PEREZ GOMEZ
C.C 1.115.852.531

Administración de Empresas VIII
Corporación Universitaria Remington
Paz de Ariporo – Casanare
2024



IV Campamento de Ciencias Empresariales

1. Resumen.

El IV Campamento de Ciencias Empresariales, celebrado del 22 al 27 de julio de 2024 en la Corporación Universitaria Remington sede Ciudad de Medellín-Antioquia, tuvo como objetivo principal fortalecer las habilidades empresariales de los estudiantes a través de talleres y conferencias. Este Campamento asistieron 32 estudiantes y docentes del área, brindando un espacio para la capacitación en gestión empresarial, innovación y liderazgo.

Durante el campamento, se llevaron a cabo actividades como simulaciones de negocios, conferencias con empresarios de la región con una alta innovación en el mercado, La metodología empleada fue el aprendizaje basado en casos reales permitiendo a los asistentes aplicar conocimientos en un entorno práctico.

Entre los logros destacados, se observó las habilidades de liderazgo de los participantes, así como una mayor comprensión de las tendencias actuales en el mercado empresarial. De igual manera los asistentes realizaron comentarios positivos sobre la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos para sus futuros proyectos profesionales.

En conclusión, el campamento logró cumplir sus objetivos de formación y desarrollo de manera exitosa, gracias a la colaboración entre la facultad, los organizadores y los ponentes.

2. Estado del arte (marco teórico):

El IV Campamento de Ciencias Empresariales aborda temas clave como la innovación empresarial, estrategias de crecimiento, liderazgo y gestión de equipos. Estos aspectos no solo son fundamentales para el desarrollo organizacional, sino que también contribuyen significativamente al desarrollo profesional de los participantes, cuyo propósito es proporcionar herramientas y conocimientos esenciales para enfrentar los desafíos actuales del entorno del crecimiento empresarial que la demanda económica exige en el entorno nacional e internacional. A continuación, se presenta un análisis de las principales contribuciones recientes en cada uno de estos campos.



UNIREMINGTON®

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

RES. 2461 MED. UNIC. 21 DE 1996

www.uniremington.edu.co

Peter F. Drucker, ampliamente reconocido como uno de los padres de la administración moderna, en sus aportes al entorno empresarial, Drucker estudia sobre la importancia de la innovación como una función esencial en las organizaciones, según Drucker (1985) "La innovación es el instrumento específico del emprendimiento. Es el acto que dota de recursos a una nueva capacidad para crear riqueza". Esto supone la capacidad de adaptarse, evolucionar y encontrar soluciones creativas a los desafíos empresariales, siendo crucial para mantenerse relevante y competitivo en un mercado en constante cambio.

Un ejemplo contemporáneo es el de las grandes empresas tecnológicas, como Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp), que adoptan políticas de integración, mejora y actualización continua de sus aplicaciones en periodos cortos (30 días). Esto les permite responder a las demandas cambiantes de los dispositivos electrónicos, tanto en términos de hardware como de software, y evitar el declive de sus servicios. Un caso de estancamiento es el de BlackBerry, cuyo fracaso llegó cuando no se propuso innovar sus productos y servicios, esto resultó en su estancamiento y eventual desaparición del mercado, si bien a este fenómeno se le relaciona con la teoría de "Innovación Tecnología Disruptiva" (Marta & De Empresariales, 2014).

La teoría de la innovación tecnológica disruptiva es reafirmada por Jiménez-Montecinos (2020), quien, en su artículo científico basado en los aportes de Clayton Christensen, menciona que. "La actual crisis sanitaria global está impulsando la innovación tecnológica disruptiva. Un tipo de innovación en el que pequeñas empresas con menos recursos son capaces de desafiar con éxito a empresas establecidas (...). Ahora se acepta que debemos pensar diferente o, como se dice, fuera de la caja" .

Como segundo enfoque de aprendizaje y referencia, se aborda el concepto de "estrategias de crecimiento" propuesto por Ansoff (1957), quien establece cuatro herramientas para el crecimiento empresarial: penetración de mercado, desarrollo de mercado, desarrollo de producto y diversificación. Según Ansoff, "cada una de estas estrategias ofrece diferentes caminos para la expansión de la empresa, dependiendo de si se enfocan en productos existentes o nuevos, y en mercados existentes o nuevos".

La primera estrategia, penetración de mercado, implica aumentar la venta de productos mediante el ajuste de precios y la mejora de la distribución y comercialización. El desarrollo de mercado, por su parte, se refiere a la expansión del producto a nuevos nichos o mercados poco explorados, lo que permite seguir posicionando los productos. Finalmente, el desarrollo de producto y la diversificación consisten en la introducción de nuevos productos o en la mejora de los existentes, lo cual puede lograrse mediante la innovación.





Finalmente, el liderazgo, es un elemento clave en la implementación de estrategias de crecimiento. Zayas y Cabrera (2006), define que “el liderazgo como un proceso en el cual un individuo influye en un grupo de individuos para lograr un objetivo común. Este concepto ha evolucionado con el tiempo, y diferentes teorías han sido propuestas para explicar cómo los líderes pueden guiar efectivamente a sus equipos”.

Los líderes transformacionales, inspiran y motivan a sus seguidores a superar sus propios intereses por el bien del grupo o la organización, no solo se limitan a dar instrucción y hacer seguimiento de los procesos, más bien, estos líderes fomentan un cambio significativo a través de los valores, creencias y actitudes de sus seguidores, contextualmente esto se ve reflejado en las participaciones universitarias empresariales, donde los líderes y oradores comparten sus experiencias, las rutas para construir éxito de adentro hacia afuera.

3. Metodología.

La metodología del IV Campamento de Ciencias Empresariales se estructuró en 5 días cada uno dedicado a innovación, propiedad intelectual, liderazgo, gestión en la economía, el equipo organizativo consistió en miembros de la Facultad de Ciencias Empresariales y expertos en cada área temática, se utilizaron recursos como equipos audiovisuales, materiales de estudio, se inicia con el recibimiento en la facultad, seguido con la bienvenida de la Rectoría, Presidencia, vicerrectoría académica; dando la apertura a los desplazamientos de los estudiantes en rutas desde el campamento los Pomos a la sede Medellín y río negro de la Universidad, del mismo modo se realizó las visitas empresariales a las instalaciones de Incolmotos Yamaha, Empresa Pública de Medellín, Banco de la República, Zona Franca, además un esparcimiento en liderazgo con equinos - Normandía, Graffitour - Comuna 13, Visita al Planetario y Parque Explora. sí mismo en cada lugar la agenda incluyó conferencias, talleres interactivos.

4. Logros Obtenidos.

En la facultad de ciencias empresariales de la sede de Medellín nos han recibido a los estudiantes con una organización excelente, buen ambiente profesional, con una motivación e introducción del propósito del campamento y estadía en los Pomos garantizando desplazamientos con una previa planificación, en cuanto las visitas empresariales Incolmotos Yamaha, la Empresa Pública de Medellín, el Banco de la República y la Zona Franca, nos ayudó a tener una visión más amplia de la industria enriqueciendo los conocimientos previos en una experiencia con los procesos reales; en los talleres de finanzas, conferencia con empresarios y liderazgos con equinos nos permitió descubrir y desarrollar habilidades blandas de trabajo en equipo y liderazgo en un entorno profesional, de igual manera distinguir la cultura



del grafitour en la comuna trece nos lleva a reflexionar en la rutina diaria conectando el arte expresivo y comunicativo en medio de dolor del pasado una esperanza de un mejor mañana en la vida hay obstáculos que debemos superar con una buena estrategia, en la visita educativa al planetario y el parque explora nos simulo el avance tecnológico mediante exposiciones interactivas y juegos lúdicos de interpretación sencilla e innovadora logrando una integralidad de los sentidos del ser humano.

5. Conclusiones y Resultados.

El IV Campamento de Ciencias Empresariales me ha permitido fortalecer las competencias profesionales con la exposición de las industrias teniendo una comprensión en el entorno empresarial, así mismo se conoce la diversidad de culturas para la integridad en optimización de recursos y mejorando las habilidades blandas en cuanto la comunicación asertiva y toma de decisiones. Las actividades diseñadas para el esparcimiento y el desarrollo personal, como el liderazgo con equinos son efectivas para fortalecer la confianza y seguridad ante cualquier situación, son competencias cruciales para el éxito profesional en diferentes sectores industriales.

La mejora en la comprensión del entorno empresarial mediante dinámicas, practicas, experiencias y desafíos se ha podido visualizar la capacidad de perspicacia y aplicabilidad de los procesos de análisis en la industria, motivándonos a seguir estudiando puesto que la interacción con profesionales nos permite visionar y construir lazos de sociedad con calidad.

6. Recomendaciones.

Se ha evidenciado áreas para mejorar en un próximo campamento, entre ellos la incorporación de más actividades interactivas con una reflexión dirigido a la profesión y crecimiento personal, mediante encuestas previas para ajustar el objetivo en la actividad equilibrando el tiempo de talleres y considerando una ampliación de prácticas para la retroalimentación de la actividad, designación de un coordinador de tiempo completo para monitorear el cumplimiento de las actividades planeadas o un emergencia en horario no estudiantil para evitar retrasos en la agenda estipulada, la aplicabilidad de las recomendación mejora la experiencia en la ejecución de un próximo campamento.



6. Bibliografías.

Drucker, P. F. (1985). Principles of Successful Innovation. *Research Management*, 28(5), 10-12. <https://doi.org/10.1080/00345334.1985.11756915>

Marta, M. F., & De Empresariales, U. P. C. F. (2014). *Los efectos causados por los recortes en innovación a largo plazo en empresas de tecnología móvil*. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/173>

Jiménez-Montecinos, A. (2020). La Innovación Disruptiva en Tiempos de Crisis. Una Reflexión en la Memoria del Profesor Clayton M. Christensen. *Journal Of Technology Management & Innovation*, 15(4), 3-4. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242020000400003>

Christensen, C. M. (2013). The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press.

Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. *Harvard business review*, 35(5), 113-124.

Agüero, P. M. Z., & Ferreiro, N. C. (2006). *Liderazgo empresarial*. Universidad De Holguín" Oscar Lucero Moya".

Manuel Zayas, P., Agüero, & Cabrera, N., Ferreiro. (2006). *LIDERAZGO EMPRESARIAL*. Academia.edu. Recuperado 28 de agosto de 2024, de <https://acortar.link/pinIhS>

7. Buenas Prácticas.

El IV Campamento de Ciencias Empresariales, celebrado del 22 al 27 de julio de 2024 en la Corporación Universitaria Remington, se recalcó por su organización y metodologías, con una asistencia de 32 estudiantes y docentes, el campamento utilizó simulaciones de negocios empresariales para fortalecer habilidades en gestión, innovación y liderazgo, con una planeación eficiente, incluso en las visitas a empresas reconocidas de sector y esparcimiento garantizó una experiencia educativa acorde a los objetivos, la mezcla de talleres, conferencias aportó al aprendizaje continuo de los asistentes fortaleciendo las habilidades blandas en el ámbito personal y profesionalmente.

9. Poster.

1 PUERTAS ABIERTAS

- Cálida recepción por parte de las directivas de la facultad.
- Presentación informativa sobre iniciativas de internacionalización.
- Intercambio cultural enriquecedor.
- Espacio de convivencia y conexión.

2 RUTAS EMPRESARIALES

- Visita a Incolmotos Yamaha: Innovación sobre Ruedas.
- Recorrido por Empresas Públicas de Medellín (EPM): Potencia de Servicios Públicos.
- Exploración en el Banco de la República: Corazón Financiero del País.
- Experiencia en Normandía Equinos: Excelencia en la Cría y Cuidados.
- Tour por la Zona Franca Río Negro: Epicentro de Comercio Internacional.

3 SABIDURÍA EMPRESARIAL

- Taller de Finanzas en Uniremington: Dominio del Manejo Financiero.
- Análisis Económico con Andrés Cano: Una Perspectiva Experta.
- Conversatorio Empresarial: Diálogo con Líderes, Andrés Caicedo y Juan Sebastián Yepes.
- Innovación y Propiedad Intelectual: Protegiendo la Creatividad Empresarial.
- Liderazgo con Equinos: Fortaleciendo Habilidades a Través de la Equinoterapia.

4 CRECIMIENTO PERSONAL

- Taller de Autoestima: Fortaleciendo la Confianza Interior.
- Desarrollo Grupal e Individual: Crecimiento Colectivo y Personal.
- Presentación de Sedes e Integración: Bienvenida a Nuestro Espacio Común.
- El Líder en Mi Vida: Descubriendo el Liderazgo Personal.
- Código Familiar: Valores y Vínculos en Acción.
- Aprendizajes Significativos y Compromisos: Reflexión y Proyección Personal.

5 EXPLORACIONES URBANAS

- Graffiti por la Comuna 13: Arte y Resiliencia en las Calles de Medellín.
- Visita al Planetario: Un Viaje por el Cosmos y las Estrellas.
- Exploración en el Parque Explora: Ciencia, Innovación y Descubrimiento.

APRENDE Y EXPLORA



10. Anexos.



Sede principal Medellín: Edificio REMINGTON
Calle 51 N°. 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





Sede principal Medellín: Edificio REMINGTON
Calle 51 N°. 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

