

V CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES

INFORME FINAL: formando líderes del mañana.

JULIAN STEVEN SUAREZ GOMEZ

CC 1015444083

**TRABAJO COMO OPCIÓN DE GRADO EN LA MODALIDAD PASANTÍA
ACADÉMICA**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

MEDELLÍN, ANTIOQUIA, ABRIL 19

2025

Tabla de Contenido

1. Resumen	3
2. Estado del arte - Marco teorico	4
3. Metodología	5
4. Logros obtenidos	6
5. Resultados y conclusiones.....	8
6. Bibliografía.....	10
7. Poster	12
Anexos	13

1. RESUMEN

La Corporación Universitaria Remington abrió sus puertas desde la sede principal ubicada en la ciudad de Medellín para llevar a cabo la V versión del campamento de la facultad de ciencias empresariales desarrollado entre el 27 al 31 de enero del año 2025, con una gran oportunidad para integrar un grupo de estudiantes que vienen de diferentes partes del país, en un espacio lleno de aprendizaje, de crecimiento personal y profesional para las carreras que están estudiando.

Es un informe donde se describe que, con la participación de más de 30 estudiantes ha tenido una grandiosa aceptación en esta versión del campamento; se puede decir que es una experiencia enriquecedora, partiendo desde lo personal y haciendo mención en la relación con nuevas personas de diferentes culturas, formas de ser muy particulares que permite haya una interacción fluida y compartir espacios de transferencia del conocimiento y experiencias desde lo académico y profesional.

Cabe resaltar la participación activa de cada uno de ellos en el campamento, los vínculos intrapersonales que se generaron, las actividades programadas por parte del personal de la facultad de la universidad en los diferentes escenarios, en las visitas a empresas de los sectores públicos y privados, Banco de la República, Empresas Públicas de Medellín “EPM”, Metro de Medellín, Comuna 13, Parque Explora, conversatorio con antropólogo y profesores, con actividades en las aulas de clase, en especial de crecimiento personal en el hotel Los Pomos, permitiendo que los estudiantes tengan una razón más para tener amor por sus carreras.

2. ESTADO DEL ARTE - MARCO TEORICO

La propiedad intelectual (PI) juega un papel esencial en la protección de las creaciones del intelecto, proporcionando incentivos para la innovación y el desarrollo tecnológico. Según Ghidini y Arezzo (2020), la PI no solo protege los derechos de los creadores, sino que también promueve la difusión de conocimientos al garantizar que los inventores puedan beneficiarse económicamente de sus innovaciones. Esto es crucial en un entorno empresarial donde la innovación es diferenciador clave de competitividad. Además, la gestión eficaz de la PI es fundamental para maximizar el valor de los activos intangibles en las organizaciones (Hanel & Starec, 2022), especialmente en industrias altamente dinámicas donde el ciclo de vida de los productos es cada vez más corto (Osei & Kim, 2019).

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha evolucionado significativamente en los últimos años, convirtiéndose en un componente esencial de las estrategias empresariales modernas. Las empresas ahora reconocen la importancia de integrar prácticas sostenibles que no solo generen beneficios económicos, sino que también contribuyan positivamente al entorno social y ambiental en el que operan (Smith & Besharov, 2021). La RSC se ha expandido para incluir un enfoque en la creación de valor compartido, donde las empresas buscan resolver problemas sociales a la vez que fortalecen su competitividad (Porter & Kramer, 2020). Este enfoque estratégico de la RSC es fundamental para la reputación corporativa y la lealtad del cliente en un mercado global cada vez más consciente (Jones & Comfort, 2022).



La innovación es un proceso esencial para la supervivencia y el crecimiento de las empresas, ya que permite la adaptación a un entorno competitivo y en constante cambio. Según Christensen et al. (2020), la innovación no solo se refiere a la creación de nuevos productos o servicios, sino también a la implementación de nuevos procesos, modelos de negocio y mejoras organizacionales que pueden transformar mercados y ofrecer ventajas competitivas. Además, la cultura de innovación dentro de las organizaciones, caracterizada por la apertura al cambio y la experimentación, es fundamental para sostener la creatividad y la generación continua de valor (Govindarajan & Trimble, 2021). En este sentido, la capacidad de una empresa para innovar se ha convertido en un indicador clave de su éxito a largo plazo (Tidd & Bessant, 2021).

3. METODOLOGIA

En este V campamento de ciencias empresariales, se utilizó un enfoque de naturaleza cualitativa y exploratoria, ya que se centra en el análisis profundo de las experiencias y perspectivas de los estudiantes participantes en el campamento. Esta metodología tiene como objetivo generar un interés en los estudiantes por los temas tratados en el aula, trasladándolos a un contexto profesional en el que puedan investigar, compartir y aplicar lo aprendido en un entorno laboral. De esta forma, se busca fomentar la curiosidad y el desarrollo de habilidades interpersonales y profesionales.

Para garantizar el manejo ético de la información, se aplicó el consentimiento informado, conforme a la Ley 1581 de 2012 en Colombia, la cual regula el tratamiento



de datos personales. Este marco legal asegura que los participantes comprendan y acepten explícitamente el uso de sus datos para fines académicos y de investigación.

En cuanto al enfoque metodológico, se utilizó un enfoque cualitativo que permite una interpretación profunda de las experiencias vividas por los estudiantes en las visitas a las empresas y actividades programadas. La metodología cualitativa, según autores como Creswell y Poth (2019), es adecuada para explorar fenómenos sociales a través de datos no numéricos, como entrevistas, observaciones y análisis de contenido. Este enfoque permite captar las perspectivas subjetivas de los estudiantes, ofreciendo una visión detallada y rica de los aprendizajes obtenidos.

4. LOGROS OBTENIDOS

Para este informe, las visitas empresariales son parte fundamental en el crecimiento, profesional y académico por parte del estudiante de la facultad de ciencias empresariales, para este campamento es de resaltar que en las visitas a empresas, iniciando en el Banco de la República, pude observar que es una entidad sólida y bien estructurada, encargada de funciones clave para la estabilidad económica del país, como la fabricación de los billetes y la emisión de moneda, el control de la inflación y la administración de las reservas internacionales. Me llamó especialmente la atención su enfoque en la transparencia y el compromiso con la educación financiera.

En EPM destaco su línea de negocio del mercado inclusivo, siendo profesionales en los procesos de relacionamiento público, sus programas que fomentan al buen uso de

los recursos públicos, cómo hacen una buena búsqueda para segmentar sus clientes y cómo cada uno de ellos benefician de las líneas de negocios que maneja EPM, cómo han llegado a impactar desde la experiencia a sus clientes, a escuchar sus problemáticas del uso de los recursos públicos, es más, ellos al escuchar a su usuario permite la generación de ideas para promover cambios en su unidad de atención de Educación.

Durante la visita al Metro de Medellín, se pudo evidenciar que esta entidad no solo representa un sistema de transporte eficiente, sino también un ejemplo de cultura ciudadana y compromiso social. Me impresiono la manera que ingresan la movilidad con el respecto por el espacio público, desde el principio de su funcionamiento se destaca por su limpieza, mantenimiento y puntualidad. También note que sus colaboradores trabajan de una manera organizada, con un enfoque en el servicio al usuario, más allá del transporte, el Metro actúa como un agente de transformación urbana y social, conectando zonas marginadas.

De Comuna 13 ha tenido muchas mejoras en el sector turismo, gracias al cambio que le dieron a raíz de décadas siendo golpeados por la violencia, por operaciones militares de Mariscal y Orión, creando un cambio de imagen en sus territorios, usando el turismo, la muestra artística como grafitis, bailes Hip Hip, breaking dance y cultural como parte de su estrategia, para generar empleos directos e indirectos, crecimiento económico para la comuna y cambio social con responsabilidad social; Jose Arellano, trabajador

social de casa Kolacho es un centro cultural que se encargada de organizar Graffitour,
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



en el que brindan recorridos completos en la comuna para conocer murales y la transformación del barrio a través del arte urbano.

La visita al Parque Explora fue una experiencia enriquecedora, es un lugar diseñado para aprender de manera divertida sobre ciencia, tecnología y naturaleza. Recorrimos espacios en las salas de escena, de tiempo, de mente, de música. El acuario, la exposición de dinosaurios y la sala abierta, cada uno con actividades interactivas que despertaban la curiosidad. Me pareció muy interesante como todo esta pensado para que las personas, sin importar su edad, puedan experimentar y aprender jugando de una manera creativa.

5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En el informe se evidencia información de las empresas, una de las empresas que más me impacto fue EPM, es una empresa integrada en sus servicios públicos, siempre buscando la mejora continua y la experiencia con el cliente, gracias a su forma de hacer una buena segmentación de mercados y dónde se encuentra posicionado a nivel Latinoamérica y ha impactado con programas de valor para relacionarse con el usuario/cliente.

La Gerencia de Mercadeo Estratégico se enfoca en alinear las estrategias de mercadeo con los objetivos generales de la empresa, asegurando que las actividades de marketing contribuyan al crecimiento sostenible y a la ventaja competitiva. Implica un análisis

profundo del mercado, el poder identificar oportunidades y la segmentación efectiva del público objetivo. Esta gerencia también se debe adaptar a los cambios en el entorno, como nuevas tecnologías o tendencias de consumo, para así mantener la relevancia de la marca. Finalmente, es crucial para maximizar el retorno de inversión en marketing y fortalecer la relación con los clientes.

Los docentes de la sede de Medellín Mateo López, Andres Cuervo, Cesar Berrio, Eduard Arango, también fueron parte de este proceso de formación personal y profesional, compartiendo información sobre Lecciones aprendidas de la aviación para un rol como gerente, Finanzas personales, siendo así que la Propiedad Intelectual impulsa la Innovación, protegiendo ideas que pueden convertirse en productos valiosos, lo que a su vez puede mejorar las Finanzas personales al generar nuevas oportunidades de negocio en la administración de empresas. También las diferentes charlas históricas por parte del antropólogo en historia y arquitectura Víctor Ortiz.

Contamos con la participación de Frank Moncada, un colaborador y coach en el Hotel Los Pomos quien en las noches junto con su equipo de trabajo estuvieron desempeñando un papel importante en el fortalecimiento de las habilidades del ser, compartir información de valor para reconocernos a nosotros mismos, siendo líderes en nuestras vidas, el código familiar y compromisos personales por medio de las actividades.

El liderazgo es la capacidad de influir y guiar a un equipo hacia el logro de metas

comunes, fomentando la colaboración y el crecimiento personal. Un buen líder inspira confianza y motiva a otros para alcanzar su máximo potencial.

6. BIBLIOGRAFIA

- Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2020). *What is disruptive innovation?* Harvard Business Review Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2019). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Ghidini, G., & Arezzo, E. (2020). *Intellectual Property and Innovation*. Edward Elgar Publishing.
- Govindarajan, V., & Trimble, C. (2021). *The other side of innovation: Solving the execution challenge*. Harvard Business Review Press.
- Hanel, P., & Starec, A. (2022). Managing intellectual property for competitive advantage: A case study of a small tech company. *Journal of Intellectual Property Rights*, 27(4), 245-256.
- Jones, P., & Comfort, D. (2022). Corporate social responsibility and sustainability in retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102733.
- Osei, E. T., & Kim, J. (2019). The economic impacts of intellectual property rights protection in the software industry. *Journal of Technology Transfer*, 44(3), 567-589.



- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2020). The Big Idea: Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Smith, W. K., & Besharov, M. L. (2021). 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. (2021). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (7th ed.). John Wiley & Sons.



7. POSTER

V CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CORPORACIÓN UNIREMINGTON

LIDERAZGO

ES LA CAPACIDAD DE INFLUIR POSITIVAMENTE EN UN GRUPO, MOTIVANDO A LAS PERSONAS A DAR LO MEJOR DE SI, PARA ALCANZAR METAS COMPARTIDAS. UN BUEN LÍDER NO SOLO DIRIJE, SINO TAMBIÉN ESCUCHA.

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

PERMITEN MEJORAR PROCESOS, CREAR SOLUCIONES MÁS AGILES Y RESPONDER DE FORMA EFECTIVA A LOS CAMBIOS DEL ENTORNO, PARA EL CRECIMIENTO Y TRANSFORMACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES.

VISITAS EMPRESARIALES

ES UNA OPORTUNIDAD VALIOSA PARA CONECTAR LA TEORÍA CON LA PRÁCTICA, YA QUE PERMITE CONOCER DE CERCA COMO FUNCIONAN LAS ORGANIZACIONES EN SUS PROCESOS. APORTANDO UNA VISIÓN REAL DEL MUNDO LABORAL Y FORTALECIENDO LA FORMACIÓN PROFESIONAL.

WWW.UNIREMINGTON.EDU.CO



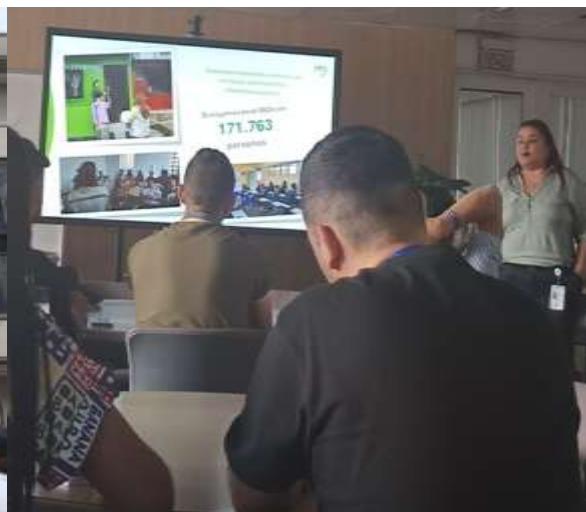
UNIREMINGTON
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2001 DEL JUNIO 21 DE 1996

ANEXOS



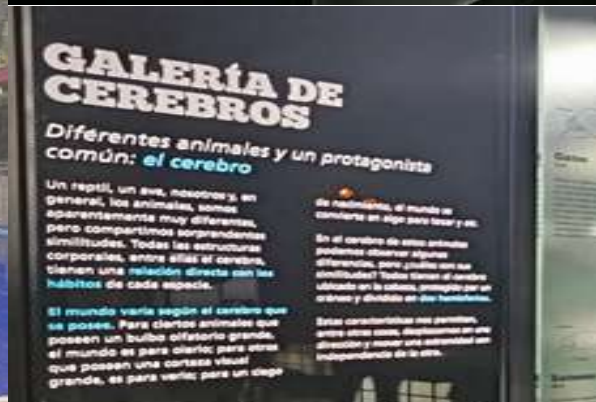
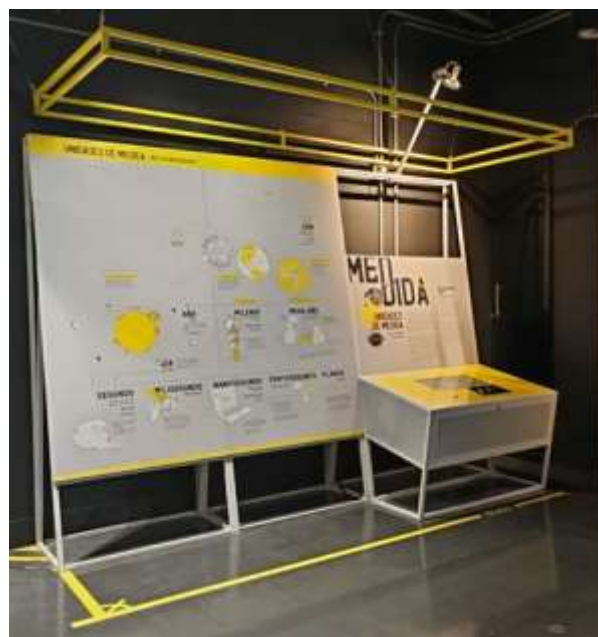
Sede Principal Medellín: Edificio REMINGTON
Calle 51 No. 51 - 27 PBX (604) 322 10 00 - Fax 513 78 92
Sedes a nivel nacional - Línea única: 018000 410 203
E-mail: uniremington@uniremington.edu.co
Medellín - Colombia





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





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

