



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

www.uniremington.edu.co

CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESTRUCTURA DEL INFORME FINAL

JOHANNA MARIBEL PEREZ MORELO

MONTERÍA – CÓRDOBA





Tabla de Contenido

| | |
|----------------------------------|----|
| Agradecimiento..... | 3 |
| Resumen..... | 4 |
| Marco teórico..... | 5 |
| Aporte teórico..... | 5 |
| Estado del arte..... | 11 |
| Antecedentes..... | 13 |
| Metodología..... | 14 |
| Logros obtenidos..... | 17 |
| Conclusiones y/o resultados..... | 18 |
| Bibliografía..... | 18 |
| Póster – Infografía..... | 21 |
| Anexos..... | 23 |





Agradecimiento

Agradecida con Dios por permitirme cumplir el sueño que tuve de niña, por darme su sabiduría y paciencia para llegar al final de esta nueva meta. A mi familia, mi madre, hermanos y mi hija por todo el apoyo, por todo el tiempo que deje de compartir con ellos, este logro es también de ellos. A la Corporación Universitaria Remington y a mis profesores por sus enseñanzas, por su aporte a mi superación personal, cada clase marco la ruta de todo lo que he aprendido en los últimos años, mis compañeros por el apoyo, por enseñarme a trabajar en equipo y por brindarme su amistad más allá de las aulas de clases.





Resumen.

El presente informe del campamento empresarial ofreció un análisis integral sobre aspectos relacionados con sostenibilidad, cultura organizacional, finanzas personales, resiliencia comunitaria y valor corporativo, sustentado en las teorías contemporáneas de gestión, servicio público y transformación social. La propuesta del informe reviste de conceptos tales como la gestión emocional del cliente, la buena gobernanza pública y la ética empresarial, pautas que permitieron también enmarcar las vivencias en un ámbito de enseñanza-aprendizaje de carácter académico. Con respecto al estado del arte, se confrontaron las posiciones de diferentes autores que han estudiado el impacto de las finanzas personales sobre el desarrollo, el valor corporativo sobre la credibilidad de las instituciones y la resiliencia como agente de transformación social, encontrando coincidencias y, en otros casos, diferencias teóricas relevantes. Los antecedentes utilizados para la preparación del informe dieron cuenta de investigaciones aplicadas en temas de atención al cliente, sostenibilidad y la eficiencia organizacional, mostrando metodologías aplicadas tanto en el ámbito cualitativo, como en el cuantitativo que sustentaron los temas trabajados. La metodología empleada ha sido exploratoria con enfoque cualitativo, sustentada en la observación participante en visitas a EPM, al Banco de la República y a la Comuna 13, la cual fue complementada por talleres y ponencias de los expertos. Todo lo que se logró, es reflejo de las apropiaciones de los conocimientos prácticos y teóricos, sensibilización ante realidades sociales complejas y el refuerzo de las competencias blandas relacionadas con el liderazgo, empatía y capacidad crítica. Finalmente, las conclusiones dejan ver que los conceptos de liderazgo ético, sostenibilidad y conexión con la comunidad son determinantes para la gestión organizacional efectiva.





Marco teórico

Aporte teórico

Marketing Social - En EPM (Empresas Públicas de Medellín)

Durante la jornada del martes 28 de enero de 2025, en el contexto del recorrido por Empresas Públicas de Medellín (EPM), nos brindaron una charla muy interesante, a cargo de los ponentes. En este espacio, se trabajó uno de los más interesantes de EPM, el marketing social como estrategia para conectarse y acercarse a las comunidades. El ponente dejó claro desde el inicio que EPM no sólo tiene el objetivo estratégico de convertirse en una empresa pública de servicios eficiente, sino que, como empresa, también tiene un compromiso con el bienestar de las personas. El tutor afianzó que últimamente han cambiado su manera de comunicarse con los usuarios, dejando de lado un lenguaje frío y distante, para empezar a escuchar, comprender y acompañar a las comunidades, especialmente aquellas más vulnerables.

Una de las ideas en las que más insistió el tutor fue que el marketing social en EPM no es simplemente una estrategia: no se trata de campañas para redes sociales ni de hacer publicidad con sonrisas ajenas; se trata de "acciones que renacen del territorio, que crecen con la gente, y que devuelven la confianza en lo público". De esta manera, el tutor volvió a enfatizar que la reputación no se construye con discursos, sino que empieza a ser reputada con hechos y circular por la vida cotidiana de los ciudadanos. También compartió algunos ejemplos de programas comunitarios en los que ha estado EPM presente, no sólo como prestador de servicios sino como un actor activo en la solución de problemáticas sociales y ambientales. La empresa, mediante jornadas de educación ambiental, brigadas de energía segura, acompañamientos en procesos de formalización de servicios.

Se complementó esta visión con un enfoque muy humano. El funcionario habló de la importancia de la empatía institucional, esa capacidad de ponerse en los zapatos del usuario y entender sus miedos, sus dudas y sus necesidades. El tutor destacó que uno de los principales retos que tienen como empresa es romper con la imagen de entidad "lejano-burocrática", y para lograrlo, el marketing social se convierte en un puente fundamental.





Comunidad de Aprendizaje – Banco de la república

A través de la visita que se realizó al Banco de la República, sede Medellín, la jornada en la que se participó activamente, el funcionario llegó a explicar que, por medio de la Oficina de Comunicaciones, el Banco de la República se ha puesto en marcha una estrategia firme de acercamiento con la comunidad, centrada ella en la educación sobre ciertos aspectos que se relacionan con la economía y las finanzas. El objetivo de esta estrategia ha sido ayudar a la ciudadanía a conocer y comprender mejor ciertas funciones concretas que permiten identificar al Banco de la República frente al resto de entidades financieras.

Un claro de los ejemplos más representativos sería la formación en cuanto a los elementos de seguridad de la nueva familia de los billetes colombianos, pues no solo se identifica con el fortalecimiento de la confianza en el sistema monetario, sino que también se asocia con la divulgación de la cultura de la prevención ante delitos, como el de falsificación. Pero, esta forma de trabajo es solo una parte. En relación con esto, el Banco de la República ha propuesto un amplio proyecto educativo, destinado a formar en diversos aspectos a los niños y a las niñas, a los jóvenes y a los adultos que, en última instancia, se presenta como una forma de generar confianza y no en último lugar, de enriquecer el conocimiento colectivo.

El ponente estableció un especial énfasis en las finanzas personales como uno de los ejes centrados en esta estrategia educativa. Hizo hincapié en que instruir a la ciudadanía en el manejo del dinero, en la planificación financiera y en la toma de decisiones responsables, más que favorecer su propia calidad de vida, también favorece la producción del desarrollo de toda la sociedad.

A lo largo de su intervención, dejó claro que este enfoque no busca tecnificar la educación, sino democratizar el conocimiento económico. Su mensaje fue contundente: todos interactúan con el dinero a diario, por lo tanto, todos deben tener acceso a herramientas para comprenderlo y gestionarlo mejor.

Con un lenguaje cercano y ejemplos del día a día, el docente logró transmitir la importancia de una ciudadanía informada y empoderada, capaz de entender y participar activamente en temas económicos. En conclusión, la experiencia en el Banco de la República dejó una enseñanza clara: la educación financiera es una herramienta de transformación social que debe estar al alcance de todos.





Reflexión en la comuna 13 - Turismo Cultural

La experiencia en la Comuna 13, sin duda, se produjo en una de las actividades más impactantes llevadas a cabo en el camino de la educadora. El grupo vivió una actividad que fue mucho más que una excursión turística: se trató de una vivencia que destilaba memoria, arte, resiliencia y transformación social. La acción estuvo guiada por el equipo de Casa Kolacho, un colectivo cultural vinculado fuertemente al territorio. Con sus relatos, se fue reconstruyendo la historia de una de las áreas más golpeadas por el fenómeno de la violencia en Colombia. Pero más allá de la herida del pasado, lo que más se antepuso al contar la historia, fue el proceso de renacer como comunidad, en la que la cultura y el arte urbano se convirtieron en herramientas de sanación, identidad y progreso.

Los muros de la comuna, adornados de coloridos grafitis, no solo cuentan historias: también edifican expresiones de lucha, resistencia y esperanza. Cada imagen es una página viva del relato de sus habitantes quienes han cambiado el sufrimiento por expresión artística y la escasez por motivo de orgullo de barrio. A lo largo del recorrido, fue palpable la manera en la que el turismo cultural posibilita la dinamización de la economía local. Y es que estos visitantes no solo contemplan arte, también interactúan con los emprendedores del territorio: artesanos, músicos, guías, artistas, vendedores de productos típicos ¡todos ellos una red que ha hecho del arte modo de vida y del turismo, modo de desarrollo.

Uno de los pasajes más profundos y conmovedores fue cuando los guías compartieron sus propias vivencias, unas veces vinculadas al conflicto, otras a la esperanza de un futuro distinto. Fue a partir de ese momento que se entendió la verdadera dimensión del proyecto: la Comuna 13 no quiere que la recuerden por lo que hubo de sufrir, sino por lo que ha logrado superar.

La experiencia también corroboró, a la vez que aseguran que existe una fusión enriquecedora entre turismo, cultura y lúdica, donde la historia se cuenta a través del cuerpo, la voz, el color y la música; y donde el visitante no es tan solo un observador, sino un testigo del poder transformador de la comunidad.

Indudablemente esta visita no solo tuvo un aprendizaje del mundo del emprendimiento cultural y la economía creativa, sino también fomentó una profunda reflexión sobre el papel que juegan la memoria y la identidad y la participación ciudadana para iniciar la recuperación del tejido social. La Comuna 13 a través de otras iniciativas como Casa Kolacho, da cuenta del hecho de que otra realidad es posible cuando la comunidad se transforma en el protagonista de su historia.





Toma de decisiones gerenciales: Lecciones aprendidas de la aviación

Durante el día de apertura del campamento empresarial se realizó un conversatorio, profundamente inspirador, dirigido por los respectivos docentes, en donde se evidenciarán las enseñanzas que ha dejado la aviación en el mundo de la administración y la gestión organizacional. El debate comenzó con una reflexión historiográfica sobre los comienzos de la aviación en el que se precisaban aspectos tales como que el primer vuelo documentado fue el ocurrido el 17 de diciembre de 1903, sin embargo, ocurrió que sólo cinco años después -el 17 de septiembre de 1908- se registraba el primer accidente mortal en un vuelo tripulado y desde ese momento la aviación nunca más volvió a ser la misma. Todos los errores, los eventos se convirtieron en un aprendizaje contundente y asociado a ello una posibilidad de mejora. Un ejemplo muy ilustrativo fue el uso obligatorio del casco en las aeronaves militares como consecuencia de aquel trágico evento, posibilidad que daría inicio a una cultura de seguridad estricta.

Uno de los puntos más enfatizados fue la diferencia entre incidente y accidente. Mientras que un accidente conlleva consecuencias graves, materiales, humanas o estructurales, un incidente puede parecer menor, pero no por ello deja de ser importante. En aviación, incluso lo más mínimo se documenta, se analiza y se convierte en lección. Este enfoque, aplicado al mundo empresarial, representa una mentalidad de mejora continua que no espera a que ocurra una crisis para actuar.

Los ponentes quisieron evidenciar las posibilidades que puede ofrecer esta filosofía organizativa a cualquier tipo de organización. La aviación demuestra que no hay que dejar nunca ninguna cosa al azar, sino que hay que aplicar estandarización en los procesos, control estricto en los protocolos establecidos y capacidad de improvisar ante los errores como determinantes del éxito en la larga distancia. En vez de dejar pasar los pequeños fallos, uno debe afrontarlos con disciplina, con la convicción profesoral que asume el hecho que detrás de cada error se abre un camino de aprendizaje. Este conversatorio no fue, sino que una grandísima invitación a repensar el liderazgo y la toma de decisiones, pero desde un punto de vista más responsable y provisor, donde la clave no radica solo en conseguir los objetivos, sino en cómo se gestionan los riesgos, se aprende del error y se fortalece la operación día tras día, tal como ocurre en la aviación.





Historia empresarial: La industria en Antioquia

La conferencia que dictó el historiador Víctor E. Ortiz propició un acercamiento a la historia de la cultura de la industria en el departamento de Antioquia, parte fundamental de la construcción del aparato productivo colombiano. Ortiz (2025), empezó la charla señalando cómo la industrialización de Antioquia no se generó de la nada, sino a partir de una cultura empresarial ligada a valores como el trabajo, el ahorro y la educación. Para el historiador, este tejido empresarial se fue forjando lentamente desde el siglo XIX, cuando empezaron a consolidarse acciones como las de la minería del oro y el comercio, las cuales fueron laborando las bases de un ecosistema emprendedor que supo amoldarse a las nuevas condiciones del mercado.

Uno de los aspectos más atractivos de la conferencia estuvo dado por el énfasis que dio el historiador en cómo se fue transformando la empresa antioqueña desde un modelo familiar hacia uno más complejo, que incorporaba las alianzas estratégicas y la profesionalización de la gestión. El historiador argumentó que, a diferencia de otras regiones de esta nación, en Antioquia el proceso se dio a una velocidad progresiva, en la que la transición de una economía agrícola/comercial a una industrial se dio con el surgimiento de sectores como el textil, el cementero, y más recientemente, la energía y el tecnológico.

Ortiz (2025) también puso de manifiesto la importancia decisiva que tuvieron las instituciones; cooperativas, cajas de compensación o universidades, ya que éstas aportaron cierto carácter colectivo y una implicación social al desarrollo de la industria. Todo participó no sólo de la expansión de la economía, sino también de una identidad cultural del esfuerzo colectivo y/o de la innovación constante. La conferencia acabó con la reflexión acerca de los retos presentes con los que se enfrenta la industria antioqueña, así como la necesidad de la reinención propia ante los cambios de orden tecnológico, social y/o medioambiental, pero en este caso la conferencia tomó el enfoque de un mensaje optimista, una historia que nos enseña que Antioquia ha sabido renovar su propia historia una vez más y que su legado empresarial lo es y será un pilar fundamental para la historia del país.

Identidad de marca, metro de Medellín

La visita a la sede administrativa del Metro de Medellín, ubicada en el municipio de Bello, ha permitido comprender la profundidad y el impacto del sistema de transporte más allá de su simple función de mover personas. Durante la visita al recorrido y la charla orientadora, quedó demostrado que el Metro no sólo es un medio de transporte, sino un símbolo de la cultura ciudadana, la sostenibilidad y la transformación social. Uno de los





aspectos más remarcados por los anfitriones fue que el Metro de Medellín es un modelo de gestión en base a unos valores corporativos firmes, donde importan el respeto por el espacio público, la puntualidad, la limpieza y el civismo, que han sido el resultado de un trabajo concienzudo y un esfuerzo de larga duración para conseguir la identidad de marca, identidad que se encuentra presente en cada detalle del sistema, desde el comportamiento de los usuarios del mismo, hasta el diseño de estaciones y procesos de operación.

Se resaltó también el fuerte compromiso del Metro con la conectividad territorial y el desarrollo urbano, lo que ha hecho posible que su presencia contribuya significativamente a la transformación física y social de Medellín. Lejos de ser una empresa centrada únicamente en la rentabilidad, el Metro ha logrado posicionarse como un agente de cambio que mejora la calidad de vida, genera orgullo ciudadano y establece un sentido de pertenencia entre sus usuarios.

Además, se expuso cómo este modelo ha despertado el interés de otras ciudades de América Latina que ven en el Metro de Medellín un referente de gestión integral, no solo por su eficiencia operativa, sino también por su capacidad de fomentar el civismo y el control social positivo. En definitiva, se trató de una experiencia enriquecedora que dejó una enseñanza clara: construir marca también es construir ciudadanía.





Estado del arte

Finanzas personales y su impacto en el desarrollo personal

Los diferentes estudios han puesto de manifiesto que una adecuada administración de las finanzas personales repercute positivamente sobre el bienestar y el desarrollo integral de la persona. Un manejo consciente del presupuesto, del ahorro y de la inversión no sólo nos permite alcanzar nuestras metas económicas personales, sino que también refuerza la autonomía, la seguridad emocional y la toma de decisiones de quien las lleva a cabo (Santillán et al., 2021). Según Salcedo (2016), las personas con educación financiera tienden a sufrir menos estrés, a realizar previsiones, a largo plazo, y a tener mayor calidad de vida. Así pues, la educación financiera se convierte en uno de los principales vehículos para facilitar el crecimiento de la persona y de la familia.

Sin embargo, Medina et al. (2023) concretan dicha visión con la afirmación de que el desarrollo personal no depende únicamente del control financiero, sino que ésta debe estar complementada con factores psicosociales como la autoestima, las redes de apoyo y las oportunidades. Si bien admiten que gozar de la buena salud financiera puede resultar útil para la disminución de los obstáculos que pueda presentar nuestro crecimiento personal, advierten que sin un entorno favorable y sin políticas públicas que favorezcan la inclusión económica, las ganancias en conocimientos de educación financiera pueden ser escasas. De este modo, se plantea una relación de causalidad entre finanzas personales y desarrollo, ya que una favorece a la otra, pero tampoco son autosuficientes, en la misma línea se encuentra una aportación como la de Mora (2019), que plantean una visión conjunta - la educación financiera se debe complementar con el fortalecimiento del capital social y emocional para dar las posibilidades de un verdadero desarrollo humano.

Comuna 13, resiliencia y transformación social

La Comuna 13 de Medellín ha sido objeto de múltiples investigaciones por ser un caso emblemático de resiliencia comunitaria frente a contextos de violencia urbana. Según Crespo & Jiménez (2022), esta zona pasó de ser uno de los sectores más conflictivos del país a convertirse en un referente nacional e internacional de transformación a través del arte, la cultura y el turismo. La resiliencia de la Comuna 13 se manifiesta en su capacidad para reconstruir el tejido social, resignificar su historia dolorosa y convertirla en una narrativa de esperanza. El estudio destaca el papel fundamental de las organizaciones comunitarias y culturales que, con iniciativas propias, lograron impulsar el sentido de pertenencia y abrir nuevas oportunidades económicas.





En contraposición, algunos autores como García y Sánchez (2021) señalan que, si bien la transformación de la Comuna 13 ha sido significativa, existen riesgos de romantización de la violencia y procesos de gentrificación no planificados. Estos investigadores critican que ciertas intervenciones turísticas han terminado por comercializar el dolor y desplazar a pobladores tradicionales, lo que representa una amenaza para la autenticidad y sostenibilidad del modelo. Frente a esto, los mismos autores proponen una estrategia de gobernanza participativa que equilibre los beneficios económicos del turismo con la preservación del capital social y cultural del territorio. De este modo, la resiliencia no es solo capacidad de adaptarse, sino también de cuestionar los nuevos desafíos del desarrollo.

Impacto del valor corporativo en una empresa

La noción de valor corporativo, el cual se puede concebir como un conjunto de principios, creencias y cultura organizacional ha demostrado ser, como indican Santillán et al. (2021), una vez más, un factor clave a la hora de proyectar y mantener una empresa, de tal manera que las empresas que van logrando construir una identidad bastante clara y coherente con sus valores terminan por generar más confianza en los consumidores, un mejor clima laboral y más estabilidad institucional. Es más, para estos autores el hecho de que el valor corporativo se traduzca en la acción de las empresas coherente con dichos valores, representa en mercados de alta inestabilidad un elemento diferenciador respecto a la competencia.

Por otro lado, Sastre et al. (2019) advierten que muchas empresas utilizan los valores corporativos únicamente como discurso para mejorar su imagen ante el mercado, sin integrarlos verdaderamente en sus prácticas. Esto genera una disonancia organizacional que puede derivar en desmotivación interna y desconfianza externa. En respuesta, estudios más recientes como el de Aboukhadeer et al. (2023) plantean que el valor corporativo debe construirse de forma participativa, involucrando a todos los niveles de la empresa para asegurar autenticidad y sentido compartido. La gestión estratégica de los valores, en este sentido, no solo impulsa la reputación empresarial, sino que también fortalece el compromiso del talento humano y alinea la organización con el entorno social.





Antecedentes

La investigación realizada por Casas (2023) analiza cómo las prácticas de sostenibilidad influyen en el desempeño financiero y reputacional de las empresas. La problemática identificada se centra en que muchas organizaciones adoptan iniciativas sostenibles solo como estrategia de imagen, sin integrarlas de forma genuina en su operación. El objetivo fue evaluar la relación entre la sostenibilidad corporativa y la creación de valor a largo plazo. Se aplicó un enfoque mixto que combinó encuestas a 100 empresas en América Latina y análisis documental de sus reportes de sostenibilidad. Los resultados mostraron que aquellas organizaciones que incorporaron criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en su modelo de negocio, obtuvieron un mejor posicionamiento en el mercado y aumentaron su rentabilidad en un 15% en promedio. Se concluye que la sostenibilidad no debe ser vista como un gasto, sino como un activo estratégico.

El estudio desarrollado por Romero & Bardales (2022) abordó la percepción ciudadana sobre la calidad del servicio en instituciones públicas, específicamente en alcaldías y entidades de salud. El problema identificado fue la baja satisfacción del usuario debido a la falta de orientación, tiempos de espera prolongados y trato poco cordial del personal. El objetivo del estudio fue analizar los factores que más afectan la percepción del servicio y proponer mejoras en los procesos de atención. La metodología utilizada fue cuantitativa, mediante encuestas a 1.200 usuarios en cinco ciudades de Colombia. Los hallazgos revelaron que un 68% de los encuestados percibía la atención como deficiente, señalando la falta de capacitación del talento humano y la desorganización como causas principales. Se evidenció que la implementación de canales de atención digital y protocolos estandarizados mejora significativamente la experiencia del ciudadano.

La investigación de Leiceaga & Peñas (2016) examinó el impacto del marketing social como herramienta para modificar conductas colectivas en pro del bienestar común. La problemática central consistió en que muchas campañas públicas no logran generar cambios sostenibles en el comportamiento social debido a su enfoque informativo y poco participativo. El objetivo fue analizar las condiciones que hacen efectivas las campañas de marketing social orientadas a temas como reciclaje, salud y movilidad. El estudio usó una metodología cualitativa con análisis de cinco campañas exitosas en América Latina. Los resultados indicaron que las estrategias más efectivas fueron aquellas que apelaron a emociones, usaron líderes comunitarios como voceros y generaron un sentido de identidad colectiva. Se concluyó que el marketing social debe construirse desde y para la comunidad,





promoviendo el empoderamiento ciudadano.

Mendieta et al. (2020) investigaron el papel de la cultura ciudadana en procesos de transformación social en contextos urbanos marcados por la violencia y la exclusión. La problemática planteada fue la falta de apropiación del espacio público y el escaso sentido de pertenencia por parte de los ciudadanos en zonas marginalizadas. El objetivo fue evaluar el impacto de las intervenciones de cultura ciudadana en la recuperación de la convivencia y el tejido social. Se adoptó una metodología etnográfica mediante observación participante en tres comunas de Medellín. Los resultados mostraron que las actividades lúdicas, artísticas y pedagógicas lideradas por organizaciones comunitarias, lograron fortalecer los lazos sociales y disminuir los conflictos en un 40%. Se concluyó que la cultura ciudadana es una herramienta fundamental para transformar realidades urbanas complejas.

La investigación de Mora (2019) analizó cómo el turismo cultural puede convertirse en una estrategia de desarrollo económico y social para comunidades históricamente excluidas. La problemática identificada fue que muchas regiones con riqueza cultural no cuentan con las herramientas ni el reconocimiento para convertir su patrimonio en una fuente sostenible de ingresos. El objetivo del estudio fue evaluar los efectos del turismo cultural en el fortalecimiento del tejido empresarial local. Se utilizó un enfoque mixto, con entrevistas a gestores culturales y análisis económico de 10 iniciativas turísticas en Colombia. Los hallazgos revelaron que aquellas comunidades que lograron articular el turismo con la identidad cultural, experimentaron un aumento en la creación de microempresas y una mayor valoración del patrimonio inmaterial. Se concluyó que el turismo cultural, bien gestionado, puede dignificar territorios y generar oportunidades reales.

Metodología

El diseño de investigación fue de tipo cualitativo, descriptivo y exploratorio, basado





en la observación directa y el análisis de experiencias vivenciales obtenidas a través de visitas a organizaciones clave en Medellín. Las experiencias seleccionadas fueron la visita a EPM (Empresas Públicas de Medellín), la visita al Banco de la República y la vivencia en la Comuna 13. Estas visitas fueron consideradas como casos representativos para analizar prácticas de sostenibilidad, políticas públicas y resiliencia social, respectivamente. La investigación se organizó en torno a recorridos guiados, charlas educativas y actividades interactivas, con el objetivo de obtener una comprensión integral sobre las estrategias implementadas por estas entidades.

Se adoptó un enfoque cualitativo, centrado en el aprendizaje experiencial y la observación participativa. A través de estas experiencias, se buscó obtener una visión profunda de cómo las organizaciones y comunidades abordaron temas clave como la sostenibilidad ambiental, la resiliencia social y las políticas económicas. Se utilizaron estrategias de análisis como la observación directa durante las visitas, el análisis de discursos de expertos y líderes comunitarios, y la recopilación de percepciones personales respecto a las acciones implementadas por cada organización o comunidad visitada.

La recolección de información se llevó a cabo mediante diversos instrumentos cualitativos como entrevistas informales, grupos focales y observación directa. Durante la visita a EPM, se realizaron entrevistas con funcionarios sobre sus políticas de sostenibilidad y su impacto en la comunidad, además de observar sus programas de responsabilidad social y los proyectos ambientales en los que participan. En la visita al Banco de la República, se indagó sobre las políticas monetarias y su relación con el desarrollo económico regional, a través de charlas interactivas con economistas que explicaron las implicaciones de la tasa de interés y su influencia en la economía local. Finalmente, en la Comuna 13, se realizó un análisis de la resiliencia social a través de la observación de las transformaciones urbanísticas, entrevistas con líderes comunitarios y habitantes, y el análisis de las iniciativas culturales que han ayudado a mitigar los efectos de la violencia y la exclusión social.

Fases de la experiencia

- **EPM (Empresas Públicas de Medellín):** Sostenibilidad, responsabilidad social y gestión integral de servicios públicos.
- **Banco de la República:** Política monetaria, control de inflación y educación económica para la ciudadanía.





- **Metro de Medellín:** Identidad corporativa, cultura ciudadana, eficiencia operativa y sostenibilidad urbana.
- **Ponencia "Lecciones de la Aviación":** Gestión del riesgo, toma de decisiones en sectores de alta responsabilidad, errores organizacionales.
- **Historia empresarial con Víctor E. Ortíz:** Evolución histórica de la industria en Antioquia y su influencia en el desarrollo económico regional.





Logros obtenidos.

Durante la materialización del campamento empresarial, tuvimos avances importantes en la penetración de las dinámicas organizacionales con ejemplos de la vida real. La visita a Empresas Públicas de Medellín, permitió encontrar que la sostenibilidad y la responsabilidad social están superpuestas en una estrategia de compañía. Es posible ayudar a transformar los territorios desde las empresas modernas y la visita colaboró con la consolidación de la lectura crítica del manejo de los públicos servicios y su impacto relevante, se apreció que los modelos de eficiencias van acompañados de inclusión y de ciudadanía.

La aproximación al Banco de la República, sede Medellín, brindó la posibilidad de asimilar los conceptos clave de las políticas monetarias y de la inflación y de entender el rol de la tasa de interés. Dicho logro académico y práctico, ayudó a consolidar la teoría económica nacional, donde se mejoró la mirada sobre las decisiones macroeconómicas y su impacto sobre lo social. A partir de conferencias especializadas y del contacto con profesionales del sector, se amplió la noción de la importancia de una estructura financiera sólida y responsable, vinculado ello, con el desarrollo económico sostenible.

Finalmente, la vivencia en la Comuna 13 brindó un conocimiento particularmente profundo en cuanto a resiliencia comunitaria, liderazgo social y construcción de historias, a partir del arte y la cultura. Este aprendizaje fue capaz de transgredir las barreras teóricas y de llegar a poder valorar la gestión social desde lo territorial, así como también a reconocer el sentido de lo comunitario y la posibilidad de reconstruirse desde el empoderamiento de las personas. Este logro fue la oportunidad ideal para potenciar habilidades blandas como la empatía, la escucha activa, la valoración del trabajo social, etc., que son dignas de tomar en consideración en cualquier proceso de gestión con una mirada enfocada en lo humano y transformador.





Conclusiones y/o resultados

Este campamento empresarial hace posible concluir que la gestión organizacional efectiva necesita una visión holística que articule la sostenibilidad, la responsabilidad social, la robustez financiera, la conexión con la comunidad, etc. La visita a Empresas Públicas de Medellín (EPM) muestra que es posible una empresa que traspase su propia función operativa y sea agente de transformación social y ambiental. La incorporación de estrategias sostenibles, programas educativos, mecanismos de participación, etc. son prácticas directamente vinculadas a la consolidación, la perdurabilidad y la legitimidad en el entorno de la organización.

De igual forma, los resultados observados a raíz de la visita al Banco de la República mostraron como una adecuada comprensión del sistema económico, en sus aspectos técnicos, puede resultar útil para una mejor toma de decisiones en contextos empresariales. Los alumnos pudieron relacionar de forma concreta conceptos como la inflación, la política monetaria, las tasas de interés y los retos que han de afrontar tanto el sector público como el sector privado. Esta aproximación también muestra la importancia de la educación financiera dentro de la educación profesional pues también puede ser una preciosa herramienta para adecuar los procedimientos y formas de actuar ante los cambios del entorno económico nacional e internacional.

Finalmente, el camino recorrido en el transcurso de la Comuna 13 deja en claro que la resiliencia constituye un valor de importancia fundamental para cualquier tipo de proceso de desarrollo, social y empresarial. Se puso de manifiesto que, incluso en contextos de violencia y conflicto, la organización de la comunidad y la gestión de la cultura pueden producir transformación, posibilidad de inclusión y oportunidades. Esto hace aún más hincapié en la importancia de que los valores humanos, el liderazgo ético y la capacidad de adaptación tengan un lugar central en la formación de líderes empresariales responsables con el entorno.

Bibliografía.

Aboukhadeer, E. A. S., Azam, S. M. F., & Albattat, A. R. S. (2023). CORPORATE





GOVERNANCE AND INTERNATIONAL PUBLIC SECTOR ACCOUNTING

STANDARDS (IPSAS) ON THE QUALITY OF ACCOUNTING INFORMATION IN

LIBYAN GOVERNMENT SECTOR. *International Journal of Professional Business*

Review, 8(1). Scopus. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i1.812>

Casas Seas, A. H. (2023). *Sostenibilidad socioeconómica de la producción de leche en los sistemas de producción agropecuaria con componente vacuno en las crianzas familiares*. <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/9685>

Crespo-Guerrero, J.M., Jiménez-Pelcastre, A. (2022). *Marginality and Resilience Strategies in Coastal Fishing Villages During the COVID-19 Pandemic in the State of Yucatan, Mexico*. In: Fuerst-Bjeliš, B., Nel, E., Pelc, S. (eds) *COVID-19 and Marginalisation of People and Places. Perspectives on Geographical Marginality*, vol 7. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-11139-6_8

García-Magariño, S., & Sánchez-Bayón, A. (2021). Gestión del cambio y del conocimiento en organizaciones cooperativas y de transformación social: Estudio de casos comparados. *Revista Internacional de Organizaciones= International Journal of Organizations*, 27, 137-171.

Leiceaga, X. F., & Peñas, S. L. (2016). Fiscal balances vs public territorialized accounts: An analysis and evaluation of the differences. *Revista de Estudios Regionales*, 105, 225-262. Scopus.

Medina, F. E. V., Benhumea, E. J., & Martínez, M. (2023). Evolución de la formación financiera en el plan estudios de la Licenciatura en Contaduría de la FCA UAEMEX ante el reto de las finanzas tecnológicas. *RILCO DS: Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 5(43), 1-11.

Mendieta-Ortega, M. P., Erazo-Álvarez, J. C., & Narváez-Zurita, C. I. (2020). *Gestión por competencias: Herramienta clave para el rendimiento laboral del talento humano del*





sector hospitalario Competency-based Management: Key tool for the human talent's labor performance of the hospital sector.

<https://www.academia.edu/download/66934376/pdf.pdf>

Mora, J. C. R., & Agencia de Estudios Financieros Nacionales Internacionales. (2019).

Estudio de factibilidad para la creación de una agencia de viajes y turismo en el municipio de Montería-Córdoba, año 2019 [Trabajo de grado, Universidad de Córdoba]. Repositorio Institucional Universidad de Córdoba.

<https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstreams/def24383-4bcc-411f-9f48-f7b6ac5e09d4/download>

Romero, L. B., & Bardales, J. M. D. (2022). Gestión del presupuesto público en salud para combatir la emergencia sanitaria por coronavirus: Caso Loreto, Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 1425-1435.

Salcedo, J. R. F. (2016). Constitutionality control as a guarantee of the legislative function: Normative development, jurisprudential and doctrinal from the perspective of the Spanish and Colombian constitutional law. *Revista Republicana*, 20, 117–144.
<https://doi.org/10.21017/Rev.Repub.2016.v20.a5>

Santillán, J. F. L., Ortega, G. F., & Mendoza, R. E. S. (2021). El uso y aplicación de las tecnologías de información y comunicación en materia fiscal: La perspectiva del contribuyente en México. *Diagnóstico FACIL Empresarial Finanzas Auditoria Contabilidad Impuestos Legal*, 14, 45-53.

Sastre, D. M., Morillas, A. S., & Cansado, M. N. (2019). La cultura corporativa: Claves de la palanca para la verdadera transformación digital. *Prisma Social: revista de investigación social*, 25, 439-463.





Póster – Infografía

CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Medellín 2025



Comunidad de Aprendizaje – Banco de la república

el Banco de la República ha propuesto un amplio proyecto educativo, destinado a formar en diversos aspectos a los niños y a las niñas, a los jóvenes y a los adultos



Lecciones aprendidas

En vez de dejar pasar los pequeños fallos, uno debe afrontarlos con disciplina, con la convicción profesional que asume el hecho que detrás de cada error se abre un camino de aprendizaje.

Marketing Social - En EPM (Empresas Públicas de Medellín)

Mateo López dejó claro desde el inicio que EPM no sólo tiene el objetivo estratégico de convertirse en una empresa pública de servicios eficiente, sino que, como empresa, también tiene un compromiso con el bienestar de las personas.



Reflexión en la comuna 13 - Turismo Cultural

Pero más allá de la herida del pasado, lo que más se antepuso al contar la historia, fue el proceso de renacer como comunidad, en la que la cultura y el arte urbano se convirtieron en herramientas de sanación, identidad y progreso.







Logros obtenidos

Este logro fue la oportunidad ideal para potenciar habilidades blandas como la empatía, la escucha activa, la valoración del trabajo social, etc., que son dignas de tomar en consideración en cualquier proceso de gestión con una mirada enfocada en lo humano y transformador.



Historia empresarial: La industria en Antioquia

la industrialización de Antioquia no se generó de la nada, sino a partir de una cultura empresarial ligada a valores como el trabajo, el ahorro y la educación.



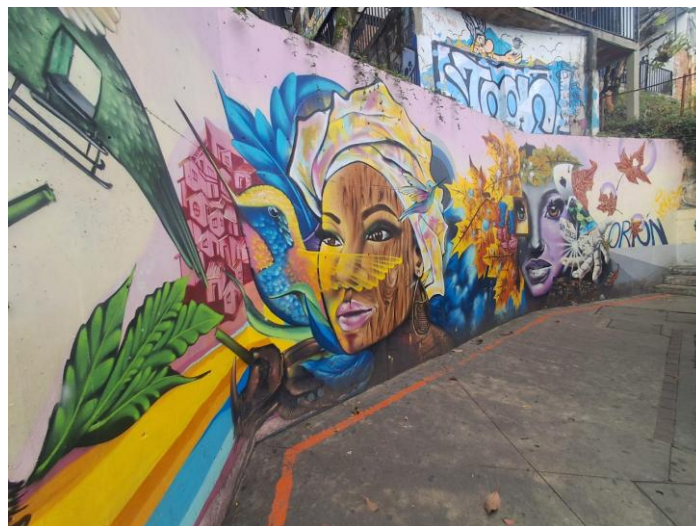
Conclusión

Este campamento empresarial hace posible concluir que la gestión organizacional efectiva necesita una visión holística que articule la sostenibilidad, la responsabilidad social, la robustez financiera, la conexión con la comunidad, etc.





Anexos







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

www.uniremington.edu.co



Sede principal Medellín: Edificio UNIREMINGTON • Calle 51 No. 51-27 • PBX (574) 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

