



INFORME VISITA EMPRESARIAL BOGOTÁ DISTRITO CAPITAL

REALIZADO POR: ESTUDIANTES ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXTENSIÓN VILLA DEL ROSARIO

DOCENTE ENCARGADO: FREDDY NELSON JAIMES PARADA

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

VILLA DEL ROSARIO

2018

DQS is member of:



**Formando líderes para la
construcción de un nuevo**



INFORME VISITA EMPRESARIAL BOGOTÁ DISTRITO CAPITAL

REALIZADO POR: ESTUDIANTES ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXTENSIÓN VILLA DEL ROSARIO

DIRIGIDO A: EQUIPO DE TRABAJO PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

DOCENTE ENCARGADO: FREDDY NELSON JAIMES PARADA

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

VILLA DEL ROSARIO

2018

DQS is member of:



*Formando líderes para la
construcción de un nuevo*



TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 4 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 5 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 5 |
| JUSTIFICACIÓN | 6 |
| GRUPO BIMBO..... | 7 |
| INFORMACIÓN GENERAL..... | 7 |
| RESEÑA HISTÓRICA..... | 10 |
| INFORMACIÓN DE LA VISITA EMPRESARIAL..... | 19 |
| GENERAL MOTORS | 25 |
| RESEÑA HISTÓRICA..... | 25 |
| GM COLOMBIA Y DATOS GENERALES | 31 |
| INFORMACIÓN DE LA VISITA EMPRESARIAL..... | 34 |
| MUSEO DEL ORO BANCO DE LA REPÚBLICA | 40 |
| ¿DE QUÉ SE TRATA EL MUSEO?..... | 40 |
| MISIÓN DEL MUSEO Y SU DESARROLLO: | 40 |
| INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA..... | 41 |
| MALOKA (CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN) | 44 |
| INFORMACIÓN GENERAL..... | 44 |
| HISTORIA DE MALOKA | 46 |
| IMPACTO Y MODELOS DE NEGOCIOS | 47 |
| ¿QUÉ EXPERIENCIA NOS DEJA LA VISITA REALIZADA?..... | 49 |
| LOGOS Y UBICACIONES DE LAS EMPRESAS VISITADAS..... | 51 |
| CONCLUSIONES | 52 |
| ANEXOS | 53 |



INTRODUCCIÓN

Visita empresarial es un recorrido que se realiza por sectores industriales, servicios del país e internacionales para complementar y materializar en la práctica lo aprendiendo durante el periodo académico mediante el conocimiento de empresas que hoy en día son parte del éxito a nivel mundial con sus estrategias de crecimiento y posicionamiento en el mercado.

Actualmente las organizaciones dedicadas a la panificación, diseño de automóviles, CTel (Ciencia, tecnología e innovación) y exposiciones de orfebrería de las culturas indígenas están jugando un papel importante, donde están incursionando diferentes tácticas en búsqueda de ofrecer la mejor calidad diversificando el portafolio de sus productos utilizando energías renovables, construyendo aprendizaje en temas científicos, reforzando la seguridad del vehículo y remodelando las riquezas de la cultura precolombina.

Por consiguiente, asistir a cada empresa programada en el cronograma de actividades realizado en Bogotá, encontramos que las dinámicas económicas de cualquier índole propician grandes cantidades de empleos directos ayudando a reducir los efectos adversos generados por la falta de oportunidades laborales. Las ideas culturales son una oportunidad para establecer espacios de inclusión social, encadenando contenido intelectual en busca de fortalecer nuestras costumbres ancestrales incentivando el entrenamiento e incursionando nuevas ideas de negocio basado en la economía naranja.

Finalmente, la satisfacción de obtener una experiencia enriquecedora nos incentiva, nos lleva a crear espacios idóneos buscando abastecer nuestros proyectos de vida siempre velando por aportar sostenibilidad y rentabilidad en nuestro país.



OBJETIVO GENERAL

Conocer los diferentes servicios e instalaciones que ofrecen las empresas en la ciudad de Bogotá para el desarrollo económico, productivo de Colombia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Observar cómo se lleva a cabo la elaboración de productos en la empresa Bimbo.
2. Analizar los procesos tecnológicos que se utilizan en General Motors.
3. Profundizar la importancia de Ciencia, Tecnología e Innovación actualmente.
4. Retroalimentar las historias étnicas que ha caracterizado a Colombia antropológicamente.



JUSTIFICACIÓN

El presente informe se enfocará en realizar un análisis detallado sobre los servicios e instalaciones presenciadas en la ciudad de Bogotá, con su planeación estratégica, fortalezas de cada empresa, reseña histórica, productos que ofrecen, implementando el método analítico como técnica principal en observar los diferentes procesos tecnológicos, elaboración de productos derivados del pan, centros interactivos y riquezas culturales y determinar qué razones los ha llevado a conquistar el mercado nacional, satisfacer la demanda diaria, entre otros.

Diversificar la gama de los bienes a ofertar, se ha convertido en una constante actividad en las organizaciones, el cual utilizan diferentes conceptos para conseguir la atención del ser humano mediante diseños creativos de empaque, utilización de colores, juegos atractivos buscando con el fin de lograr el umbral absoluto mínimo (magnitud mínima de un estímulo para ser percibido) del cliente y transmitir mensajes que incentiven la compra definitiva del producto. No obstante, se debe llevar un seguimiento post-compra observando cómo le pareció lo adquirido, sugerencias a socializar aumentando el interés en su sistema límbico (el cerebro emocional).

Lo mencionado anteriormente, cumple con los principios de la teoría administrativa que es planear, organizar, dirigir y controlar cada iniciativa en consolidar el target, finanzas de las áreas administrativas, equipos de trabajo unidos y el pensamiento de cada persona. Todo ello, se articula en un concepto que abarca la finalidad de una empresa: Producto mínimo viable (Recursos), valiosos (Procesos) y validado (Aceptado por los futuros integrantes de la familia empresarial que es el cliente).

GRUPO BIMBO

INFORMACIÓN GENERAL:

Empresa multinacional mexicana fundada en 1945 por Lorenzo Servitje, Jaime Jorba, Jaime Sendra, Alfonso Velasco y José Mata dedicada a la fabricación de pan de caja y se ha posesionado como una de las panificadoras por volúmenes de producción y ventas más importantes del mundo con operaciones en 32 países donde se encuentran Colombia, Nicaragua, España y Corea del Sur; enfocándose arduamente en la expansión de la marca a través de diversos continentes que existen a nivel mundial con un sencilla frase que los identifica: Alimentamos un mundo mejor.

Fundadores:



Presencia del Grupo a nivel mundial:



Fuente: www.grupobimbo.com

Datos del grupo:

Cuenta con 197 plantas de producción, más de 139.000 colaboradores y puntos de venta que sobrepasan los 3.000.000 respondiendo día tras día a la demanda potencial que los consumidores incentivan en la compra del amplio portafolio de productos. No obstante, los datos mencionados se ven reflejados en las ventas anuales de \$14.4 millones de dólares generando el soporte general del éxito empresarial de BIMBO a nivel global.

MISIÓN

Alimentos deliciosos y nutritivos en las manos de todos.

VISIÓN

En 2020 transformamos la industria de la panificación y expandimos nuestro liderazgo global para servir mejor a más consumidores.



PROPÓSITO

Construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente competitiva.

POLÍTICAS DE LA EMPRESA

1. Política Global de Agricultura Sustentable: El alcance de ese punto se dirige a tres categorías: Viabilidad económica, cuidado medioambiental y bienestar social. La finalidad es que los criterios mencionados dirijan una ambiciosa estrategia para expandir las mejores prácticas en toda la cadena de suministro y promuevan la innovación en prácticas que resulten insuficientes o que no se haya aplicado la escala necesaria.

2. Política Global Aceite de Palma: En búsqueda de proteger las riquezas naturales y el medio ambiente, Bimbo no acepta que los productos derivados del aceite de palma provengan de estos principios:

- * Deforestación.
- * Desarrollo de los productos mediante turberas, independientemente de la profundidad.
- * Explotación de los pueblos indígenas, trabajadores y comunidades locales.

3. Política Global de Integridad: La empresa está comprometida en realizar negocios de manera honesta y ética, libre de cualquier forma de corrupción y soborno, y fomentar el buen comportamiento de todos los trabajadores vinculados directa e indirectamente con la compañía.

4. Política Global de Sustentabilidad: Para construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana; Grupo Bimbo se basa en las siguientes políticas:

- * Involucrar a todos los grupos pertenecientes al equipo de trabajo con el programa de sustentabilidad.
- * Estar dispuestos al diálogo y los mecanismos pertinentes a cada inquietud y preocupación por parte del grupo de interés.
- * Promover estilos de vida saludable y activación en los colaboradores y familiares.

5. Política Global de Medio Ambiente: Han aplicado diferentes estrategias en pro del cuidado de las reservas naturales que existen en nuestro país, mediante la utilización de energías renovables y sistemas ecológicos velando por el crecimiento de la cadena de valor.

RESEÑA HISTÓRICA

1943: Nace la idea de crear una empresa de panificación. Aparece por primera vez el nombre de Bimbo.



1945: Es fundada la empresa Panificación Bimbo S.A. El Osito Bimbo surge como logotipo. Salen a la venta los primeros productos: Pan Blanco Grande, Pan Blanco Chico, Pan Negro y Pan Tostado, envueltos en celofán.



1947: Comienza a estructurarse el área de vehículos. Sale a la venta la línea de panquelería.



1948: Ya existían en el mercado 9 productos Bimbo en los que se encuentran: Pan blanco, tostado, negro, dulce, bollos y los panqués.



1950: Aparece el “38” un vehículo decorado con altavoces, tocadiscos y micrófonos, para anunciarlos productos en rancherías y pequeños pueblos.



1954: Nace Keik, una marca dedicada a hacer pastelitos de 3 sabores: fresa, naranja y chocolate, el nombre cambió a Marinela en 1.957.



1956: Se instala la fábrica de Bimbo de Occidente (Guadalajara).



1957: Salen a la venta los productos Bombonete, Negrito y Gansito, cubierto con trozos de miel.



1967: Salen a la venta súper Submarinos Marinela de fresa, vainilla y chocolate.



1972: Bimbo instala la planta panificadora más grande de América Latina y una de las 10 más grandes del mundo en Azcapotzalco, Ciudad de México.



1974: Nace la marca Suandy, que se dedica a fabricar panqués, pasteles y galletas bajo las marcas Pasticetas, Biscotel, entre otras. Nace Tía Rosa con pan dulce.



1976 y 1978: Sale a la venta tortillas Tía Rosa y se crea Ricolino marca de dulces.



1986: Se genera una nueva estructura organizacional, a partir de la cual se crea un solo grupo industrial.



1990: Salen a la venta tortillas de maíz Milpa Real y Lonchibon. Barcel lanza Chips.



1995: Grupo Bimbo adquiere Coronado, empresa dedicada a elaborar productos con cajeta (dulce de leche de cabra).

Inician operaciones las plantas Ideal en Chile y Bimbo Argentina.



1998: Adquiere la panificadora norteamericana Mrs Baird's.



2001: Realizan la adquisición de Plus Vita y Pullman en Brasil.



2002: Adquieren el negocio de panificación de la región oeste de George Weston Limited, en la costa oeste de Estados Unidos, propietaria de la marca Oroweat.



2006: Compra de la panificadora Panrico de Beijing, así Grupo Bimbo comienza a tener presencia en el continente asiático.



2011: Grupo Bimbo se consolida como la empresa panificadora más grande a nivel mundial al adquirir Sara Lee North American Fresh Bakery en Estados Unidos; Fargo, en Argentina y Bimbo Iberia en España y Portugal.



2012: Bimbo inaugura el Parque Eólico Piedra Larga, suministra energía eléctrica verde a casi toda la totalidad de sus instalaciones en México apoyando el proyecto mundial de las energías renovables.



2013: Bimbo pone en marcha el primer Centro de Ventas Ecológico de la empresa panificadora más grande del mundo, para reducir el impacto ambiental de sus operaciones, mitigando los efectos del cambio climático.



2016: Bimbo realiza la adquisición del negocio de pan congelado Panettiere en Colombia y General Mills en Argentina, complementando así su oferta en el mercado sudamericano.



INFORMACIÓN DE LA VISITA EMPRESARIAL

La temática realizada el día miércoles 23 de mayo del 2018, en el municipio de Tenjo (Cundinamarca) estuvo dividido en dos partes:

1. Conocer mediante un video qué es la Empresa Bimbo, sus actividades principales como panificadora y labores sociales.
2. Visitar la planta de producción y observar el proceso detallado de fabricación del producto a ofertar en el mercado.

Inicialmente, nos recibió cordialmente la directora de visitas donde nos socializó mediante un video sobre el recorrido que ha llevado Bimbo a nivel mundial liderando el sector de la panificación en diversos países deleitando el paladar de cada familia que consume sus productos con algunas degustaciones del mismo comprobando la calidad que caracteriza a cada marca producida. Además de ello, son organizadores de varios eventos deportivos velando por la actividad deportiva y sana como parte de sus políticas.

Nos dejó varios datos interesantes que fueron los siguientes:

1. Tenjo produce el 65% de los productos totales que ofrece la empresa a nivel nacional.

2. Tienen 5 plantas más ubicadas en las siguientes zonas:

Año 1995: Primera planta instalada en el municipio de Tenjo (Cundinamarca) llamada Tenjo 1.

2.000: Se instaló en el municipio de Jumbo (Valle del Cauca) donde produce pan de hamburguesa, pan tajado y pan tostado.

2.005: Adquisición en Barranquilla y se abrió con la marca Lalo.

2.006: Itagüí (Antioquia), donde su sumó Mamá Inés.

2.009: Bogotá (Capital de Colombia) adquirió Guadalupe.

3. Realización de actividades deportivas cada año, velando por la unión y la experiencia en los participantes.

4. Tenjo 2 (Planta visitada) realiza el 65% de la producción total del país relacionado directamente con la empresa.

5. Bimbo llegó a Colombia en 1995 de la mano de Nutresa, liderada por el Grupo Antioqueño quienes observaron la gran demanda potencial que tenía la compañía Mexicana a nivel mundial e incursionarlo en nuestro territorio.

6. En 1945, año donde salieron al mercado, sacaron 4 líneas de pan para conquistar a los clientes futuros cumpliendo un sueño como equipo de trabajo mediante sus fundadores y colaboradores.

Después, realizamos el ingreso a la planta Tenjo 2 donde producen aproximadamente 8 toneladas de alimento por hora en los que se destacan las líneas de fábrica pan para hamburguesa, snacks, hojaldres y tortillas. Realizaron una inversión de US\$86 millones para comenzar a realizar operaciones a finales del año pasado, sin duda marcando diferencia respondiendo a las necesidades del mercado colombiano.

Cuentan con maquinaria de última tecnología donde procesan todos los ingredientes que se adquieren en la elaboración de cada producto a ofertar, acelerando la fabricación del mismo y disminuyendo el factor tiempo en satisfacer la demanda diaria que exigen diversos locales comerciales y expendios vinculados con Bimbo. No obstante, los procesos están perfectamente calculados con medidas exactas sobre las unidades a producir diariamente monitoreado permanentemente por el personal situado en cada equipo observando el rendimiento que está sucediendo.

Por consiguiente, están certificados con los normas ISO, OHSAS garantizando que los productos ofrecidos por la empresa cumplen con su objetivo Alimentamos un mundo mejor alcanzando la calidad deseada, minimizar costos, reducción de errores en la fabricación incrementando la productividad de las marcas ofertadas a nivel nacional y control de riesgos, adopción de medidas necesarias en prevención de accidentes laborales.

Finalmente, el personal está totalmente calificado dispuesto a responder de manera efectiva, permanente a los retos que se presentan día a día con un clima laboral excelente donde cumplen con las labores indicados, cubiertos casi todo su cuerpo en búsqueda de construir experiencias familiares a través del consumo con un empaque bien diseñado y formando panificación de clase mundial.

Proceso de producción Pan Blanco Bimbo:



- 1) Obtención de los insumos: Leche, harina, huevo, azúcar, manteca y levadura.
- 2) Verificación de la materia prima: Grupo Bimbo observa que la calidad de la materia prima adquirida sea correspondiente a las especificaciones con las que se pidieron.
- 3) Mezcla: Posteriormente se transportan los ingredientes al interior de la mezcladora para iniciar el proceso de fabricación.
- 4) Dividido: Después que la mezcladora ha terminado su trabajo, la masa pasa a una banda en donde se divide en piezas pequeñas, donde cada parte corresponde a una barra del Pan Blanco.
- 5) Moldeado: Ya realizada la división de la masa en piezas, esta pasa por una mesa, en donde se da el tamaño específico del pan.
- 6) Depositado en moldes: Consecuentemente las piezas de masa se deposita en los moldes en el cual se darán las dimensiones características al producto.
- 7) Horneado: Culminada las dimensiones dadas a cada pieza de la masa, pasan directamente al horno donde obtienen la textura y el sabor correspondiente.
- 8) Enfriado: El pan cuando está cocido, se deja enfriar y posteriormente cortarse en tajadas.
- 9) Rebanado: La barra de pan pasa por una rebanadora donde se corta en un mismo tamaño.
- 10) Aseguramiento de la calidad: Velando por los altos estándares que exige la empresa, se debe verificar que el producto a empacar esté en excelentes condiciones y no perder el prestigio de la marca.

11) Empacado: Último paso para la finalización del proceso y ofertarse en el mercado.

Algunos de los productos que se fabrican son los siguientes:



Pan blanco Bimbo con Actileche es buena fuente de Calcio y Vitamina A



Mr. Brown de arequipe con una presentación de 80 gramos.



Tortillas, uno de los productos que se fabrican en la planta Tenjo 2.



Presentación: 60g
 Porciones por Envase: 1 unidad Tabla
 Nutricional: Tamaño por porción: 1 unidad (60g).



Presentación: 45g
 Tabla Nutricional:
 Tamaño por porción: 1 Unidad (45g)



Presentación: 60g
 Tamaño Porción: 2 Unidades
 Tabla Nutricional:
 Tamaño por porción: 1 Unidad (30g)



Presentación: 230g
Porciones por Envase: 6
unidades
Tabla Nutricional:
Tamaño por porción: 1
unidad (38g)



Tostaos Mantequilla.
Libre de grasas trans,
libre de colesterol
Presentación: 150g.



Pan Hamburguesa:
Presentación: 350g.
Tabla nutricional:
Tamaño porción: 2
rebanadas 44g

GENERAL MOTORS

Empresa dedicada a la producción y comercialización de automóviles, camiones y motores fundada en el año 1.908 con el nombre de General Motors Corporation por William Durant y Charles Mott cuya sede principal está en Detroit, Estados Unidos.

RESEÑA HISTÓRICA

16 de septiembre de 1908: William C. Durant funda General Motors Co., incorporando a Buick Motor Co. Oldsmobile se une a GM en noviembre.



1.909: GM vende 25.000 vehículos y camiones. Adquiere Cadillac por US\$5,5 millones. También adquiere GMC, AC Spark Plug.



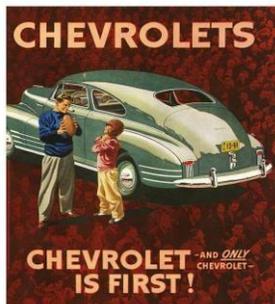
1910: Durant lleva el encendido Champion y otras compañías a GM. Las ventas suben 60%, pero las ganancias se atrasan. Los banqueros se deshacen de Durant y la compañía se hunde en deudas.



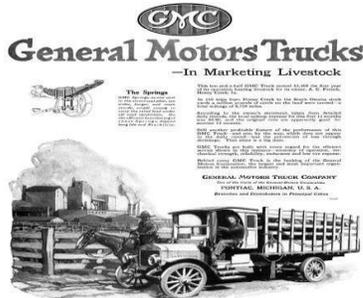
1911: El encendido eléctrico aparece por primera vez en un Cadillac modelo 1912.



1915-16: GM se convierte en General Motors Corp. Durant, tras fundar la compañía que fabrica Chevrolets, retoma el control.



1917-19: GM destina casi toda su producción de camiones al esfuerzo bélico. GM Acceptance Corp. (GMAC) se establece en 1919 para financiar la venta de automóviles y camiones.



1929: GM compra Adam Opel AG de Alemania.



Werbeanzeige für des Lutzmann-Patent-Motorwagen 1899

1937: Huelgas violentas de empleados a los que GM remuneraba por hora en Flint, Michigan, estremecen a la compañía, provocan la presencia del sindicato United Auto Workers.



1942: Se detiene la producción de autos para civiles, y las plantas se suman al esfuerzo bélico.



1948: Surgen los primeros alerones automotrices, en un Cadillac. Los primeros motores V-8 se presentan en Oldsmobiles y Cadillacs.



1959-60: Ante la invasión de pequeños autos europeos, GM lanza Chevrolet Corvair, que luego es criticado por Ralph Nader, cuyo libro "Unsafe at Any Speed" precipitó audiencias legislativas sobre la seguridad vehicular.



1979: GM emplea en Estados Unidos a 618.365 personas, convirtiéndose en el mayor empleador privado de la nación. A nivel global emplea a 853.000 personas. La década termina con un declive de ventas, recesión, el embargo de petróleo árabe y ganancias de las casas automotrices japonesas.



1981: GM consolida sus operaciones de camiones, autobuses y vans. Los empleados golpean carros japoneses con mazos. La compañía gana US\$333,4 millones, con ingresos de US\$62.700 millones.



1983: GM y Toyota Motor Corp. de Japón forman una empresa conjunta para fabricar autos en una planta de GM en Fremont, California. Smith anuncia el proyecto Saturn para competir con los carros japoneses. GM factura US\$3.700 millones.



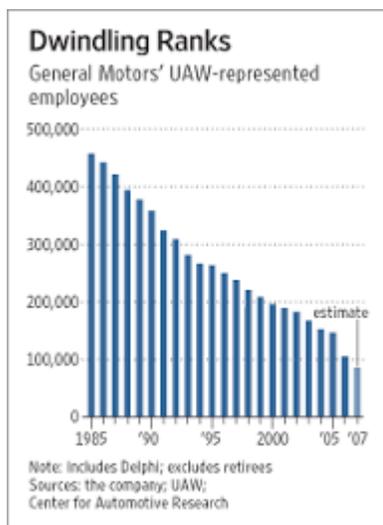
1984: GM refacciona su operación en Norteamérica; adquiere Electronic Data Systems Corp., propiedad del multimillonario texano H. Ross Perot, por US\$2.500 millones. Las ganancias ascienden a US\$4.500 millones, con ingresos de US\$84.900 millones.



1990: GM y la sueca Saab-Scania AB forman una compañía mixta para fabricar autos en Europa. Smith se jubila como presidente, y lo reemplaza Robert Stempel. GM lanza el Saturn, asume US\$2.100 millones en pérdidas por el cierre de cuatro plantas, y los ingresos se desploman a US\$102 millones al contraerse la venta de vehículos.

2007: GM pierde US\$38.700 millones, incluyendo un cargo por US\$39.000 millones en el tercer trimestre por créditos fiscales sin emplear. Es la mayor pérdida anual en la historia de la industria automotriz. GM alcanza un contrato histórico con United Auto Workers que transfiere miles de millones de dólares, desde gastos médicos para

jubilados hasta un fondo administrado por el sindicato. La compañía accede a pagar US\$33.700 millones al fondo. El contrato también permite a la empresa pagar a algunos empleados nuevos US\$14 por hora. La participación en el mercado estadounidense es de 23,7%. GM vende Allison Transmission a The Carlyle Group y a Onex Corp. por US\$5.600 millones.



1 de junio 2.009: GM se declara en quiebra y comienza una reestructuración por parte de la compañía hasta estos momentos de la década.

GM COLOMBIA Y DATOS GENERALES

Con 60 años de historia, GM Colmotores la primera ensambladora y fabricante de vehículos Chevrolet en el país, cuenta con el portafolio de vehículos más amplio y completo. Está comprometida con el desarrollo social y económico de Colombia, su principal mercado, donde busca ofrecer vehículos, camiones y buses con las mejores condiciones de seguridad y eficiencia.



Igualmente, ha contribuido de manera significativa al desarrollo social y económico del país mediante una alta generación de empleo calificado, apoyo técnico y financiero al crecimiento de la industria de autopartes y considerable aporte al fisco nacional por concepto de impuestos y contribuciones.

El impacto en las comunidades es también su compromiso por lo que a través de la Fundación ha dado continuidad a los proyectos mencionados en su primer Informe de Sostenibilidad logrando beneficiar un gran número de personas de la comunidad con proyectos enfocados entre otros en educación, generación de empleo y movilidad sostenible.

MISIÓN

Fabricar, comercializar y exportar rentablemente, los mejores vehículos, destacándonos por la felicidad de nuestros clientes y empleados, así como por el creciente valor agregado industrial en Colombia.

VISIÓN

Diseñar, fabricar y vender los mejores vehículos del mundo, con la mejor tecnología.

QUIÉNES SOMOS Y POR QUÉ ESTAMOS AQUÍ

- * Ganamos clientes de por vida.
- * Nuestras marcas inspiran pasión y lealtad.
- * Incorporamos tecnología de punta, creando vehículos y experiencias que la gente ama.
- * Contribuimos con las comunidades que vivimos y trabajamos a nivel mundial.



* Estamos construyendo la compañía automotriz más valiosa del mundo.

VALORES FUNDAMENTALES

CLIENTES:

Nuestros clientes son el centro de todo lo que hacemos. Escuchamos sus necesidades con atención. Todos los puntos de contacto importan. La Seguridad y Calidad son compromisos permanentes y no negociables.

RELACIONES:

Nuestro éxito depende del buen manejo de relaciones dentro y fuera de la compañía. Alentamos diversas formas de pensar y colaborar, para crear magnificas experiencias a nuestros clientes.

EXCELENCIA:

Actuamos con integridad. Nos impulsa el ingenio y la innovación. Tenemos el valor de hacer y decir lo que resulta difícil. Contamos con la tenacidad para triunfar y asumimos la responsabilidad de nuestros resultados.

PRIORIDADES CULTURALES:

- * Compromiso con los resultados
- * Innovación
- * Confianza
- * Una sola compañía
- * Velocidad



INFORMACIÓN DE LA VISITA EMPRESARIAL

GM Colmotores ensambla 47 versiones de vehículos en 12 plataformas diferentes. Modelos realizados en Colombia como el Spark Life, Sail, Cobalt, taxis y toda la línea de buses y camiones Chevrolet que han permitido a la marca ocupar el primer lugar del mercado automotor por 29 años consecutivos.

Tienen el privilegio de fundar la primera planta de ensamble en Colombia dado en el año 1956, a partir de ahí han ensamblado más de 1 millón de vehículos teniendo un periodo de vida útil entre 15 a 20 años aproximadamente contando la garantía que se ofrece al adquirir el automóvil de los concesionarios autorizados por General Motors. En 2013 pusieron en marcha la primera planta de fabricación de carrocerías de vehículos en el país, son la segunda compañía industrial más importante de Colombia y están dentro de las 20 de mayor tamaño, generando cerca de 1.200 empleos directos y 16.000 indirectos, contribuyendo al desarrollo competitivo y productivo de nuestro país.

La competitividad de las operaciones es determinante para asegurar la sostenibilidad futura, desde hace 2 años pusieron en marcha un proyecto de transformación industrial que permitió traer nuevas tecnologías, procesos, generar empleo, incrementar el valor agregado en los vehículos y buscar mercados de exportación para competir globalmente en pro de obtener los mejores niveles de costos, calidad, seguridad y flexibilidad laboral.

ZOFICOL:

Hace parte de la transformación industrial más importante de GM, creado en 2012, se busca aumentar significativamente el valor agregado nacional en los procesos productivos, promover la innovación, generación de empleos calificados y el desarrollo

DQS is member of:



profesional en Colombia. Con el proyecto aspiran a continuar alcanzando los niveles de competitividad que permitan buscar diferentes mercados en el exterior a través de una excelente investigación de mercados y analizando la mente del consumidor de acuerdo a sus gustos y preferencias, ya que los sexos femeninos y masculinos poseen percepciones muy diferentes sobre la escogencia de un vehículo en particular. Este proyecto convirtió a General Motors en el primer fabricante de toda clase de automóviles en el país.

El proceso de construcción de un auto se realiza de la siguiente manera:

- * Todo se inicia con las láminas de acero previamente cortadas y ajustadas al tamaño de las piezas que se van a moldear. En seguida, las prensas se encargan de dar forma a las diferentes partes (guardabarros, puertas, tapas de baúl, techos y laterales) a partir de los troqueles y moldes establecidos con antelación.
- * Algunas de estas piezas requieren un proceso de grafado que implica tomar las dos partes (interior y exterior) del panel que forman la puerta, el capó o la tapa del baúl ya estampadas para unir las mediante un doblado perimetral que llevan a cabo varios robots programados especialmente para ese fin.
- * Una vez listas las piezas, se llevan a la planta de ensamble, donde se arman piezas como el piso del auto, el techo, los paneles delanteros y traseros, el compartimento del motor y el baúl. Luego el trabajo se concentra en la zona principal de la planta, donde se hace el cerrado de la cabina mediante soldadura.
- * Después de este proceso, las cabinas pasan por una línea con ayudas semiautomáticas compuestas por seis robots que realizan el trabajo final de soldadura para mejorar la

precisión y la calidad final. Estos robots generaron una inversión de dos millones de dólares.

* La visita nos permitió observar cómo los técnicos realizan controles de calidad en cada proceso con el fin de garantizar un buen producto al final. Una vez se tiene la cabina lista, se adicionan las partes colgantes, como son las puertas laterales, el capó y la tapa del baúl. Recordemos que en la planta de ensamblaje se construyen los modelos Spark en sus versiones particular y taxi, además del Spark GT, el Aveo, el Sail y el Cobalt.

* Otro aporte en este proceso es el banco selectivo automático, el cual transporta las cabinas (capacidad para 63 cabinas) al área de pintura, procedimiento que anteriormente se hacía en forma manual.

* Una vez está lista una cabina, ingresa a las líneas de ensamblaje donde recibe el motor, la transmisión y demás partes mecánicas, como también las instalaciones eléctricas, el tablero, las sillas, el timón y los cinturones. Posteriormente se ensamblan las partes exteriores como llantas y luces, para luego realizar las pruebas respectivas de uso, filtraciones de agua, aceleración y frenos.

Llevado a cabo los procesos anteriores, el auto está listo para ser ofertado en los concesionarios. Agradecemos de antemano a Iván Niño personal encargado de ofrecernos esta experiencia en explicarnos la fabricación detallada de un vehículo GM.

A continuación, algunos de los vehículos que se fabrican en la planta y se ofertan:

Fuente: www.chevrolet.com.co



Spark Life: Un carro perfecto para la ciudad gracias a su gran desempeño y un óptimo consumo en combustible que te llevarán a donde quieras llegar.



Nuevo Spark GT: Ser diferente no basta, hay que atreverse a ser único. Porque lo verdaderamente especial solo se da si eres auténtico contigo mismo. Es tiempo de buscar tu propio estilo, de elegir tu propio camino y recorrerlo con seguridad.



Chevrolet Beat: Tus ideas necesitan el espacio suficiente para hacerlas realidad. Es por ello que en Chevrolet queremos que reclames tu espacio con el Nuevo Chevrolet Beat.



Captiva Sport 2.4: Diseñada para la familia moderna, Captiva Sport 2.4 combina un diseño audaz y equipamiento moderno con el espacio y almacenamiento que necesitas para ir a todos lados.



Chevrolet N300 Pasajeros: Van N300 Pasajeros es una solución para la familia y para los negocios. Con capacidad total de hasta 8 pasajeros, y motor de 81 hp, comodidad, estilo y economía.



Chevytaxi: Listo para llevarte por las calles de Colombia, el nuevo Chevytaxi tiene la versatilidad que necesitabas. Uno de los taxis más confiables y económicos del mercado, será tu herramienta de trabajo ideal gracias a su practicidad, eficiencia y rentabilidad.



CHEVROLET SAIL 2017: Llega para revolucionar el concepto de sedán compacto. Su cómodo y amplio espacio interior, potente motor y excelente consumo de combustible, hacen de este un sedán diferente.

El Chevrolet Sail Sedán viene con diseño renovado, parrilla moderna, elementos cromados y nuevos rines en la versión LTZ, sin duda el Chevrolet que necesitas para disfrutar tu vida.

Pericon.com



El modelo NQR, es el modelo más grande de la familia N. Es caracterizado por ser el modelo con mayor largo carrozable de la familia, junto con la más alta capacidad de carga, que lo convierte en el preferido del transportador de reparto en servicios intermunicipales.



El modelo NQR busetón 9.2 T Euro V, está diseñado para servicio urbano, intermunicipal y especial y da cumplimiento a las nuevas reglamentaciones de accesibilidad y seguridad.



MUSEO DEL ORO BANCO DE LA REPÚBLICA

¿DE QUÉ SE TRATA EL MUSEO?

El Museo del Oro del Banco de la República de Colombia es una institución abierta al público cuya finalidad es la adquisición, conservación y exposición de piezas de orfebrería y alfarería de culturas indígenas del periodo precolombino de la actual Colombia. Está ubicado en la esquina de la calle 16 con carrera 5ª, en el costado oriental del parque Santander, en el centro histórico de Bogotá.

Posee la colección de orfebrería prehispánica más grande del mundo con aproximadamente treinta y cuatro mil piezas de oro y tumbaga, cerca de veinticinco mil objetos en cerámica, piedra, concha, hueso y textiles. Expone piezas de diferentes culturas indígenas asentadas en la actual Colombia antes de la llegada de los europeos, entre las que destacan la Calima, los muiscas, la Nariño, la Quimbaya, la zenú, la tairona, la San Agustín, la Tierra dentro, la Tolima, entre otras cosas.

MISIÓN DEL MUSEO Y SU DESARROLLO:

El Museo del Oro del Banco de la República tiene como misión preservar, investigar, catalogar y dar a conocer sus colecciones arqueológicas de orfebrería, cerámica, lítico y otros materiales, como un patrimonio cultural de las generaciones actuales y futuras de colombianos, con el fin de contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural de los colombianos a través del disfrute, el aprendizaje y la inspiración. Esta misión se desarrolla en su sede de Bogotá y en otras seis salas de exhibición permanente, ubicadas en los Museos del Oro regionales, además de en exposiciones viajeras, publicaciones y juegos, la programación de talleres, seminarios y conferencias, la web y las redes sociales.

INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA

El día martes 22 de mayo, presenciamos inicialmente una inducción sobre lo que nos íbamos a encontrar en el museo, donde las historias precolombinas indígenas se han caracterizado por sus abundantes riquezas y anécdotas adquiridas a lo largo del tiempo, con figuras representativas el cual ofrecen muchos significados en la vida cotidiana sobre las civilizaciones bien organizadas que habitaron nuestras tierras. Las comunidades que sobresalía eran: Muisca, Tairona, Sinú, Tolima, Nariño, Quimbayas, Calimas, entre otros.

Observamos cómo la cultura ha venido evolucionando, donde diversos grupos étnicos han construido proyectos duraderos que hoy en día funcionan magistralmente como por ejemplo construcción de represas, artesanías hechas en oro, figuras en barro, agricultura y pesca. Además de ello, intercambiaban productos entre los grupos a través del trueque, una modalidad muy utilizada en esa época y muy efectiva en aras de obtener diversos bienes que necesitaban con suma importancia.

Las riquezas de cada joya es difícil de dar una explicación. Se mantienen como si fueran hechas el día de ayer por un joyero en el día, demostrando las insignias que nos caracteriza como nación y despierta el gran interés de turistas internacionales venir a conocer estas preciosas figuras.

Se visitó diversos espacios espectaculares que incentivan la tradición nacional, creencias, ocurrencias vividas en el pasado mediante una guía especializada en antropología y conocedora de la historia indígena. A continuación se mostrarán algunos de ellos:

SALA DE EXPOSICIONES TEMPORALES:



EXPLORATORIO:



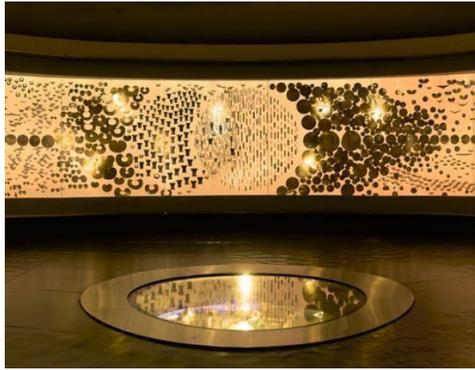
AUDITORIO:



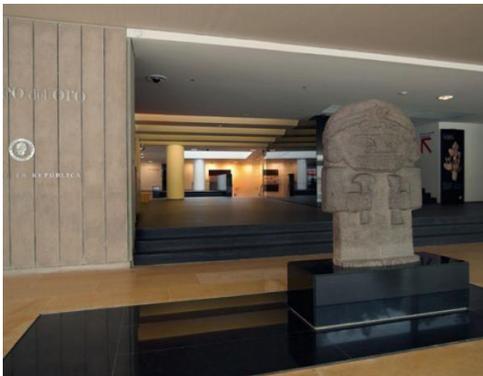
DQS is member of:



SALA DE EXPOSICIONES PERMANENTE:



PRIMER PISO:



COLECCIÓN ARQUEOLÓGICA:



MALOKA (CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN)

INFORMACIÓN GENERAL

Es una corporación enmarcada en la ley 29 de ciencia y tecnología. Empresa privada, sin ánimo de lucro. Programa nacional con proyección internacional que construye:

1. Iniciativas de Aplicación Social de la Ciencia, Tecnología e Innovación.
2. Estrategias de fortalecimiento a la educación formal.
3. Experiencias itinerantes.
4. Procesos de educación democratizada y para toda la vida.
5. Cultura ciudadana.
6. Métodos de experimentación e inmersión para las familias.
7. Encuentros de formación y participación ciudadana.

Maloka cuenta con un Centro Interactivo situado en la ciudad de Bogotá, una Maloka Viajera y 4 miniMaloka itinerarias, además desarrolla proyectos a la medida con aliados públicos y privados. El fin es aportar a la consolidación de una sociedad y economía basadas en el aprendizaje en el crecimiento y la innovación, que cuente con ciudadanos libres, competitivos, participativos, creativos, innovadores y realizadores, con identidad y autoestima.





MISIÓN

Contribuir a la Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, generando pasión por el aprendizaje y el conocimiento, espíritu crítico y proactivo y conciencia sobre su trascendencia e impacto en la vida cotidiana y en el desarrollo social, económico y cultural de los colombianos.

VISIÓN

En 2020, la Corporación Maloka aportará significativamente al enriquecimiento de la cultura colombiana, a través de la generación y la apropiación del conocimiento y de la innovación. Es una organización de excelencia, basada en principios y valores, reconocida en el ámbito nacional e internacional, con una estructura financiera sólida y un equipo humano altamente calificado y apasionado.

OBJETIVOS

- ° Incentivar la Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación haciendo que se conviertan en temas atractivos, cautivantes, comprensibles y asequibles para todos.
- ° Convertirse en Centro Científico, de investigación, cultural, turístico y recreativo.
- ° Concientizar a los colombianos de hoy y de mañana, que para ser competitivos y exitosos en mercados globales es esencial incorporar permanentemente nuevos desarrollos científicos y tecnológicos a sus actividades y procesos productivos.
- ° Aclarar y reforzar conceptos y principios científicos de manera interactiva.



HISTORIA DE MALOKA

Su nombre desciende y proviene de la maloca indígena, lugar utilizado por diferentes tribus y construidas por el Chamán como sitio para adquirir la sabiduría del universo. Centro de toma de decisiones políticas y actividades religiosas. Lugar de descanso y recreación; sitio de encuentro y enriquecimiento integral de la comunidad.

El 4 de diciembre de 1997 fue creado Maloka con el acto de firma de los estatutos que la conformaron como una corporación de participación mixta, de régimen privado y sin ánimo de lucro, con la Asamblea General de asociados como máxima autoridad. En abril de 1997 inició la construcción del Centro Interactivo. Iniciativa de un importante grupo de científicos colombianos, entre los cuales se destaca el liderazgo de Nohora Elizabeth Hoyos Trujillo y Eduardo Posada Flores. El proyecto se realizó y ejecutó con la iniciativa de la Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia ACAC, el apoyo de Colciencias, el Instituto Distrital de Cultura y Turismo (IDCT), la Organización Ardila Lülle, y la contribución de distintos aliados de los sectores público y privado.

El 15 de abril de 1998 se puso en línea Maloka.org, antes de terminar la construcción de las instalaciones físicas.

6 de agosto abre el primer Cine Domo Iwerks de Latinoamérica, pionero en el cine de formato gigante en el país.

En diciembre 4 el Centro Interactivo abre sus más de 10mil metros cuadrados de experiencias en ciencia, tecnología e innovación.

Maloka alcanzó el millón de visitantes en noviembre de 1999, desde ese momento no ha dejado de actualizarse con propuestas innovadoras en el Centro Interactivo, pero

también ha viajado a todos los rincones del país y a varios lugares del mundo, a través de la Maloka viajera y de cientos de proyectos a la medida.

IMPACTO Y MODELOS DE NEGOCIOS

Su trabajo se desarrolla en tres frentes:

1. El centro interactivo en Bogotá con más de ocho millones de visitantes en 18 años.

Los escenarios interactivos y cines se complementan con:

- Actividades de motivación y unión familiar para empleados de empresas de todo el país: 600.000 visitas.
- Agenda científica gratuita: Más de 120.000 asistencias.
- El Plan Aporta Con Ciencia: Donaciones de empresarios privados que en un año beneficiaron con una experiencia en Maloka a más de 600 personas en situación de vulnerabilidad.
- Visita de escolares a Maloka: 3.700.000 entre estudiantes y docentes.
- Red de Profes Maloka: Formación de formadores y construcción de iniciativas de co-creación en una comunidad de 20.000 docentes.
- Escuelas de Guías: Espacio de formación de jóvenes en procesos de enseñanza, aprendizaje y comunicación. Han sido 4.000 estudiantes de diferentes disciplinas.

Maloka Viajera: Realiza experiencias significativas de aprendizaje en todos los rincones del país. Una estrategia que ha llegado a más de 400 municipios y ha recibido más de 2 millones de visitantes. Mientras Maloka va a la escuela ha sido implementada con 350.000 estudiantes.



Maloka Sin Fronteras: Desarrollo de proyectos a la medida de educación no formal en Colombia y diferentes partes del mundo. Genera alianzas para la construcción de proyectos de cultura ciudadana en ciencia y tecnología, a nivel nacional e internacional, acordes a las necesidades de las comunidades, que han beneficiado en 17 años a más de 120.000 personas aproximadamente:

- ° Red de Empresarios Innovadores: Programa que impactó a 1.940 micros y pequeñas empresas aumentando sus indicadores de productividad y competitividad.
- ° El grupo de Investigaciones y Evaluaciones ha realizado en pocos años más de 30 proyectos.
- ° Clubes de Ciencia y Tecnología: Más de cinco mil personal en total.
- ° Relaciones internacionales: Alianzas para el desarrollo de proyectos multilaterales y posicionamiento del conocimiento colombiano en el mundo.
- ° Programa de Orientación Socio Ocupacional para jóvenes: Ubikate.
- ° Varios de los proyectos son de carácter internacional, siendo Estados Unidos el aliado más cercano. También ha trabajado con aliados en Francia, Ecuador, Cuba, Brasil, entre otros.
- ° El portal web Maloka.org ha generado más de diez millones de entradas.
- ° Creación de museos, escenarios y experiencias interactivas: Alrededor de ochenta proyectos.
- ° Desarrollo de material pedagógico editorial y didáctico: 200 publicaciones.

¿QUÉ EXPERIENCIA NOS DEJA LA VISITA REALIZADA?

Maloka cuenta con diversas instalaciones que demuestran la importancia de la Ciencia, Tecnología e Innovación en estos momentos; construyendo proyectos sostenibles donde los estudiantes de educación básica y superior pueden presenciar los beneficios constantes de crear centros interactivos profundizando la parte física, química que fortalece el sistema científico nacional.

A su vez, cuentan con un sala denominada Cine Domo, es uno de los 7 en el mundo con la mejor tecnología para proyecciones audiovisuales. Con un formato digital proyecta imágenes y animaciones de 8k de resolución, cuenta con 5 proyectores de alta definición y una gama de contenidos en 2D y 3D en CTel. La proyección cubre por completo la cúpula del escenario, en ella nosotros vivimos una experiencia guiada a través del universo y la tierra. Además cuentan con un espacio para que las empresas puedan realizar eventos en una plataforma completamente digital, adaptable, sorprendente y fascinante. Sin duda, es un recuerdo grato donde nos pudimos extender en varios ámbitos de cómo la tecnología ha evolucionado y contribuido al conocimiento explícito de cada ser humano.

Un espacio constructivo denominado E-Motivo, nos permite evidenciar mediante inesperados estímulos las relaciones entre emociones y los procesos adaptativos de nuestra especie y aspectos que tenemos en común con los animales. Cuenta con plataformas audiovisuales el cual facilita la adaptación al escenario y presenciar la importancia del sistema humano y animal.

Por consiguiente, en Colombia los temas CTI se han centrado en diversificar la economía teniendo en cuenta la variedad de recursos naturales y fortalecer los procesos de innovación para mejorar la competitividad, el analizar las tendencias en temas de

CTI que permitan generar una serie de programas e instrumentos que busquen darle el valor y la importancia que la ciencia, la tecnología y la innovación debe tener como un pilar fundamental de los colombianos debe ser el enfoque de futuro.

Se deben priorizar una serie de objetivos nacionales donde el país cuenta con ventajas competitivas, planear y evaluar estratégicamente el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación con una política coordinada y prioritaria para los intereses de todo el conjunto de la sociedad. Este sistema debe tener como principal intencionalidad la generación de riqueza, desarrollo social y bienestar, lo que implica la incorporación y el compromiso sobre la CTI buscando su expansión y robustecimiento de todo el sistema.



LOGOS Y UBICACIONES DE LAS EMPRESAS VISITADAS



La planta de producción visitada se encuentra en el municipio de Tenjo, Cundinamarca. Donde comenzó operaciones en el año 2017.



Planta de producción visitada se encuentra en la Avenida Boyacá, Calle 56ª Sur #33-53.



Ubicación del museo: Carrera 6 #15-88 Centro de Bogotá.



Ubicación del centro interactivo: Carrera 68 D #24ª-51.



CONCLUSIONES

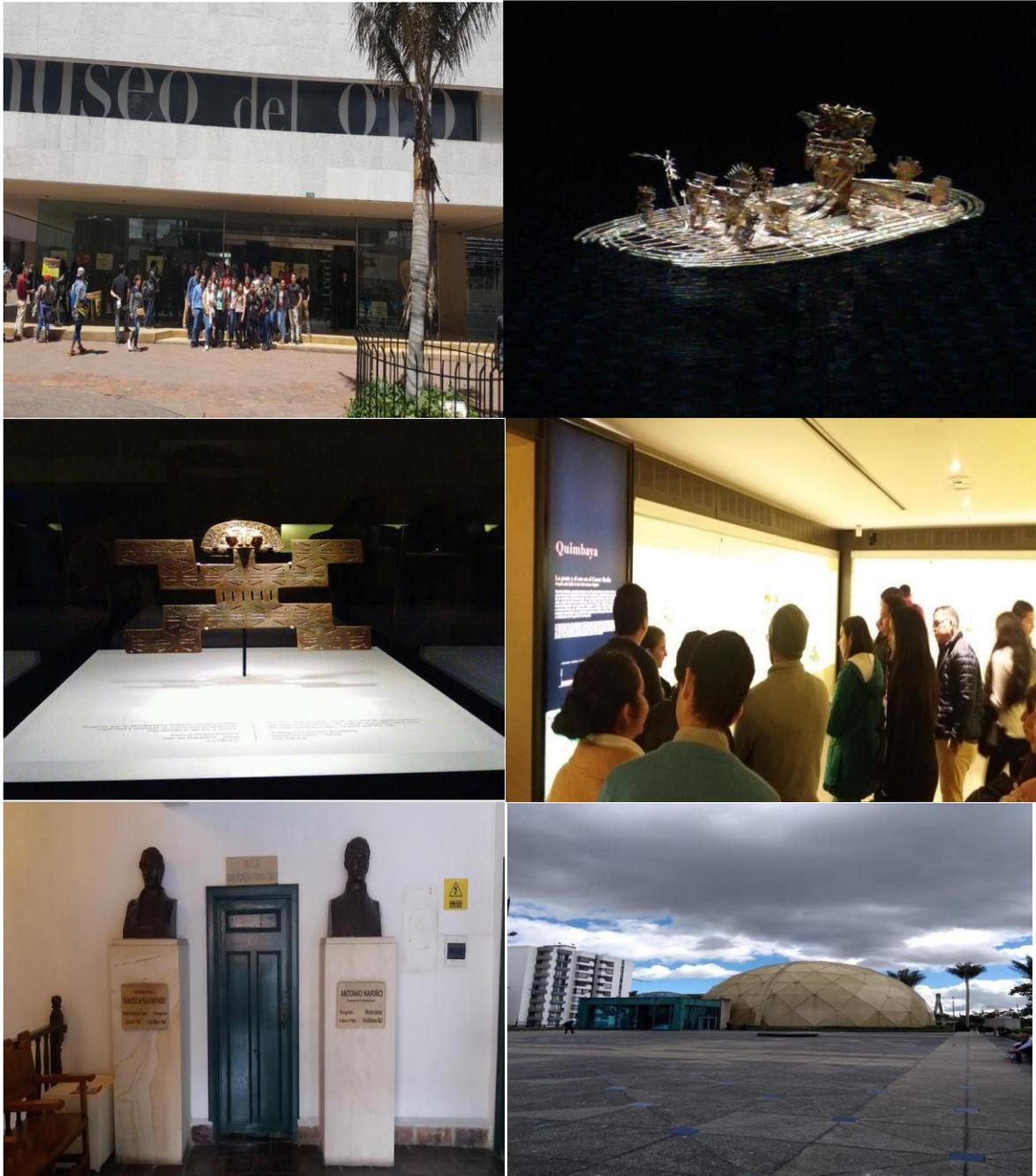
La visita empresarial realizada en Bogotá, nos deja grandes enseñanzas desde la parte académica y profesional; diversos modelos de negocio que han sido exitosos tanto a nivel nacional como internacional con diferentes estrategias de producir productos panificados, diseñar y construir automóviles con periodos de prueba, consolidar el aprendizaje en ciencia, tecnología e innovación y almacenar recuerdos de la cultura precolombina indígena de acuerdo a sus costumbres.

Un gran porcentaje del éxito de estas entidades es su equipo de trabajo conformado por personas capacitadas, con sentido de pertenencia, respetuosas con el medio ambiente, excelente atención al cliente y esforzándose por ser cada día mejores elaborando estrategias de mercadeo, producción donde conllevan a la construcción de proyectos sostenibles que presenten grandes índices de rentabilidad, visitas y formación de experiencias en los clientes que disfrutan de sus servicios día a día.

Finalmente, nos llevamos un grato recuerdo de la capital de nuestro país, porque crear ideas de negocio sí es posible de acuerdo a nuestros pensamientos, deseos de salir adelante, formar una familia en el equipo de trabajo y retroalimentar nuestros conocimientos. Sin embargo, como emprendedores debemos tener planes de contingencia cuando un proyecto está en su etapa más difícil, de ahí sabremos si estamos listo para llegar a nuestro punto máximo porque la pasión es el motor de la innovación.



ANEXOS



DQS is member of:



*Formando líderes para la
construcción de un nuevo*





DQS is member of:



*Formando líderes para la
construcción de un nuevo*