

**V CAMPAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES, EXPERIENCIAS UNICAS E
IRREPETIBLES**

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Ciencias empresariales.

Administración de Negocios Internacionales

Oswaldo Antonio Castillo Madrigal.

Docente: Mateo López

Opción de Trabajo de grado Práctica o Pasantía.

2025.

Agradecimientos

Se agradece de antemano a la Corporación Universitaria Remington por la realización e invitación al campamento empresarial, a todo el personal administrativo perteneciente a la universidad, a los docentes que acompañaron a los estudiantes, al personal de la universidad perteneciente al aseo, la cocina y la seguridad, al personal del centro de experiencia los Pomos que se encargaron del cuidado de los estudiantes del campamento, todas las personas ayudaron a que la experiencia de los estudiantes fuera mejor, además de velar por el bienestar y la seguridad de cada uno sin falta alguna, para todos ellos muchas gracias y que se mantengan los estándares para futuros campamentos empresariales.

Tabla de Contenidos

Resumen	4
Palabras Clave.....	5
Problemática Abordada en la Práctica o Pasantía.....	5
Marco teórico.....	6
Responsabilidad social	6
Desarrollo sostenible	6
Servicio al cliente.....	7
Administración.....	7
Objetivos.....	8
Metodología.....	9
Resultados.....	10
Charla empresarial sobre aviación	10
3 casos, 3 empresas, 3 enfoques de aprendizaje a partir del error.	10
Banco de la república	12
Funciones del Banco de la república.	12
EPM.....	14
Relacionamiento de EPM con sus usuarios	14
Historia de la industrialización en Antioquia.	15
Revolución Industrial de Medellín.	15
Metro de Medellín.....	16
Direccionamiento estratégico y desarrollo sostenible.	16
Comuna 13.....	18
Historia de la caída y levantamiento de un barrio azotado por la violencia.	18
Centro de formación Los Pomos.....	19
Conclusiones.....	21
Referencias	23
Poster Oficial	25
Anexos.....	26

Resumen

La quinta edición del Campamento de Ciencias Empresariales inicia el 27 de enero de 2024, con la participación de 32 estudiantes de diferentes sedes: Bogotá, Ipiales, Montería, Rionegro y Medellín. Los asistentes, pertenecientes a las carreras de Administración de Empresas y Administración de Negocios Internacionales, se preparan para vivir cinco días llenos de visitas, conferencias y actividades personalizadas que fortalecerán y mejorarán sus habilidades.

Durante el campamento, los estudiantes contarán con el acompañamiento del equipo de la universidad y del Centro de Experiencia Los Pomos, quienes velarán por su seguridad y bienestar.

Entre las conferencias destacadas se encuentran las del Banco de la República, el Metro de Medellín, la Comuna 13, EPM, estudios de casos de aviación y la historia de la industrialización de Antioquia, entre otras. Cada actividad, por diferente que sea, tiene algo en común: todas se enfocan en la parte administrativa y muestran la influencia de la administración en diversos campos, ya sean financieros, culturales, públicos o privados. Durante los cinco días del campamento, los estudiantes adquirirán nuevos conocimientos en administración.

El Campamento Empresarial forma parte de la opción de grado, por lo que, al finalizar, los participantes deberán entregar un informe en el que relaten todas las experiencias vividas durante la jornada.

Este evento no solo busca brindar conocimientos, sino también ofrecer una experiencia fuera de lo común, con un enfoque más práctico y explicativo. Con cinco ediciones realizadas hasta la fecha, el campamento se desarrolla cada semestre y continúa creciendo con el objetivo de expandirse no solo a nivel nacional, sino también internacionalmente. En el futuro, el evento tomará aún más fuerza, atrayendo a un mayor número de estudiantes de distintas sedes, impulsado por las referencias y experiencias compartidas por quienes han participado en ediciones anteriores.

Palabras Clave

Campamento, visitas, administración, estudiantes, experiencias.

Problemática Abordada en la Práctica o Pasantía

El quinto Campamento de Ciencias Empresariales es un evento organizado por la Corporación Universitaria Remington, en el que estudiantes de Administración de Empresas y Administración de Negocios Internacionales de todas las sedes a nivel nacional viajan a la ciudad de Medellín durante cinco días para fortalecer y desarrollar habilidades relacionadas con el mundo empresarial.

Durante el campamento, los estudiantes visitan diferentes puntos estratégicos, empresas y centros culturales de Medellín, entre ellos el Banco de la República, el Metro de Medellín y EPM. Además, conocen brevemente la historia de la ciudad, que, si bien en sus inicios no tuvo un papel relevante a nivel industrial en el país, ha superado diversas adversidades y se ha consolidado como una de las ciudades con mayor presencia de empresas e industrias en Colombia.

En el ámbito cultural, Medellín ha experimentado tanto impactos positivos como negativos. La ciudad cuenta con una gran variedad de lugares representativos, como el Parque de los Pies Descalzos, el Parque Explora y la Comuna 13, sitios que los estudiantes tuvieron la oportunidad de visitar para conocer más sobre la cultura local. Además, estos espacios han tenido una influencia positiva en el desarrollo empresarial de la región.

Marco teórico

Responsabilidad social

“Uno de los señalamientos planteados por la responsabilidad social universitaria desde sus orígenes, en la responsabilidad social empresarial, destaca como la responsabilidad social va más allá del altruismo... no quiere ser filantropía pura, la clásica donación caritativa que no tiene relación alguna con la actividad de la empresa, en cambio, busca actuar desde una visión integral de la sociedad y de su ubicación al interior de ella”. (Ramirez Orozco & Puentes González, 2013, pág. 108)

Desarrollo sostenible

Desarrollo sostenible es un concepto en constante cambio y aun no existe un único significado; según su definición clásica obtenida del informe Brundtland: “Desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (Xercavins, Cayuela, & Cervantes, 2015, pág. 76)

El concepto habla de:

Solidaridad intrageneracional: El concepto habla de satisfacer las necesidades actuales y, por tanto, habla implícitamente de, solidaridad intrageneracional. No debe tener ningún sentido pensar que solo nos preocupen nuestras (de algunas personas) necesidades.

Solidaridad intergeneracional: El concepto habla también de no comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades; vuelve a hablar por tanto de necesidades, ahora en una perspectiva de futuro y habla, por tanto, de solidaridad intergeneracional.

Necesidades: El concepto habla básicamente de necesidades; por tanto, será necesario profundizar en cuales y de quienes son las necesidades para satisfacer para poder definir estrategias y tácticas para caminar hacia la sostenibilidad. (Xercavins, Cayuela, & Cervantes, 2015)

Servicio al cliente

El servicio al cliente es el “conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de este. En el sentido más amplio, el servicio al cliente es cualquier cosa que aumente su nivel de satisfacción. La satisfacción o la falta de ella, es la diferencia entre cómo espera el cliente que le traten y como percibe que le están tratando”. (Pérez Rodriguez, 2012)

En otro libro, se menciona que “el servicio al cliente es la actitud motivacional e interés de dar de sí lo mejor para generar en el *cliente* un sentimiento positivo de atención y respeto. ¿Qué quiere decir esto?, en términos muy simples, el servicio no es otra cosa que la relación entre dos o más personas. Cuando hablamos de relación hablo de interacción social, de relaciones absolutamente sencillas y prácticas, en donde más allá de tener un conocimiento teórico acerca del tema como tal, definitivamente la evidencia se da cuando se desarrolla el trato con un tercero. (Diago Franco, 2012).

Administración

Arthur A. Thompson, Jr. y A. J. Strickland III describe que:

La administración estratégica es el proceso de creación de estrategias y de su puesta en práctica. Se refiere al proceso administrativo de crear una visión estratégica, establecer los objetivos y formular una estrategia, así como implantar y ejecutar dicha estrategia, y después con

el transcurso del tiempo, iniciar cualquier ajuste correctivo en la visión, los objetivos, la estrategia o ejecución que parezcan adecuados. (Thompson & Strickland, 2015)

Michael A. Hitt y colaboradores utilizan también el concepto de administración estratégica en un contexto de competitividad y globalización, y dicen que:

El proceso de administración estratégica es el conjunto de compromisos, decisiones y actos que una empresa necesita llevar a cabo para alcanzar la competitividad estratégica y obtener utilidades superiores al promedio. En el esquema de estos autores se distinguen tres etapas donde la planeación estratégica, dirección y administración estratégicas se suelen referir al mismo proceso:

- De Información estratégica.
- De Medidas estratégicas.
- Resultados de las estrategias. (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2015)

Otro concepto de administración de las organizaciones es el proceso de llevar a cabo eficientemente las actividades de planificación, organización, dirección y control, mediante las personas, para conseguir unos objetivos determinados.

Por tanto, la misión fundamental de la administración es conseguir la actuación conjunta, eficaz y eficiente de la gente hacia objetivos y valores comunes, con una estructura adecuada. (Hernandez Ortiz, 2015).

Objetivos

- Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en la formación teórica universitaria, desarrollando habilidades y competencias en un entorno real que favorezca el aprendizaje significativo y la resolución de problemas.

- Examinar el crecimiento y evolución de las empresas visitadas en la ciudad de Medellín desde el punto de vista empresarial, considerando lo más importante en la organización, el modelo de negocio, estrategia de mercado, innovación, sostenibilidad y factores que influyen e influyeron en su desarrollo.
- Elaborar un documento en forma de informe con detalles que documente de forma estructurada las experiencias, actividades realizadas, aprendizajes y conclusiones obtenidas durante el campamento empresarial, resaltando el impacto en el desarrollo académico, profesional y personal.

Metodología

El tipo de metodología utilizado en el V campamento empresarial es cualitativo. El método cualitativo para varios autores consiste en "comprender fenómenos en su ambiente natural, explorando significados y experiencias desde la perspectiva de los participantes, sin reducir la complejidad del contexto social" (Hernández Sampieri, 2014, pág. 5).

Otro autor menciona que la metodología de investigación cualitativa "implica un enfoque interpretativo y naturalista del mundo, donde los investigadores estudian los objetos en sus entornos naturales, intentando dar sentido a los fenómenos según los significados que les otorgan las personas". (Denzin, 2011, pág. 3).

El método de investigación es la observación, según algunos autores, "es una estrategia metodológica fundamental en la investigación social y conductual, ya que permite analizar el comportamiento humano en su contexto natural sin alterar su desarrollo." (Anguera, 2003, pág. 271 a 308) .

Otro autor menciona “la observación es un método de investigación que consiste en examinar y registrar de manera sistemática los comportamientos, interacciones y contextos de los sujetos para comprender un fenómeno sin intervenir en él.” (Hernández Sampieri, 2014, págs. 352 - 353).

Al tener claro los métodos de investigación utilizados, es importante para el estudiante recolectar los datos más relevantes del campamento, para plasmarlos en el informe y completarlo para su evaluación, se destacan estos dos métodos debido a que se recolectan datos no numéricos, cada estudiante interpreta lo explicado por cada uno de los encargados de las conferencias, charlas y ponencias del campamento, se analiza cada información brindada y se plasma de la mejor manera en el informe para ser entendida y concisa.

Los autores de las conferencias brindan total consentimiento para que en los informes aparezcan la información de las conferencias, sin embargo, es deber del estudiante citar los autores, de lo contrario se infiere en una falta grave conocida como plagio, de acuerdo con la ley 1581 de 2012 “Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”. (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2012) Por ende, toda la información puesta en el informe empresarial será citada con cada uno de los autores de las conferencias sin excepción.

Resultados

Charla empresarial sobre aviación

3 casos, 3 empresas, 3 enfoques de aprendizaje a partir del error.

La charla, a cargo del profesor de la Corporación Universitaria Remington, Andrés Cuervo, tiene como objetivo unificar la administración empresarial con la aviación. Muchos se preguntaron cómo la aviación se relaciona con el mundo empresarial, y el profesor, a lo largo de la charla, fue

aclarando dichas dudas. Explicó que ambos ámbitos están estrechamente ligados, ya que malas decisiones empresariales han afectado a reconocidas compañías del sector aeronáutico, comprometiendo su reputación y la confianza de sus clientes. Estas situaciones han dejado valiosas lecciones para mejorar la toma de decisiones en el futuro.

El profesor Andrés Cuervo expuso tres casos emblemáticos que reflejan las consecuencias de malas decisiones empresariales en la aviación:

LATAM y el problema del tren de aterrizaje. El primer caso se centra en la aerolínea LATAM, que en 2005 identificó un problema en el tren de aterrizaje de sus aviones. A pesar de conocer la falla, la empresa no tomó medidas para solucionarla. Diecisiete años después, el tren de aterrizaje volvió a fallar, causando daños graves en una de sus aeronaves, afectando a los pasajeros y generando grandes pérdidas económicas debido a reparaciones y compensaciones. Si la aerolínea hubiera atendido el problema a tiempo, las pérdidas monetarias habrían sido menores. Sin embargo, al no hacerlo, su reputación se vio seriamente afectada, y aunque LATAM sigue operando, recuperar la confianza de los clientes ha sido un desafío.

El accidente de LAMIA y el equipo Chapecoense. El segundo caso trata sobre el trágico accidente del vuelo 2933 de LAMIA, en el que viajaba el equipo de fútbol Chapecoense y que ocurrió en Colombia. La aerolínea programó el vuelo desde Bolivia hacia Medellín con la intención de hacer una escala para reabastecer combustible. Sin embargo, debido a un retraso en la salida, el piloto y la aerolínea decidieron volar directamente a Medellín, a pesar de no contar con el combustible suficiente. Además, el piloto omitió informar la situación a tiempo, saltándose varios protocolos. Cuando finalmente reportó la falta de combustible, la aeronave prácticamente ya no tenía autonomía, lo que llevó a un intento fallido de aterrizaje de emergencia en el Aeropuerto José María Córdova de Rionegro. Como consecuencia, 71 de las 76 personas a bordo

perdieron la vida. Este accidente es un claro ejemplo de múltiples malas decisiones, desde realizar el vuelo sin suficiente combustible hasta reportar la emergencia demasiado tarde, convirtiéndose en uno de los desastres aéreos más trágicos de la historia reciente.

Boeing y la pérdida de calidad por rentabilidad. El último caso analiza la trayectoria de Boeing, fabricante de aeronaves que, en los años 90, era sinónimo de calidad, pero que, tras su fusión con McDonnell Douglas, cambió su enfoque, priorizando la rentabilidad sobre la seguridad y la innovación. Como resultado, la compañía implementó modificaciones en sus aviones sin realizar pruebas rigurosas, lo que provocó tres accidentes graves. A pesar de la pérdida de credibilidad, Boeing continuó operando, priorizando sus finanzas sobre la calidad. Con el tiempo, la empresa ha aprendido la lección de que la rentabilidad no lo es todo en el mundo empresarial y que la confianza de los clientes depende, en gran medida, de la calidad y la seguridad de sus productos.

Estos tres casos tienen un denominador común: las malas decisiones administrativas. Desde no atender problemas mecánicos a tiempo, permitir vuelos que no cumplen con las regulaciones, hasta anteponer la rentabilidad a la seguridad, cada error demuestra la importancia de una gestión empresarial responsable. La administración y la toma de decisiones son fundamentales para garantizar el éxito de una empresa y generar confianza en sus clientes.

Banco de la república

Funciones del Banco de la república.

La visita al Banco de la República estuvo guiada por dos funcionarios de la entidad: el señor Gonzalo Rincón y el señor Jairo Hernán Henao. El primero ofreció una charla dinámica en

la que explicó el comportamiento económico del país y definió el concepto de banco central como "la entidad que emite el dinero legal y de curso forzoso, además de ejecutar la política monetaria".

La charla se enfocó en la intervención del Banco de la República en la economía nacional. Esta entidad es responsable de regular y controlar las políticas monetarias aplicadas en el país. Además, está regida por el Fondo Monetario Internacional y el Banco Central, lo que significa que, cuando el país requiere un préstamo de alguna de estas dos instituciones, se gestiona a través del Banco de la República. Uno de sus principales objetivos es controlar la inflación para mantener la estabilidad económica y evitar sobrecostos. Una inflación descontrolada puede generar graves problemas financieros, como los que actualmente enfrentan Venezuela y Argentina debido a la emisión excesiva de dinero.

La segunda parte de la conferencia, dirigida por Jairo Hernán Henao, se centró en las funciones del Banco de la República, haciendo especial énfasis en el proceso de emisión de billetes. Explicó que la producción de dinero se realiza con base en las reservas internacionales, principalmente en dólares (la moneda universal) y otras divisas relevantes, como el peso colombiano y el euro. Detalló que el proceso de fabricación de billetes involucra el uso de algodón para producir el papel y tintas especiales exclusivas para su impresión. Por otro lado, las monedas se fabrican con níquel, cobre y zinc. Finalmente, brindó recomendaciones sobre cómo identificar un billete falso de uno auténtico, destacando características como el relieve del billete, las marcas de agua y los sellos de seguridad.

La charla fue dinámica y entretenida. Desde el punto de vista empresarial, el Banco de la República cumple un rol fundamental en el país, participando en la toma de decisiones relacionadas con las políticas monetarias en conjunto con el Gobierno Nacional, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Central. Además, como cualquier empresa, el banco cuenta

con una estructura organizacional conformada por personas alineadas con el cumplimiento de sus objetivos institucionales.

EPM

Relacionamiento de EPM con sus usuarios

La charla estuvo a cargo de la funcionaria de EPM, Eliana Díaz, y tuvo como enfoque contar un poco sobre la historia de la empresa y su estrategia para fortalecer la relación con los clientes.

EPM es una de las empresas más grandes de Medellín. Fue fundada en 1955 y comenzó prestando servicios en la ciudad. Con el paso de los años, se ha consolidado como una de las compañías de servicios públicos más importantes de Colombia, operando en departamentos como Quindío, Santander y parte de la costa Atlántica. Además, su crecimiento ha trascendido fronteras, con presencia internacional en países como Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México y Panamá. EPM es un claro ejemplo de una industria medellinense que ha logrado el éxito, superando desafíos para convertirse en una de las empresas más relevantes de Latinoamérica.

En los últimos años, EPM ha centrado sus esfuerzos en acercarse a sus clientes, tanto actuales como potenciales. Esto lo ha logrado a través de campañas de responsabilidad social y educación sobre la importancia de cuidar y preservar el agua, el recurso natural más vital. También ha promovido el acercamiento a los barrios, fomentando la conciencia sobre la conservación de los servicios públicos y enseñando a los usuarios cómo leer sus facturas para monitorear su consumo, además de ofrecer consejos para evitar gastos innecesarios.

Este acercamiento permite a los clientes expresar sus opiniones sobre la calidad del servicio, identificando aspectos positivos y áreas de mejora. Además, los proyectos de responsabilidad social refuerzan el compromiso de EPM con el bienestar de la comunidad.

EPM se ha consolidado a nivel nacional, destacándose por su eficiente manejo administrativo. A pesar de ser una entidad 100% pública, cuenta con una gestión independiente de los funcionarios públicos. Sus objetivos institucionales se alinean con los planes de desarrollo de la ciudad sin comprometer su autonomía. Esto significa que, aunque la empresa sigue su propio plan estratégico, también colabora con las iniciativas impulsadas por la administración municipal, logrando así un equilibrio entre sus metas corporativas y el bienestar de la comunidad.

Historia de la industrialización en Antioquia.

Revolución Industrial de Medellín.

La charla estuvo a cargo del historiador Víctor Ortiz, quien comenzó relatando cómo era Medellín antes de su transformación industrial. Según Ortiz, Medellín era "la ciudad de obreros, arrieros y campesinos" (Ortiz, 2024). A diferencia de otras ciudades, Medellín era un lugar pobre y sin perspectivas claras de progreso. Sin embargo, todo cambió con la llegada de nuevos recursos naturales y la creación de empresas mineras, ganaderas y agrícolas.

Durante la revolución industrial en Medellín, hubo varios exponentes clave. Víctor Ortiz destacó a:

- **Alejandro Ángel Londoño**, quien, gracias a su experiencia como minero, arriero y gerente, fue uno de los precursores en la creación de una empresa de arrieros, logrando generar empleo y riqueza.

- **Félix de Bedout Moreno**, fundador de la Vidriería de Caldas, quien, con esfuerzo y trabajo duro, consolidó su empresa en la industria del vidrio.
- **Nicanor Restrepo Restrepo**, creador del Grupo Empresarial Antioqueño, hoy conocido como Grupo SURA.
- **Manuel Uribe Ángel**, considerado el padre de la medicina en Colombia y fundador de los Laboratorios Uribe Ángel, cuyo producto estrella fue la Sal de Frutas LUA.
- **Alejandro Echavarría Isaza**, fundador de Coltejer, una de las empresas textiles más importantes del país. Durante años, Coltejer fue la empresa insignia de Medellín, aunque en tiempos recientes enfrentó dificultades económicas que la llevaron a suspender sus actividades. A pesar de ello, su estructura sigue siendo un ícono en la ciudad.

Con estos ejemplos, el historiador Víctor Ortiz demostró cómo Medellín logró salir adelante y consolidarse a nivel nacional como una ciudad en constante evolución tecnológica, cultural e industrial. En la actualidad, Medellín es una de las ciudades más importantes de Colombia en estos ámbitos, y gran parte de su desarrollo se debe a los personajes mencionados, quienes dedicaron su vida y conocimiento al progreso de la ciudad.

Metro de Medellín

Direccionamiento estratégico y desarrollo sostenible.

El funcionario de la empresa Metro de Medellín dictó una conferencia sobre el funcionamiento y la historia de esta empresa, responsable del diseño y desarrollo del metro de Medellín. Este ha sido uno de los proyectos más importantes de los últimos años, contribuyendo significativamente a la evolución tecnológica e industrial de la ciudad.

Medellín es la única ciudad de Colombia que cuenta con un sistema de metro, el cual lleva más de 30 años en funcionamiento. Gracias a este sistema, tanto ciudadanos como visitantes pueden moverse con facilidad a través de la ciudad y sus municipios cercanos, como Envigado, Bello e Itagüí.

Según el funcionario, la empresa Metro de Medellín tiene diversos grupos de interés, entre ellos los usuarios, las comunidades, los clientes comerciales, los gremios, el Estado, los periodistas y los líderes de opinión. Con el objetivo de satisfacer las necesidades de estos grupos, la empresa ha mantenido un enfoque constante en la innovación, el desarrollo y la mejora continua. Su importancia dentro de la ciudad ha sido tal que busca expandir su sistema de trenes elevados para conectar más puntos estratégicos. Actualmente, cuenta con dos líneas de metro, además de tranvías, buses y metros elevados que complementan la movilidad en la región.

El metro de Medellín, además de ser revolucionario a nivel tecnológico, es un sistema sostenible. El funcionario explicó que la empresa se adhiere a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y, para cumplirlos, mantiene un vínculo estrecho con el Estado y la Alcaldía, lo que le permite recibir recursos destinados a mejorar la calidad del aire, reducir emisiones de gases, minimizar la contaminación acústica y evitar el impacto visual negativo. Esto demuestra que contar con un metro en un área metropolitana como Medellín es no solo viable, sino también beneficioso desde el punto de vista ambiental y económico.

Desde una perspectiva empresarial, el Metro de Medellín se ha consolidado como una organización con una estructura bien definida, un plan estratégico sólido y objetivos anuales claros. Su éxito ha sido tal que ciudades como Bogotá, que actualmente se encuentra en el proceso de diseño de su propio sistema de metro, han solicitado asesoría a Metro de Medellín para asegurarse

de estar en el camino correcto y conocer los aspectos clave para garantizar el éxito del proyecto en la capital.

Comuna 13

Historia de la caída y levantamiento de un barrio azotado por la violencia.

La visita a la Comuna 13 estuvo a cargo de Ciro, uno de los miembros de la Casa Kolacho, un emprendimiento y centro cultural de hip hop que busca transformar la Comuna 13 a través del arte y la cultura.

Durante el recorrido, Ciro relató la historia de la Comuna 13 y las razones por las cuales se hizo tan popular. Destacó la intromisión de Pablo Escobar, la presencia de grupos paramilitares, así como de las FARC y el ELN, lo que convirtió a este barrio en uno de los más violentos de Medellín. La situación llevó a la realización de múltiples operativos militares para recuperar el control de la zona, entre los más importantes la **Operación Mariscal** (21 de mayo de 2002) y la **Operación Orión** (16 de octubre de 2002).

Mientras los estudiantes conocían los grafitis y la transformación del barrio en un espacio colorido, Ciro explicó en detalle la **Operación Mariscal**, llevada a cabo el 16 de mayo de 2002. En esta operación, el Ejército, en colaboración con grupos paramilitares, asesinó e hirió a varias personas del barrio bajo el argumento de que miembros de las FARC y el ELN estaban escondidos allí. Ciro destacó este evento debido a la valiente reacción de la comunidad, que salió con sábanas y distintivos blancos en señal de paz, pidiendo el cese del fuego de manera pacífica.

Por otro lado, la **Operación Orión** fue la intervención militar más prolongada, con una duración de cuatro días, iniciando el 16 de octubre de 2002. Esta operación provocó un número aún mayor de muertes de civiles inocentes. Además, la prensa tenía prohibida la entrada, y

cualquier persona, sin importar si pertenecía o no a un grupo armado ilegal, podía ser objetivo militar. La Operación Orión se convirtió en una de las más sangrientas en la historia de la Comuna 13, dejando también un alto número de desapariciones forzadas, muchas de las cuales aún no han sido esclarecidas.

En medio de este contexto de violencia surgió la **Casa Kolacho**, un emprendimiento que busca transformar la Comuna 13 mediante el arte y la cultura. A través de grafitis y la pintura de casas, los habitantes simbolizan tanto el dolor del pasado como la esperanza de su transformación. Gracias a este esfuerzo, la Comuna 13 se ha convertido en uno de los sitios más emblemáticos y turísticos de Medellín.

Desde una perspectiva empresarial, la Comuna 13 es un ejemplo de resiliencia y cooperación comunitaria. Sus habitantes se apoyan mutuamente con el propósito de dejar atrás la violencia sin olvidar a las víctimas. Al mismo tiempo, buscan demostrar que es posible salir adelante sin depender del Estado ni de entidades gubernamentales, las mismas que, en la época de las operaciones Mariscal y Orión, no les brindaron la protección necesaria.

Centro de formación Los Pomos

La importancia de fortalecer a las personas desde lo emocional y mental.

La estadía de los estudiantes en el **Centro de Experiencia Los Pomos** fue agradable, especialmente por las actividades realizadas durante la noche. Estas dinámicas ponían a prueba tanto la parte mental como emocional de cada estudiante, mientras que los profesores encargados del centro de experiencia los guiaban en su proceso de autoconocimiento y crecimiento personal.

El grupo de estudiantes estuvo acompañado durante toda la estadía por **Frank Moncada** y **Alba**, quienes se encargaron de coordinar las actividades lúdicas y velar por el bienestar de los participantes.

El martes, el **Centro de Experiencia Los Pomos** llevó a cabo una actividad de confianza. Cada estudiante debía portar un distintivo con su nombre y un símbolo representativo escrito en cinta de enmascarar. Sin embargo, la actividad no concluyó de la mejor manera debido al incumplimiento de una regla establecida por los profesores. A pesar de esto, la noche apenas comenzaba y se desarrollaron diversas dinámicas enfocadas en la agilidad mental y el trabajo en equipo, donde los estudiantes demostraron tanto sus fortalezas como sus debilidades.

Entre las actividades, hubo una en la que debían seguir una secuencia de movimientos en perfecta coordinación grupal. Más tarde, antes de dirigirse a las habitaciones, los estudiantes realizaron un ejercicio en el que, con los ojos vendados, debían salir en fila del lugar donde se habían desarrollado las dinámicas. La única guía era la voz de un líder asignado al equipo. La actividad fue un éxito, concluyendo así la primera noche de actividades.

La **segunda noche** tuvo un enfoque más emocional. Todo el ambiente permaneció en completo silencio, y solo se escuchaban las voces de los profesores. La actividad consistió en mantener los ojos vendados e imaginar lo que los docentes describían, llevándolos a reflexionar sobre el **perdón**, en especial hacia alguna figura paterna.

Posteriormente, los estudiantes se dirigieron a la fogata, donde compartieron sus experiencias y expresaron sus sentimientos tras la actividad. El encuentro se convirtió en un espacio de convivencia y reflexión, cerrando así la segunda noche de actividades.

La **tercera y última noche** fue más relajada y festiva. Se llevó a cabo un concurso de belleza en el que los estudiantes fueron divididos en **cuatro grupos de ocho personas**,

representando diferentes sedes. La creatividad y disposición de cada equipo fueron los factores clave en la competencia. Al final, se eligieron dos equipos ganadores, quienes fueron premiados con coronas, dando cierre a la jornada con una noche llena de risas, gritos y alegría.

Conclusión

La experiencia en el **Centro de Experiencia Los Pomos** resaltó la importancia de compartir este tipo de actividades, pues demostró que el bienestar emocional y mental es fundamental para afrontar cualquier situación en la vida. Si bien el crecimiento profesional es valioso, también lo es cuidar la salud emocional y mental de los futuros profesionales.

Conclusiones.

- La experiencia vivida durante los 5 días del campamento empresarial contribuyó significativamente a la ampliación y enriquecimiento de conocimiento desde la parte de la carrera. A través de diversas actividades teóricas y prácticas, visitas empresariales y dinámicas de aprendizaje, los participantes tuvieron la oportunidad de aplicar conceptos teóricos y prácticas en un contexto real, fortalecer habilidades y adquirir una visión más profunda sobre el ejercicio profesional. El espacio fomenta el desarrollo académico, también impulsa el crecimiento personal y fomenta el trabajo en equipo, para cumplir con los objetivos de manera eficiente.
- Cada empresa visitada en Medellín cuenta con una estructura organizacional y planeación estratégica únicos, producto de su objeto social, misión, visión y objetivos. Las empresas desempeñan un papel importante en el desarrollo económico de la ciudad, contribuyendo en fortalecer la industria y la innovación

tecnológica. El impacto de cada una de las empresas visitadas ayuda a generar empleos, ser competitivos en el mercado y ser más sostenibles.








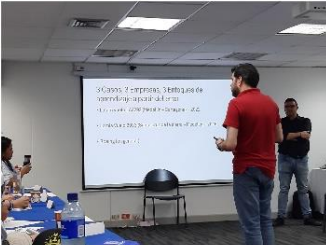

- La cultura de Medellín se destaca por su resiliencia y capacidad de transformación, convirtiendo a la ciudad en un referente para otras ciudades. A lo largo de los años, ha logrado superar desafíos complejos mediante la innovación, la inversión en educación y el fortalecimiento de la sociedad. El progreso sostenido en la movilidad, la tecnología y el desarrollo urbano la posiciona como un modelo de crecimiento y evolución, demostrando el trabajo en conjunto entre el gobierno, la empresa privada y la comunidad.
- La experiencia vivida en el centro de experiencia Los Pomos es enriquecedora y transformadora, brinda la oportunidad de adquirir y aplicar buenas prácticas que contribuyen al crecimiento personal, profesional, laboral y emocional. Las diversas y dinámicas actividades, los estudiantes fortalecen habilidades clave como el trabajo en equipo, el liderazgo y la toma de decisiones, las cuales serán fundamentales para el desarrollo futuro en diferentes ámbitos.

Referencias

- Anguera, M. T. (2003). *Evaluación psicológica. Concepto, proceso y aplicación en las áreas del desarrollo y de la inteligencia*. Madrid: Sanz y Torres.
- Denzin, N. K. (2011). *The SAGE handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Departamento Administrativo de la Función Pública*. (17 de Octubre de 2012). Obtenido de LEY ESTATUTARIA 1581 DE 2012:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>
- Diago Franco, F. E. (2012). *Pincelazos del servicio al cliente: un estilo de vida*. Bogotá: Editorial Politécnico Grancolombiano.
- Hernandez Ortiz, M. J. (2015). *Administración de empresas*. Madrid: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
- Hernández Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2015). *Administración estratégica: Competitividad y globalización. Conceptos y casos*. Mexico D.F.: Cengage Learning.
- Ortiz, V. (2024). *Historia de la industrialización en Antioquia. V Campamento empresarial*. Medellín.
- Pérez Rodríguez, M. D. (2012). *Calidad de servicio y Atención al Cliente*. Málaga: Editorial ICB.
- Ramirez Orozco, S. L., & Puentes González, W. F. (2013). *Responsabilidad Social y Universidad*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia.
- Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (2015). *Administración estratégica: Teoría y casos*. España: McGraw-Hill Interamericana de España.

Xercavins, J., Cayuela, D., & Cervantes, G. (2015). *Desarrollo sostenible*. Barcelona:
Universitat Politècnica de Catalunya.

Poster Oficial

V Campamento de ciencias empresarial Uniremington	
 <p style="text-align: center;">Osvaldo Antonio Castillo Madrigal osvaldo.castillo.5893@uniremington.edu.co</p> <p style="text-align: center;">Desarrollo de nuevas habilidades empresariales</p> 	
Problema	Objetivos
<p>¿Cómo un campamento empresarial puede cambiar la forma de pensar de los estudiantes de la Uniremington?</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Poner en practica las habilidades aprendic teórica con la universidad • Analizar desde el punto de vista empresar desarrollo y evolución de las empresas vis Medellín. 
Metodología y técnicas de investigación	
<p>Método cualitativo</p> 	<p>Método de observación</p> 
Resultados	
 <p>Desarrollo: No solo hay un desarrollo a nivel empresarial, sino también a nivel personal.</p> 	<p>Aprendizaje: a través de la historia, las empresas han mostrado lo que pueden progresar o caer en el mundo empresarial.</p>  <p>Comunicación: Por medio de los estudiantes, docentes y directivos de la universidad se mantiene una constante comunicación asertiva.</p>
Referencias	Conclusiones
<ul style="list-style-type: none"> • Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). The SAGE handbook of qualitative research (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. • Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México: McGraw-Hill. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los 5 días que se viveron en el campamento enriquecieron cumplieron con el objetivo de enriquecer y expandir el conocimiento de la carrera. • Tomar el campamento como opción de grado es gratificante por poner en practica lo conocido de la carrera.

Anexos

