



# **VISITA EMPRESARIAL DE LARGO IMPACTO EN LA CIUDAD DE MEDELLIN**

## **INFORME FINAL**

**PRESENTADO POR:**

**ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE VII Y VIII  
SEMESTRE**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**SEDE VILLA DEL ROSARIO**

**2024-2**



## Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN .....	6
2. OBJETIVOS .....	8
2.1 OBJETIVO GENERAL .....	8
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	8
3 JUSTIFICACIÓN .....	9
4 INFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS VISITADAS.....	10
5.1. GRUPO FORMAS ÍNTIMAS .....	10
5.1.1. HISTORIA .....	11
5.1.2. MISIÓN .....	13
5.1.3. VISIÓN.....	13
5.1.4. VALORES.....	14
5.1.5. POLÍTICAS .....	15
5.1.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA .....	16
5.1.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	17
5.1.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA.....	17
5.1.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	19
5.1.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA .....	20
5.1.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA.....	21
5.2. CONTENIDO BPS.....	22
5.2.1. HISTORIA.....	23
5.2.2. MISIÓN .....	26
5.2.3. VISIÓN.....	26



5.2.4. VALORES .....	26
5.2.5. POLÍTICAS .....	28
5.2.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA .....	32
5.2.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	33
5.2.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA .....	34
5.2.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	36
5.2.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA .....	37
5.2.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA .....	39
5.3. RUTA N .....	39
5.3.1. HISTORIA .....	41
5.3.2. MISIÓN .....	42
5.3.3. VISIÓN .....	42
5.3.4. VALORES .....	43
5.3.5. POLÍTICAS .....	43
5.3.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA .....	43
5.3.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	44
5.3.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA .....	44
5.3.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	46
5.3.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA .....	46
5.3.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA .....	47
5.4. PRODUCTO TURÍSTICO DE TRANSFORMACION SOCIAL: COMUNA 13 .....	47
5.4.1. HISTORIA .....	50
5.4.2. MISIÓN .....	51
5.4.3. VISIÓN .....	51



5.4.4. VALORES .....	52
5.4.5. POLÍTICAS .....	53
5.4.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA .....	55
5.4.7 PERSONAS CLAVE EN EL DESARROLLO DE LA COMUNA 13 .....	55
5.4.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA .....	57
5.4.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	58
5.4.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA .....	58
5.4.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA .....	59
5.5. POLITÉCNICO JAIME IZASA .....	60
5.5.1. HISTORIA .....	60
5.5.2. MISIÓN .....	61
5.5.3. VISIÓN .....	61
5.5.4. VALORES .....	62
5.5.5. POLÍTICAS .....	63
5.5.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA .....	66
5.5.6.1. OBJETIVOS GENERALES .....	66
5.5.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	66
5.5.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	68
5.5.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA .....	69
5.5.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	70
5.5.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA .....	70
5.5.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA .....	71
5.6 EL CENTRO TURÍSTICO LA PIEDRA (producto turístico) .....	72
5.6.1. HISTORIA .....	72



5.6.2. MISIÓN .....	73
5.6.3. VISIÓN.....	73
5.6.4. VALORES .....	74
5.6.5. POLÍTICAS .....	74
5.6.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA .....	75
5.6.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	75
5.6.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA.....	76
5.6.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	77
5.6.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA .....	77
5.6.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA.....	78
5.7. INEXMODA.....	78
5.7.1. HISTORIA.....	79
5.7.2. MISIÓN .....	81
5.7.3. VISIÓN.....	82
5.7.4. VALORES.....	82
5.7.5. POLÍTICAS .....	83
5.7.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA .....	84
5.7.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	84
5.7.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA.....	85
5.7.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	86
5.7.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA .....	87
5.7.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA.....	88
5.8. GRUPO EPM.....	88
5.8.1. HISTORIA.....	91



5.8.2. MISIÓN .....	92
5.8.3. VISIÓN.....	92
5.8.4. VALORES .....	93
5.8.5. POLÍTICAS .....	95
5.8.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA .....	96
5.8.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	97
5.8.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA.....	97
5.8.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	99
5.8.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA .....	99
5.8.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA.....	100
6.. CONCLUSIONES .....	101
7 LISTADO DE ESTUDIANTES.....	105
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	106



## 1. INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como propósito documentar la visita empresarial realizada en la ciudad de Medellín por estudiantes de Administración de Empresas de VII y VIII semestre, de la Universidad de Pamplona, sede Villa del Rosario, la cual contó con la organización, acompañamiento y guía de la docente Julieth Calderón Yaruro.

La visita de largo impacto permite contrastar y complementar la formación académica recibida en el aula de clase, al conocer realidades de diferentes sectores económicos que representan el tejido empresarial de nuestro país, promoviendo así el interés por el desarrollo profesional con pertinencia social y económica. Esta experiencia académica, enmarcada en un enfoque práctico, ofreció a los estudiantes la oportunidad de explorar de primera mano las prácticas empresariales que identifican a Medellín como un referente en innovación, sostenibilidad y responsabilidad social en Colombia.

Durante el recorrido, los estudiantes visitaron empresas de subsectores claves de la economía colombiana, como la moda, el turismo, el Business Process Outsourcing (BPO), servicios públicos, educación, innovación y tecnología, observando los modelos de gestión, estrategias de sostenibilidad y prácticas de liderazgo que han contribuido al desarrollo socioeconómico de la ciudad y del país. Asimismo, esta actividad permitió comprender cómo las organizaciones integran los valores corporativos y su responsabilidad social en la relación con sus colaboradores y la comunidad, fortaleciendo en los estudiantes una perspectiva integral y moderna de la administración de empresas.



En este contexto, el informe sintetiza los conocimientos adquiridos en temas como innovación, transformación digital, eficiencia operativa, impacto social y estrategias empresariales.

La experiencia de la visita empresarial en la ciudad de Medellín, se constituye en un recurso valioso para la formación profesional de los estudiantes, ampliando su comprensión de los desafíos actuales y de las prácticas de gestión que fortalecen el desarrollo empresarial en el país.





## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Fortalecer la formación académica y el perfil profesional de los estudiantes de Administración de Empresas, mediante la inmersión en el tejido empresarial de Medellín que facilite la comprensión de las prácticas reales, innovadoras y sostenibles en organizaciones de éxito.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

3.1 Realizar visitas a empresas industriales, comerciales, servicios y desarrollo tecnológico e innovador en la ciudad de Medellín.

3.2. Identificar estrategias organizacionales que promueven al éxito en cada modelo de negocio visitado.

3.3 Establecer reflexiones sobre el actuar como administradores de empresas en la actualidad, teniendo en cuenta los aprendizajes adquiridos en la visita empresarial.



### 3 JUSTIFICACIÓN

En un entorno globalizado y dinámico, el acceso a conocimientos de prácticas empresariales reales, innovadoras, sostenibles y de impacto social, resulta crucial para la preparación de futuros profesionales, Medellín, una de las ciudades más avanzadas en Colombia en términos de desarrollo empresarial y compromiso con la sostenibilidad, ofrece un espacio ideal para que los estudiantes comprendan de manera directa las estrategias de gestión y cultura organizacional implementadas por empresas de diversos sectores.

La visita empresarial, a través de la observación y análisis de empresas líderes en la región, permitirá a los estudiantes familiarizarse con prácticas reales de responsabilidad social, eficiencia operativa y gestión de talento, elementos que constituyen la base de una administración moderna y eficaz. A través del contacto directo con estos entornos empresariales, los estudiantes podrán identificar y analizar estrategias innovadoras que promueven el desarrollo sostenible y el impacto positivo en las comunidades, fortaleciendo así su capacidad para aplicar estos principios en sus futuras actividades laborales.

Esta experiencia práctica contribuye al desarrollo de competencias críticas como la capacidad de análisis, la observación de metodologías de innovación, y el entendimiento de cómo los valores organizacionales y la gestión del talento inciden en el éxito de una organización. Estos conocimientos no solo enriquecerán la perspectiva profesional de los estudiantes, sino que también les proporcionarán herramientas aplicables en su desempeño profesional en contextos diversos, impulsándolos a convertirse en agentes de cambio en el ámbito empresarial colombiano.



En vista de lo anterior la visita empresarial a Medellín se presenta como una iniciativa educativa de largo impacto que no solo refuerza el aprendizaje teórico, sino que también promueve la formación de profesionales comprometidos con el desarrollo económico y social del país, preparados para enfrentar los desafíos actuales de la administración de empresas.

## 4 INFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS VISITADAS

### 5.1. GRUPO FORMAS ÍNTIMAS

El Grupo Formas Íntimas es una empresa líder en el sector de moda y belleza en Colombia, con una trayectoria de más de 36 años en la diseño, fabricación, comercialización y distribución de prendas de alta calidad que van desde ropa interior y trajes de baño, hasta pijamas y ropa deportiva. Mas de 2.000 colaboradores aportando al desarrollo de sus marcas **FI, MP, Atypical, RUTTA, Somos moda**, además de la causa social por más de 25 años, el **Club Deportivo Formas Íntimas**, que apoya el desarrollo integral de mujeres a través del deporte y ha sido una plataforma de empoderamiento para miles de jóvenes (a la fecha más de 3.000 familias impactadas).

Este grupo empresarial Fundado en 1985 por Don Marco Antonio Roldán Jaramillo, ha logrado consolidarse gracias a su perseverancia, capacidad de innovación y un profundo compromiso social. Desde sus comienzos como un emprendimiento familiar en Medellín, Formas Íntimas ha crecido para convertirse en un referente no solo en el mercado nacional, sino también en mercados internacionales, destacándose por su enfoque en la inclusión y el empoderamiento de la mujer, quienes representan el 70% de su equipo.



En los últimos años, el Grupo ha reforzado su compromiso con la sostenibilidad, implementando prácticas que minimizan su impacto ambiental y desarrollando productos que responden a las necesidades de un mercado más consciente y responsable. Con esta visión integral, el Grupo Formas Íntimas continúa expandiendo su influencia y reafirmando su propósito de ser un motor de cambio social y económico en Colombia y la región.

### 5.1.1. HISTORIA

El Grupo Formas Íntimas se ha consolidado como uno de los referentes más destacados de la industria de moda y belleza en Colombia, tras un largo trayecto marcado por la perseverancia, la innovación y un compromiso social profundo. Su historia comienza con la visión de Don Marco Antonio Roldán Jaramillo, nacido el 23 de julio de 1948 en una familia humilde en Ituango, Antioquia. Desde sus primeros años, Don Marco trabajó incansablemente, desempeñándose como barrendero y quemador de carbón, lo cual le permitió financiar su educación y trasladarse a Medellín, donde cursó estudios en contabilidad en la Universidad Pontificia Bolivariana.

La creación de Formas Íntimas tuvo lugar en 1985, cuando, tras recibir una liquidación de \$500, Don Marco decidió emprender en el sector textil. En la sala de su casa, con solo dos máquinas fileteadoras, dio inicio a la producción de ropa interior femenina, que inicialmente se comercializaba puerta a puerta. Ese mismo año, la empresa produjo su primer brasier, ampliando así su oferta de productos y abriendo paso a un crecimiento progresivo en el mercado. Este impulso inicial permitió que la compañía se estableciera como una fuente de empleo para muchas familias en la región.



A lo largo de los años, el Grupo Formas Íntimas ha evolucionado significativamente. En 1998, la empresa comenzó a comercializar sus productos en almacenes de cadena y a expandirse internacionalmente con el ingreso al mercado venezolano. También inició la venta por catálogo, creando oportunidades de emprendimiento para mujeres, a quienes se les ofrecía crédito para la venta de productos, permitiéndoles obtener ingresos adicionales.

El compromiso social de Don Marco se manifestó en 2002 con la creación del Club Deportivo Formas Íntimas, a través del cual apoyó el fútbol femenino, convencido del poder transformador de las mujeres y las oportunidades. A pesar de la salida del mercado venezolano en 2007, el Grupo continuó innovando y buscando maneras de mantenerse competitivo en el mercado.

En 2016, la empresa lanzó Teenbook, una nueva marca que más tarde se renombró como Atypical, enfocada en un público joven. Este catálogo fue clave para expandir la red de asesoras de imagen y fortalecer el posicionamiento de la compañía. Durante la pandemia de COVID-19, el Grupo Formas Íntimas trabajó arduamente para conservar los empleos de sus colaboradores, logrando adaptarse a las difíciles condiciones del mercado.

En 2021, el grupo incorporó el negocio de Portafolio Textil y creó la marca RUTTA, que añadió un enfoque de sostenibilidad a su oferta de productos y generó nuevas oportunidades de empleo. La inclusión laboral para jóvenes también fue un factor clave en el crecimiento del Grupo, que en el tercer trimestre de ese año registró un incremento en sus ingresos.



Finalmente, en 2022, el Grupo Formas Íntimas se consolidó oficialmente bajo una estructura corporativa que agrupa marcas como FI, MP, Atypical, RUTTA, Somos Moda y Club FI. Con más de 36 años de trayectoria, el Grupo Formas Íntimas es actualmente uno de los líderes del sector de moda y belleza en Colombia, y sigue comprometido con la innovación, el desarrollo social y el crecimiento sostenible.

### **5.1.2. MISIÓN**

El Grupo Formas Íntimas se caracteriza por su misión centrada en el crecimiento con propósito social, enfocándose en la generación de prosperidad y oportunidades para las familias colombianas. Con cada una de sus marcas, la empresa busca construir un impacto positivo en la vida de las personas, ofreciendo no solo productos de moda y belleza de alta calidad, sino también empleos y oportunidades de emprendimiento. Este compromiso se extiende a las asesoras de imagen y a las comunidades a las que llega, con el objetivo de apoyar el desarrollo económico y social de las familias a las que impacta.

### **5.1.3. VISIÓN**

La visión del Grupo Formas Íntimas es establecerse como un líder indiscutible en la industria de la moda y la belleza en Colombia, y en el futuro, expandir su influencia en el mercado latinoamericano. Este liderazgo busca no solo alcanzar un sólido posicionamiento en el sector, sino también ser un referente de responsabilidad social y empresarial. A través de la innovación constante y la integración de prácticas sostenibles y sociales en su modelo de negocio, el grupo se esfuerza en generar un impacto positivo en la sociedad, promoviendo el bienestar, la inclusión y el empoderamiento de sus colaboradores y de las comunidades en las que opera.



#### 5.1.4. VALORES

El Grupo Formas Íntimas basa su cultura organizacional en valores sólidos que reflejan su compromiso con el bienestar de sus colaboradores y el impacto positivo en la sociedad.

- Cocreación

Formas intimas sabe que juntos se pueden lograr cosas maravillosas, todos son protagonistas de las nuevas ideas, los proyectos y soluciones.

- Eficiencia

Es la chispa que enciende la innovación, la creatividad y el ingenio impulsándonos hacia la grandeza; es el compromiso de optimizar tiempo, dinero y energía. En sus corazones late la pasión por hacer más con menos.

- Empatía

Quieren hacer del mundo un lugar mejor y por eso la personalidad siempre es pensar en los demás y fomentar el sentido de comunidad.

- Empoderamiento

En Formas Íntimas podemos hacer que las cosas pasen y estamos convencidos de nuestro talento y valor creador que nos mueve día a día.

- Solidaridad:

El grupo impulsa un espíritu de apoyo mutuo tanto dentro como fuera de la organización. Este valor se traduce en iniciativas de apoyo a sus colaboradores y a las comunidades con las que interactúa, brindando oportunidades de crecimiento y desarrollo.



A través de estos valores, el Grupo Formas Íntimas busca consolidarse como una empresa que no solo aporta a la economía del país, sino que también mejora la calidad de vida de sus colaboradores y de las comunidades en las que opera.

### 5.1.5. POLÍTICAS

El Grupo Formas Íntimas, empresa colombiana dedicada a la moda y al diseño de prendas como ropa interior, exterior, trajes de baño, pijamas y ropa deportiva, fundamenta sus operaciones en políticas que reflejan su compromiso social, ambiental y de desarrollo humano. Estas políticas incluyen:

- **Sostenibilidad:** En su esfuerzo por minimizar el impacto ambiental, el Grupo Formas Íntimas implementa prácticas sostenibles en sus procesos de manufactura. En 2023, logró importantes resultados al ahorrar 10,053 litros de agua, reducir en 30,018 kg las emisiones de CO<sub>2</sub> y evitar la generación de 501 kg de plástico. Estos esfuerzos demuestran su dedicación a proteger el medio ambiente y fomentar una industria de moda más responsable.
- **Empatía, solidaridad y empoderamiento:** La empresa fomenta una cultura en la que cada colaborador se siente valorado y escuchado, promoviendo un ambiente de respeto y apoyo mutuo. Esta política de empatía y solidaridad refuerza el compromiso del Grupo con el bienestar integral de sus empleados y comunidades.
- **Desarrollo personal y social:** El Grupo Formas Íntimas impulsa el crecimiento y la superación personal de las mujeres, brindándoles oportunidades de desarrollo tanto en el ámbito de la manufactura como en el deporte, particularmente a través del fútbol femenino. Esta política busca empoderar a las mujeres, proporcionando herramientas que mejoren su calidad de vida y promuevan su independencia económica.
- **Club Deportivo Formas Íntimas:** Como parte de su responsabilidad social, el Grupo creó el Club Deportivo Formas Íntimas, una iniciativa que





apoya a las mujeres en su desarrollo personal y profesional a través del deporte. Este club representa una plataforma para el empoderamiento femenino, ayudando a las mujeres a adquirir habilidades y confianza en sí mismas.

Estas políticas reflejan la misión del Grupo Formas Íntimas de generar prosperidad y oportunidades, no solo mediante sus productos, sino también a través de un compromiso activo con el desarrollo sostenible y social en Colombia.

#### **5.1.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA**

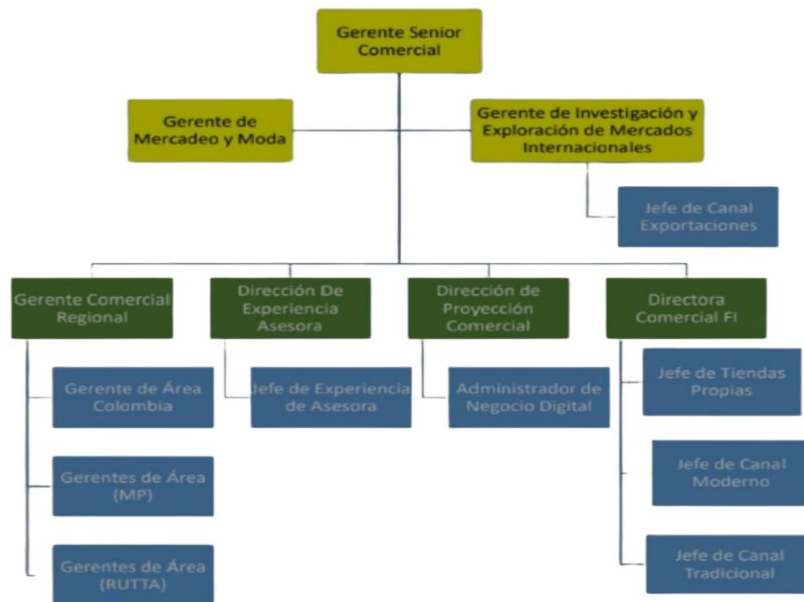
El Grupo Formas Íntimas tiene como propósito fundamental ser un motor de cambio social y económico, promoviendo la inclusión, la igualdad de género y el empoderamiento femenino. A través de su operación y estructura organizacional, la compañía ha sido un abanderado de la creación de oportunidades para mujeres, quienes constituyen el 70% de sus colaboradores en todos los niveles, desde producción hasta cargos ejecutivos. Su compromiso se extiende más allá de lo laboral, estableciendo políticas de compensación justas, donde el género no es una variable para determinar salarios o beneficios, reflejando su compromiso con la equidad y la igualdad de oportunidades.

Un pilar esencial en el propósito de Formas Íntimas es su causa social, el Club Deportivo Formas Íntimas, con más de 20 años de trayectoria apoyando el desarrollo integral de más de 3000 niñas. Este club ofrece formación deportiva y acompañamiento psicosocial, garantizando que sus integrantes tengan una educación sólida y un respaldo familiar y académico. Actualmente, el Club cuenta con 320 jugadoras activas en distintas categorías, de las cuales varias han alcanzado el nivel profesional en clubes nacionales e internacionales, e incluso han sido convocadas a la Selección Colombia Femenina de Fútbol en diferentes categorías. Además, el club patrocina una casa hogar para jugadoras de escasos recursos, ofreciendo un apoyo completo para su educación y bienestar.



El Grupo Formas Íntimas se mantiene fiel a su compromiso de empoderar a las mujeres y de construir un impacto positivo en la sociedad, contribuyendo al desarrollo sostenible y a la igualdad de género. Con cada acción y proyecto, la empresa trabaja para fortalecer a sus comunidades y abrir oportunidades que permitan una mejor calidad de vida para sus colaboradores y sus familias.

### 5.1.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



### 5.1.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA

Nuestro recorrido por las instalaciones del Grupo Formas Íntimas en Medellín, ubicadas en el barrio de Guayabal, representó una experiencia enriquecedora y llena de aprendizajes. Desde nuestra llegada, fuimos recibidos por miembros de la alta gerencia, quienes nos brindaron una cálida bienvenida y nos guiaron hacia la sala de conferencias. En este espacio, con un ambiente acogedor, nos ofrecieron una charla sobre la historia y cultura organizacional de la empresa, acompañada de obsequios y una amena merienda.



Durante la presentación de la gerente y los líderes de áreas de la compañía, se destacaba la filosofía corporativa impregnada de su fundador, Don Marco Antonio Roldán Jaramillo, y el impacto social de la empresa, especialmente a través del Club Deportivo Formas Íntimas. Este Club se ha consolidado como una plataforma de empoderamiento femenino, impulsando a muchas mujeres a superar obstáculos y desarrollar sus habilidades. Asimismo, se resaltaron los valores fundamentales que diferencian a Formas Íntimas de otras empresas del sector de confecciones, como la importancia de la solidaridad, el trabajo en equipo y el crecimiento profesional.

Un aspecto notable de la charla fue el enfoque que la empresa coloca en la educación y el desarrollo de su personal. Nos explicaron cómo varios colaboradores que iniciaron en cargos operativos, como cortadores o manejadores de maquinaria, han logrado ascender a la alta gerencia, reflejando el compromiso de Formas Íntimas con el progreso de sus empleados.

Así mismo, el líder de producción nos explicó el manejo detallado y óptimo de costos de la organización por cada línea de productos, compartiendo consejos reales en toma de decisiones en empresas industriales.

Posteriormente, disfrutamos de un recorrido detallado por el área de producción, iniciando el proceso por la fabricación de los hilos, las telas, el diseño, la zona de corte, confección, logística, comercialización y distribución. En cada espacio, se nos explicó cómo se han implementado metodologías de producción ajustadas, como la metodología lean (enfoque de gestión centrado en eliminar el desperdicio y actividades que no generan valor para optimizar la eficiencia en los procesos de una empresa), el cual ha optimizado los tiempos y aumentado la eficiencia en los procesos productivos. Esta aplicación de mejoras continuas no solo eleva la calidad de sus



productos, sino que también destaca la capacidad de adaptación de la empresa en un mercado tan competitivo.

El aspecto ambiental es de suma importancia, Formas íntimas ha sido exaltada nacional e internacionalmente por su responsabilidad con el medio ambiente, promoviendo el desarrollo económico y social con responsabilidad ambiental, algunos de ellos son:



La visita al Grupo Formas Íntimas no solo nos permitió comprender el funcionamiento interno de una de las empresas líderes en moda y confecciones en Colombia, sino también obtener valiosas lecciones en liderazgo, responsabilidad social y visión empresarial. Sin duda, estos conocimientos y experiencias servirán como una base sólida en nuestra formación y serán aplicables en nuestra futura vida profesional, ya sea como gerentes o emprendedores.

#### 5.1.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA



Dirección: Calle 10 sur N.º 51c -77, Medellín, Antioquia

<https://www.youtube.com/watch?v=BGwOV2h3698>



### 5.1.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA

La visita a las instalaciones del Grupo Formas Íntimas en Medellín fue una experiencia que superó todas nuestras expectativas, brindándonos una inmersión profunda en la cultura y valores de esta empresa líder en el sector de moda y confecciones en Colombia. Desde el momento en que cruzamos sus puertas en el barrio de Guayabal, la calidez de su personal y la cercanía de sus altos directivos nos hicieron sentir parte de algo más que un simple recorrido: fue un verdadero encuentro con una familia empresarial comprometida con el crecimiento, la innovación y el bienestar social.

La sesión de bienvenida en la sala de conferencias, preparada con un ambiente acogedor y con detalles como obsequios y una merienda, nos permitió acercarnos a la historia inspiradora de Don Marco Antonio Roldán Jaramillo, el visionario fundador del grupo. Su legado no solo está presente en la sólida estructura de la empresa, sino también en el compromiso palpable de sus colaboradores con los valores de solidaridad, trabajo en equipo y desarrollo profesional. Cada palabra compartida en esa sala resonaba con el espíritu de una compañía que cree en el poder transformador de las oportunidades y la inclusión.

Uno de los momentos más impactantes de la visita fue conocer el papel fundamental que juegan las mujeres en el Grupo Formas Íntimas. Con un 70% de su equipo compuesto por mujeres en diversos roles, la empresa no solo celebra el talento femenino, sino que también ofrece un entorno donde pueden prosperar y ascender. Nos conmovió especialmente descubrir cómo muchas colaboradoras han escalado desde posiciones operativas hasta la alta gerencia, en un claro reflejo del compromiso de Formas Íntimas con el desarrollo de su personal.



El Club Deportivo Formas Íntimas también dejó una huella significativa en nosotros. Este espacio, que va mucho más allá del deporte, es un verdadero motor de empoderamiento femenino, brindando a través de la fundación la oportunidad a miles de mujeres, de superar obstáculos y de construir un futuro lleno de posibilidades. Al escuchar sobre los logros y sueños alcanzados por estas jóvenes deportistas, entendimos que el compromiso de Formas Íntimas con la sociedad es genuino y trascendente.

La jornada en el Grupo Formas Íntimas no solo fue educativa, sino profundamente inspiradora. Ver de cerca cómo una empresa puede combinar su éxito comercial con alto sentido de responsabilidad social. Formas Íntimas nos enseñó que el liderazgo va más allá de los resultados financieros y que construir una comunidad laboral basada en el respeto, el apoyo mutuo y el compromiso con la sociedad, es una misión que trasciende generaciones.

#### 5.1.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA







## 5.2. CONTENIDO BPS

Contento BPS es una empresa colombiana de Business Process Outsourcing (BPO) especializada en servicios de cobranza, crédito y atención al cliente. Desde sus inicios en 2015, Contento BPS ha construido su identidad corporativa alrededor del propósito de "Gestionar sueños", que busca apoyar a las personas en su objetivo de resolver diversas situaciones a problemáticas presentadas.

Con más de 56 años de experiencia en el mercado, Contento BPS se distingue por sus estrategias innovadoras y personalizadas, que responden a las necesidades específicas de sus clientes. La empresa cuenta con una sólida presencia en Colombia, con sedes en ciudades clave como Medellín, Bogotá y Cali, y un equipo de más de 2,000 empleados comprometidos con la misión de ofrecer una experiencia de servicio excepcional.

Una de las características centrales de Contento BPS es su modelo de cultura de felicidad, que enfatiza el bienestar de los colaboradores, bajo la premisa de que empleados felices tienen un mayor sentido de pertenencia, compromiso y pasión



por el trabajo. Esto se traduce en una atención de calidad hacia los clientes y usuarios, generando relaciones de confianza y satisfacción.

Además, Contenido BPS utiliza herramientas avanzadas como el "Big Data" para realizar un perfilamiento detallado de cada cliente, lo cual le permite personalizar las interacciones y ofrecer un servicio integral que va más allá de las llamadas, buscando una experiencia completa y satisfactoria en cada punto de contacto.

### 5.2.1. HISTORIA

La historia de Contenido BPS es una trayectoria de evolución constante y transformación que refleja el compromiso de la empresa con sus colaboradores, clientes y usuarios. Fundada originalmente bajo el nombre de Intercobros, esta organización familiar se especializó en sus primeros años en ofrecer servicios de cobranza, crédito y atención al cliente. Con el tiempo, Intercobros se consolidó en el mercado de Business Process Outsourcing (BPO), posicionándose como un actor destacado en el sector de gestión de relaciones con clientes y cobranzas.

En 2015, la empresa experimentó una profunda transformación cultural y corporativa que marcaría un punto de inflexión en su historia. Este cambio comenzó con la definición de un propósito fundamental: "Gestionar sueños". La esencia de este propósito radica en la idea de que todos los individuos tienen el anhelo de superar sus dificultades financieras y cumplir con sus obligaciones. Contenido BPS asume así el rol de facilitador en este proceso, apoyando a los usuarios en la gestión de sus deudas y ayudándolos a alcanzar una mayor estabilidad económica. Con esta filosofía, la empresa se propuso no solo brindar servicios, sino también impactar positivamente la vida de las personas con las que trabaja, tanto a nivel de clientes como de colaboradores.





Durante este proceso de redefinición, Anggy Corchuelo, la Directora General de Contenido BPS, jugó un papel fundamental en la reorientación de la cultura organizacional. Inspirada por un viaje a Roma, donde se encontró con una estatua que representaba las cuatro virtudes cardinales, Corchuelo identificó una oportunidad para transformar los valores de la empresa. Observó que los valores en Contenido BPS no estaban plenamente orientados al desarrollo humano, por lo que inició un proceso participativo junto con los colaboradores para definir los valores fundamentales de la organización. De esta colaboración surgieron los cuatro valores que hoy definen a Contenido BPS: Constancia, Coherencia, Escucha y Humildad. Estos valores reflejan el compromiso de la empresa con el desarrollo personal y profesional de sus empleados, promoviendo un entorno de trabajo en el que cada individuo es valorado y se le brinda la oportunidad de crecer.

Además de estos valores, Contenido BPS adoptó un conjunto de principios conocidos como las "Llaves de calidad", los cuales guían el modo de operar de la empresa y constituyen la base de su enfoque en la excelencia del servicio. Estos principios incluyen el Respeto, considerado como la llave irrenunciable, junto con la Empatía, Solución, Simplicidad y Agilidad. Inspirados en un viaje al Disney Institute, estos principios han sido fundamentales para establecer una cultura centrada en el cliente y en la experiencia positiva de todos los involucrados en sus procesos.

Contenido BPS también ha desarrollado iniciativas para fortalecer el bienestar y la felicidad de sus colaboradores. Convencida de que empleados felices son más comprometidos y productivos, la empresa implementó el Día de la Gratitud, un evento anual que se celebra el 23 de abril como un ritual para agradecer y valorar el trabajo y dedicación de todos. Además, el programa de desarrollo personal "Certificado Contenido" permite a los colaboradores trabajar en su autoconocimiento y superación personal a través de módulos como "Me conozco", "Me transformo", "Me dispongo" y "Me entrego". Este enfoque en el desarrollo integral de los



colaboradores ha sido clave en la creación de una cultura organizacional sólida y comprometida.

La transformación de Contenido BPS no solo ha sido a nivel cultural, sino también organizacional y estratégico. La empresa ha apostado por el uso de tecnologías avanzadas, como Big Data, para mejorar el perfilamiento de sus clientes y ofrecer servicios personalizados que optimizan la experiencia del usuario final. Asimismo, ha ampliado su presencia en Colombia, estableciendo sedes en Medellín, Bogotá y Cali, y cuenta actualmente con un equipo de más de 2,000 personas. Contenido BPS ha logrado destacarse en el sector de BPO no solo por sus servicios de alta calidad, sino también por el compromiso con el bienestar de su equipo y sus familias.

A lo largo de este camino, Contenido BPS ha obtenido resultados significativos que reflejan el impacto de su enfoque humano y su modelo de gestión. Entre los logros más importantes se encuentran la contratación de 2,000 personas, la gestión de más de 300 sueños en 2016, una tasa de ausentismo del 3% y una rotación mensual del 2%, cifras destacadas en la industria de BPO y Contact Centers. Además, la empresa ha alcanzado una calificación de satisfacción de clima laboral de 4.6 sobre 5.0 y ha certificado a más de 1,397 personas en competencias laborales. En el mismo año, Contenido BPS superó las proyecciones de ingresos de 2020 con un margen de más de \$1,000 millones, lo que demuestra el éxito de su modelo empresarial y el impacto de su enfoque en el desarrollo humano.

La historia de Contenido BPS es un ejemplo de cómo una empresa puede crecer y adaptarse a través de la introspección y el compromiso con sus principios. Hoy en día, Contenido BPS continúa promoviendo una cultura de felicidad y bienestar en sus colaboradores, lo que se traduce en una mejor experiencia para sus clientes y una contribución positiva a la sociedad. En palabras de su Directora General, "los chicos



gestionan los sueños del usuario final y nosotros gestionamos los sueños de ellos", un lema que refleja la esencia de Contenido BPS y su compromiso con un

modelo de negocio que va más allá de los servicios tradicionales de BPO, construyendo un legado basado en la humanidad y el respeto.

### **5.2.2. MISIÓN**

En Contenido BPS basamos nuestra cultura organizacional en el bienestar de nuestros integrantes, enfocamos nuestro esfuerzo en diseñar estrategias que tengan un alto impacto en la experiencia emocional y vivencial de cada una de las personas que trabajan en la empresa, con talleres, actividades y celebraciones dirigidas a impulsar la creencia de que nuestro único propósito en la vida es ser feliz.

### **5.2.3. VISIÓN**

Nos esforzamos por conectarnos con los sueños de nuestros Contenidos, pero no termina ahí. La magia también ocurre cuando nuestros integrantes se conectan con los sueños de sus propios usuarios, uniendo nuestra tecnología sostenible, creativa, empática y sensible para todos, logrando un camino donde los sueños se convierten en realidades compartidas, uniendo a personas de todo el mundo en un tejido de aspiraciones y logros mutuos.

### **5.2.4. VALORES**

Contenido BPS es una empresa familiar comprometida con el bienestar y desarrollo integral de sus colaboradores, lo cual se refleja en sus valores y principios orientados al ser humano. Esta organización, anteriormente conocida como Intercobros, ha experimentado un profundo proceso de transformación cultural y corporativa que destaca su identidad como "una gran familia haciendo que los



sueños sean posibles". Esta esencia ha sido reforzada por la directora general, Anggy Corchuelo, quien, junto con el equipo de colaboradores, ha trabajado en la construcción de valores centrales que representan a la empresa.

Los valores fundamentales de Contenido BPS son:

- **Constancia:** Refleja la dedicación y el esfuerzo continuo por parte de la empresa y sus colaboradores, asegurando el cumplimiento de sus metas y la superación de obstáculos.
- **Coherencia:** La organización promueve la alineación entre sus principios y acciones, buscando mantener una integridad que fortalece su relación con los clientes y empleados.
- **Escucha:** Contenido BPS considera esencial entender y atender las necesidades de sus colaboradores y clientes, fomentando un ambiente de respeto y comunicación abierta.
- **Humildad:** La empresa valora la sencillez y apertura para aprender de cada experiencia y mejorar continuamente.

Además de sus valores, Contenido BPS ha adoptado un conjunto de principios, conocidos como las “Llaves de calidad”, que guían su manera de trabajar y relacionarse:

- **Respeto:** Considerado como un principio irrenunciable, el respeto es la base sobre la cual se construyen todas las interacciones en Contenido BPS.
- **Empatía:** La organización promueve la comprensión profunda de las necesidades de sus clientes y colaboradores, generando una conexión genuina con ellos.



- **Solución:** Contenido BPS se compromete a ser proactivo y efectivo en la resolución de problemas, buscando siempre las mejores alternativas para sus clientes.
- **Simplicidad:** La empresa se esfuerza por facilitar los procesos, haciendo que cada interacción sea fluida y fácil para todos los involucrados.
- **Agilidad:** En un entorno dinámico, Contenido BPS se destaca por su capacidad de respuesta rápida y eficiente, adaptándose a los cambios y necesidades del mercado.

Estos valores y principios reflejan el compromiso de Contenido BPS con la construcción de una cultura organizacional sólida y orientada a la felicidad y bienestar de su equipo, lo cual fortalece su identidad y le permite ofrecer una experiencia de calidad a sus clientes.

### **5.2.5. POLÍTICAS**

#### **1. Política de Seguridad y Salud en el Trabajo**

Esta política está enfocada en proteger la integridad física y el bienestar de los colaboradores de Contenido BPS, estableciendo normas y medidas preventivas para evitar accidentes y enfermedades laborales. La empresa se compromete a promover un ambiente de trabajo seguro y saludable, cumpliendo con los estándares legales y best practices en seguridad ocupacional.

#### **2. Política de Tratamiento de Datos Personales**

Contenido BPS establece directrices para la recolección, uso y protección de los datos personales de sus clientes, empleados y proveedores. La empresa garantiza el manejo responsable de la información personal y asegura que esta sea utilizada únicamente



para fines específicos y legítimos, cumpliendo con la normativa de privacidad y protección de datos.

3. Política Corporativa de Seguridad en la Información esta política está dirigida a proteger la información crítica de la empresa y de sus clientes contra accesos no autorizados, alteraciones, pérdidas y divulgaciones indebidas. Contenido BPS implementa medidas de seguridad para preservar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, apoyando la continuidad y fiabilidad de sus servicios.

#### 4. Política de Calidad

La política de calidad de Contenido BPS se enfoca en ofrecer servicios que cumplan con los más altos estándares de satisfacción y eficiencia. La empresa busca mejorar continuamente sus procesos y servicios, garantizando la excelencia en cada interacción con clientes y usuarios.

#### 5. Política de Protección de los Recursos de Fauna, Flora y Aire

Contenido BPS está comprometida con la conservación del medio ambiente, promoviendo prácticas que minimicen el impacto ambiental de sus operaciones. Esta política aboga por el uso responsable de los recursos naturales, y la empresa implementa acciones para preservar la biodiversidad y reducir su huella ecológica.

#### 6. Política de Relación con Proveedores

Esta política establece los criterios y lineamientos para gestionar las relaciones con proveedores de manera ética, transparente y equitativa. Contenido BPS promueve prácticas de colaboración que fortalecen la cadena de valor, fomentando la confianza y el cumplimiento de estándares de calidad y responsabilidad social en sus proveedores.



## 7. Política Ambiental

La política ambiental de Contenido BPS refuerza su compromiso con la sostenibilidad y la protección del entorno natural. La empresa adopta prácticas responsables para reducir el consumo de recursos, gestionar adecuadamente los residuos y promover la eficiencia energética en sus operaciones diarias.

## 8. Política de Cero Tolerancia al Fraude

Contenido BPS adopta una postura estricta contra el fraude en todas sus formas, implementando controles y procedimientos para detectar y prevenir actividades fraudulentas dentro de la organización. La política también fomenta la denuncia de irregularidades y asegura la confidencialidad de quienes reporten comportamientos inadecuados.

## 9. Manual de Contratistas Contenido

Este manual contiene las normativas y requisitos que deben cumplir los contratistas que trabajan con Contenido BPS. Se especifican los estándares de seguridad, calidad y responsabilidad social que deben respetarse, buscando alinear el trabajo de los contratistas con los valores y objetivos de la empresa.

## 10. Código de Ética y Buen Gobierno Empresarial

El código de ética de Contenido BPS establece los principios de conducta ética y las normas de integridad que guían el comportamiento de sus empleados y directivos. Esta política busca fortalecer la transparencia y confianza en las relaciones internas y externas, garantizando que la empresa actúe con responsabilidad y compromiso social.



## 11. Manual SAGRILAF

El manual del Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SAGRILAF) establece las medidas de control para mitigar el riesgo de que la empresa sea utilizada para actividades ilícitas. Contento BPS adopta procedimientos de identificación, control y reporte de riesgos para cumplir con la normativa legal y proteger la integridad de sus operaciones.

## 12. Reglamento Interno de Trabajo

Este reglamento contiene los derechos, deberes y normas de conducta que deben cumplir los empleados de Contento BPS. Además, establece las sanciones por incumplimientos y asegura un ambiente laboral justo, estableciendo lineamientos claros para la convivencia y el cumplimiento de las responsabilidades laborales.

## 13. Manual de Cumplimiento del Programa de Transparencia y Ética Empresarial (PTEE)

El manual PTEE de Contento BPS refuerza el compromiso de la empresa con prácticas éticas y transparentes. Este documento guía a los empleados en la identificación y prevención de riesgos de corrupción y malas prácticas, promoviendo una cultura de integridad y cumplimiento normativo.

## 14. SAGRILAF y Programa de Transparencia y Ética Empresarial

Este programa combina la gestión de riesgos de lavado de activos y financiación del terrorismo (SAGRILAF) con políticas de ética y transparencia, asegurando que todas las actividades de Contento





BPS se desarrollen bajo altos estándares de responsabilidad y ética empresarial.

### **5.2.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA**

El propósito de Contenido BPS, establecido en 2015, es “Gestionar sueños”. Esta misión surge del reconocimiento de que muchas personas enfrentan el reto de cubrir sus deudas y alcanzar estabilidad financiera. Contenido BPS, como empresa de BPO (Business Process Outsourcing), busca apoyar a quienes se encuentran en dificultades económicas, facilitándoles el cumplimiento de sus obligaciones financieras.

La empresa promueve un enfoque integral en el que colaboradores felices, motivados y comprometidos son el pilar para ofrecer un servicio de calidad. Este compromiso con el bienestar de su equipo de trabajo tiene como objetivo crear un círculo virtuoso, donde un ambiente positivo entre los colaboradores se traduzca en una mejor atención al usuario final, promoviendo una relación de lealtad con sus clientes.

Para fortalecer este propósito, Contenido BPS implementa diversas estrategias orientadas a mejorar la calidad de vida de sus colaboradores y sus familias. Entre estas estrategias destacan el “Día de la Gratitud” y el programa de desarrollo personal “Certificado Contenido”, que incluye módulos para la autoevaluación y el crecimiento individual. La empresa busca así no solo contribuir al bienestar económico de sus clientes, sino también al desarrollo humano de su equipo.



### 5.2.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de Contenido BPS refleja un modelo de liderazgo enfocado en la eficiencia, la innovación y el bienestar de sus colaboradores. Liderada por Anggy Corchuelo, presidente ejecutiva y experta en felicidad organizacional, la empresa mantiene una visión centrada en la cultura organizacional y el desarrollo humano. Su rol como presidenta permite que este enfoque influya en cada nivel de la organización, promoviendo un entorno de trabajo positivo y orientado a la satisfacción del cliente.

En el área administrativa y financiera, David Rodríguez ocupa el puesto de vicepresidente, encargado de garantizar la estabilidad y el crecimiento financiero de la empresa, así como de supervisar la eficiencia operativa. Manuel Sánchez Corchuelo, como gerente de mercadeo, lidera las estrategias para fortalecer la imagen de Contenido BPS y expandir su presencia en el mercado, innovando en el posicionamiento de la marca.

El equipo comercial está liderado por el vicepresidente comercial Leonel Henao, quien coordina las iniciativas estratégicas para expandir la cartera de clientes. Trabaja de la mano con los gerentes comerciales Lucas Sierra y Stephanie Amorocho, quienes se encargan de gestionar relaciones con los clientes y cerrar acuerdos comerciales que aporten al crecimiento de la empresa.

Por su parte, Santiago Múnera, como director de operaciones, se encarga de supervisar el funcionamiento interno de las actividades operativas, asegurando la calidad en los servicios de Contenido BPS. Su rol es fundamental para optimizar los procesos y garantizar la satisfacción de los clientes en cada interacción.



Esta estructura organizacional permite a Contenido BPS tener un enfoque integral y colaborativo, donde cada área contribuye a los objetivos de la empresa bajo la visión de una cultura organizacional basada en la felicidad y el compromiso.

### **5.2.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA**

A nuestra llegada a Contenido BPS, ubicada en el barrio Los Naranjos de Itagüí, fuimos recibidos de manera cordial por el jefe de área, Dairon Sánchez, quien nos dio la bienvenida y nos guio en un recorrido histórico y administrativo a través de la empresa. La atmósfera de la recepción destacaba un ambiente cálido y amigable, reflejando el enfoque de la empresa en el bienestar de sus visitantes y colaboradores.

Durante el recorrido, tuvimos la oportunidad de conocer de primera mano la historia de Contenido BPS, fundada hace 58 años por Fernando Corchuelo. Inicialmente, la empresa se especializaba en cobranzas, un área en la que el fundador tenía gran habilidad. Sin embargo, tras enfrentar diversos desafíos y dificultades internas, además de la enfermedad del fundador, la empresa quedó a cargo de Angélica. Con estudios en felicidad y bienestar organizacional en Estados Unidos, Angélica implementó un enfoque renovado que transformó la cultura y el éxito de la empresa, marcando una nueva era en su gestión.

Contenido BPS se distingue por contar con instalaciones modernas y disruptivas, que rompen con el modelo de negocio tradicional de BPOs. A lo largo de la visita, exploramos diversas áreas diseñadas para fomentar la creatividad, el bienestar y la colaboración, entre las que destacan:



- **Salón Feliz:** Un espacio para el esparcimiento de los colaboradores, donde pueden relajarse y desconectarse del entorno laboral.
- **Salones de Academia:** Áreas dedicadas a la capacitación continua y el desarrollo profesional de los colaboradores.
- **Cancha Contento:** Un espacio deportivo para promover la actividad física y el trabajo en equipo.
- **Salón Cultness:** Un salón destinado a la cultura organizacional y al intercambio de ideas.
- **Salón Picnic:** Un espacio al aire libre donde los colaboradores pueden disfrutar de sus comidas en un ambiente relajado.
- **Salón Estilo Tradicional Antiguo:** Un área que rememora los orígenes de la empresa, representando un homenaje a la historia de Contento BPS.
- **Auditorio Estilo Cine:** Un auditorio que facilita presentaciones y conferencias, donde nos explicaron el proceso de evolución de Contento BPS a lo largo de los años.

En Contento BPS, cada detalle de la infraestructura está diseñado para generar una experiencia única para los colaboradores. Un aspecto curioso y poco común es la inclusión de resbaladillas como una opción de movilidad dentro de la empresa, además de las tradicionales escaleras y el ascensor. Este tipo de elementos promueve un ambiente divertido y accesible, reforzando la cultura organizacional enfocada en el bienestar.

Cada colaborador de Contento BPS cuenta con un locker personal, destinado a almacenar sus almuerzos, pertenencias y artículos personales. Este detalle muestra el enfoque de la empresa en crear un entorno donde los colaboradores se sientan cómodos y tengan un espacio seguro y propio.



A lo largo del recorrido, el equipo de Contenido BPS nos explicó la importancia que Angélica Corchuelo le da al bienestar de los colaboradores, valorando cada detalle en beneficio del equipo. Angélica, o "Anggy", como es conocida cariñosamente, ha implementado un modelo de liderazgo transformacional basado en la felicidad, promoviendo un ambiente de trabajo positivo y con propósito. Su visión ha impactado profundamente en la estructura organizacional y en la cultura de Contenido BPS, haciendo énfasis en que los colaboradores sean felices y encuentren en su trabajo una fuente de motivación.

La visita culminó con un almuerzo en la cafetería de la empresa, donde tuvimos la oportunidad de compartir con el equipo de Contenido BPS en un ambiente relajado y ameno. Justo antes del almuerzo, celebramos el cumpleaños de Angélica, quien recibió nuestra gratitud por abrirnos las puertas de la empresa y permitirnos conocer su enfoque innovador y humano. Esta experiencia final nos dejó valiosas lecciones y conocimientos que podrán aplicarse en el futuro como gerentes o emprendedores.

#### 5.2.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA



Itagüí Carrera 42 #54<sup>a</sup>-71

<https://www.contentobps.com/>



### 5.2.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA

La visita a Contenido BPS fue una experiencia verdaderamente inspiradora y llena de sorpresas. Desde el primer momento en que llegamos a sus instalaciones en el barrio Los Naranjos de Itagüí, percibimos un ambiente único, donde el bienestar y la calidez son protagonistas. Fuimos recibidos amablemente por el esposo de la gerente, la Sra. Angélica Corchuelo, quien nos dio la bienvenida y nos guió en un recorrido que nos permitió sumergirnos en la esencia de esta empresa.

Lo que más asombra de Contenido BPS es su enfoque disruptivo y totalmente innovador hacia la cultura organizacional. La empresa no solo rompe con el modelo tradicional de BPO, sino que ha diseñado un entorno pensado para fomentar la felicidad y el desarrollo de sus colaboradores. Tuvimos la oportunidad de conocer el "Salón Feliz", un espacio donde los empleados pueden relajarse y desconectarse; los "Salones de Academia", donde se impulsa la capacitación y el crecimiento continuo; y la "Cancha Contenido", un espacio para promover el deporte y el trabajo en equipo. Cada una de estas áreas refleja el compromiso de la empresa con el bienestar integral de su equipo.

Sin duda, uno de los momentos más impactantes fue descubrir el "Auditorio Estilo Cine", un espacio diseñado para inspirar y educar. Allí se nos explicó la historia de la empresa y la evolución de Contenido BPS, fundada hace 58 años por el padre de Angélica. Nos impresionó cómo Angélica, tras estudiar felicidad y bienestar organizacional en Estados Unidos, transformó radicalmente la cultura de la empresa, convirtiéndola en un modelo de gestión donde el talento humano es el centro de todo. Su enfoque de liderazgo, basado en la felicidad y el propósito, nos dejó una enseñanza profunda sobre cómo se puede alcanzar el éxito empresarial cuidando a las personas.



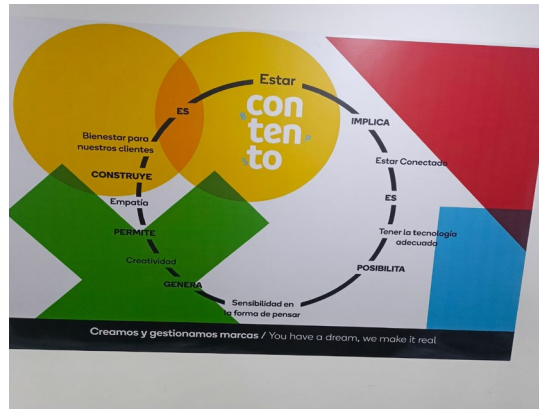
Además, Contenido BPS va más allá de lo convencional, integrando detalles sorprendentes en sus instalaciones, como resbaladillas para desplazarse entre pisos, lo cual aporta un toque de diversión y accesibilidad inusual en el entorno empresarial. También observamos que cada colaborador cuenta con un locker personal, un pequeño detalle que demuestra la preocupación de la empresa por brindar comodidad y seguridad a su equipo.

Al finalizar la visita, compartimos un almuerzo en la cafetería de la empresa, unos momentos antes, celebramos el cumpleaños de Angélica. Este gesto tan cálido nos hizo sentir como parte de esta gran familia, reafirmando el compromiso de Contenido BPS con la felicidad y la cercanía. Nos fuimos de la empresa con una invaluable lección sobre cómo el éxito se construye día a día cuando se reconoce el valor de cada persona. Contenido BPS es, sin duda, un ejemplo admirable de que la verdadera innovación está en crear espacios de trabajo donde la felicidad y el propósito se vuelven realidad. Estos son algunos reconocimientos recibidos en los últimos años.





### 5.2.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA



### 5.3. RUTA N

Ruta N es una entidad pública de la ciudad de Medellín, fundada en 2009, cuya misión es consolidar un ecosistema de Ciencia, Tecnología, Innovación y Emprendimiento (CTI+E) robusto y dinámico en la región. Desde sus inicios, Ruta N ha trabajado en sinergia con diversos sectores, incluyendo el gubernamental, el académico y el empresarial, para posicionar a Medellín como una ciudad líder en





innovación. Esta articulación de esfuerzos se ha logrado a través de la creación de infraestructuras de innovación, como parques tecnológicos y centros de investigación, así como la promoción de una cultura de emprendimiento que potencializa el desarrollo económico y social de la ciudad.

Uno de los grandes hitos alcanzados por Ruta N fue la designación de Medellín como “Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación”, un reconocimiento que impulsa la visibilidad de la ciudad a nivel mundial y fomenta su atractivo para la inversión en tecnología y emprendimiento. Este reconocimiento no solo avala los logros alcanzados hasta ahora, sino que también refuerza el compromiso de Ruta N con el desarrollo de un entorno de innovación integral. En este sentido, su iniciativa Medellín Venture Capital se convierte en una estrategia fundamental para dinamizar la economía local, al atraer capital de riesgo y facilitar el crecimiento de startups con alto potencial de impacto. Con una proyección de más de 20,000 nuevos empleos y apoyo a más de 500 emprendimientos en América Latina, Ruta N busca desarrollar un ecosistema en el cual la tecnología y el conocimiento sean ejes para solucionar grandes retos urbanos.

Gracias a estos esfuerzos, Ruta N se ha convertido en un modelo de articulación entre el sector público y privado, facilitando la colaboración en un ecosistema que prioriza el bienestar social y el crecimiento económico. Su enfoque hacia la Cuarta Revolución Industrial y la tecnología de vanguardia ha llevado a Medellín a ser reconocida como un centro de innovación global, destacando la importancia de su trabajo en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes y en el fortalecimiento de la competitividad de la ciudad.



### 5.3.1. HISTORIA

El 13 de noviembre de 2009 se firma su acta de constitución por las entidades que representaban el desarrollo de la ciudad: la alcaldía, EPM, UNE hoy (Tigo).

Ruta N comenzó en 2013 con un laboratorio social y ha ido creciendo, lo que les ha permitido crear un ecosistema con empresas sólidas que apoyen el impacto permitiendo una evolución en la inversión.

Son el centro de innovación y negocios de Medellín; su propósito es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la ciudad a través de la Ciencia, la Tecnología y la innovación.

Su misión es articular el ecosistema CTi para transformar a Medellín en una economía del conocimiento, en la que, a 2021, la innovación sea su principal dinamizador. Para lograrlo se han trazado tres prioridades estratégicas: atraer talento, capital y empresas globales a la ciudad; desarrollar y fortalecer el tejido empresarial innovador y emprendedor; y generar soluciones CTi para los retos de ciudad.

Su oferta programática se construye a partir de estas prioridades y está en constante desarrollo para responder a las necesidades cambiantes del ecosistema, teniendo siempre en cuenta que nuestro mayor indicador es, finalmente, el poder de la innovación para transformar, de manera positiva, la calidad de vida de quienes habitan Medellín.



### 5.3.2. MISIÓN

La misión de Ruta N es articular el ecosistema de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTi) para transformar a Medellín en una economía del conocimiento. Para lograrlo, la entidad se ha establecido tres prioridades estratégicas:

1. Atraer talento, capital y empresas globales a la ciudad.
2. Desarrollar y fortalecer el tejido empresarial innovador y emprendedor.
3. Generar soluciones CTi para los retos que enfrenta la ciudad.

### 5.3.3. VISIÓN

“Ser líderes en la generación de soluciones innovadoras que impactan positivamente a la ciudad, facilitando conexiones globales para la Ciencia, la Tecnología, la Innovación y el Emprendimiento (CTI+e), y promoviendo el crecimiento de negocios de alto impacto. Aspiramos a dinamizar la transformación urbana a través de un ecosistema colaborativo que acelera el desarrollo de soluciones efectivas a los grandes desafíos locales, impulsando un modelo de innovación abierto y conectado al mundo, que permite mejorar la calidad de vida de nuestros ciudadanos y proyectar nuestra ciudad como un referente internacional en desarrollo sostenible”

### LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS 2024-2028

1. Dinamizar soluciones a grandes desafíos de ciudad.
2. Habilitar la conexión con el mundo para la CTI+e.
3. Acelerar el desarrollo de negocios de alto impacto.



#### 5.3.4. VALORES

Ruta N enfatiza valores clave, tales como:

- Innovación: Generar soluciones innovadoras y sostenibles.
- Colaboración: Fortalecer alianzas entre academia, gobierno, empresas y sociedad.
- Conexión Global: Posicionar a Medellín en el ámbito internacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Compromiso con la Ciudadanía: Enfocarse en mejorar la calidad de vida a través de iniciativas de alto impacto.

#### 5.3.5. POLÍTICAS

Las políticas de trabajo de Ruta N, se centran en:

**Dinamizar Soluciones a Grandes Desafíos de Ciudad:** Promueve iniciativas que afronten los principales retos urbanos a través de la ciencia, tecnología e innovación (CTI).

**Habilitar la Conexión Global:** Facilita conexiones internacionales para fortalecer el ecosistema de CTI, atrayendo conocimientos y tecnologías de vanguardia.

**Acelerar el Desarrollo de Negocios de Alto Impacto:** Fomenta el crecimiento de startups y proyectos empresariales innovadores con el potencial de generar un alto impacto económico y social en Medellín.

#### 5.3.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA

El objetivo de Ruta N es consolidar a Medellín como un epicentro global de ciencia, tecnología, innovación y emprendimiento (CTI+E), impulsando el desarrollo económico y social de la ciudad. Busca mejorar la calidad de vida de los ciudadanos mediante la coordinación de esfuerzos entre diversos actores del ecosistema

(Estado, academia, sociedad civil y empresas), promoviendo una economía del conocimiento y fomentando una cultura de innovación y emprendimiento.

### 5.3.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

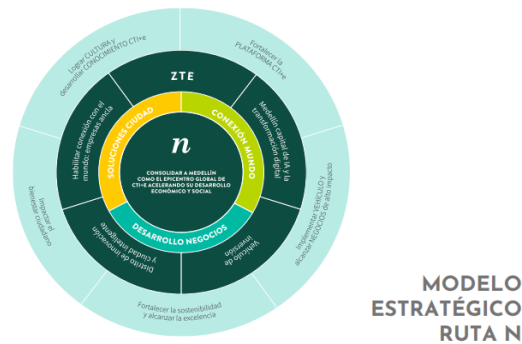


### 5.3.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA

La directora de Estrategia de Ruta N, nos atendió en la sala de reuniones, del este gran complejo de innovación y desarrollo tecnológico más organizado de Latinoamérica. En esta charla nos explicó la trascendencia e importancia de la creación de esta entidad para Consolidar a Medellín como el epicentro global de CTI+E acelerando su desarrollo económico y social.

Inició su disertación con los hitos que se han cumplido por parte de Ruta N, estableciendo una línea de tiempos acordes a cada logro obtenido. Incentivó a los estudiantes a Emprender, identificando oportunidades valiosas en los diferentes sectores de la economía colombiana, en especial las TIC's, el uso de la IA, Big data, para acelerar el crecimiento de empresas más innovadoras.

Explicó el modelo estratégico de Ruta N, donde se gestiona la inversión extranjera para modelos de negocio de base tecnológica



Así mismo, se refirió al trámite que se está gestionando para que Medellín sea un Distrito de innovación y ciudad inteligente, reflejándolo en estrategias de medio ambiente, salud, inclusión social, aprovechamiento de datos, asistencia virtual con todo el ecosistema de desarrollo y crecimiento.



Esta visita nos proporcionó un material relevante sobre las diferentes iniciativas que se presentan para incentivar el ecosistema de investigación y desarrollo hacia oportunidades de ciencia, tecnología e investigación, así como la importancia de coordinar las acciones del ecosistema y trabajar todos hacia un mismo objetivo común para el bien de la sociedad.



### 5.3.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA



Ubicación: Complejo Ruta N Calle 67 N° 52-20 Piso 2 Torre A. Medellín –

<https://rutanmedellin.org/>

### 5.3.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA

En mi visita a las instalaciones de Ruta N en el norte de Medellín, comprendí mejor el rol de esta organización pública de derecho privado, fundada el 13 de noviembre de 2009 por iniciativa del alcalde de Medellín, EPM y UNE (actualmente Tigo). Su misión es Articular, Conectar, Inspirar y Catalizar el ecosistema de Innovación para convertir a Medellín en un epicentro global de innovación a través del fortalecimiento de emprendimientos disruptivos enfocados en la tecnología (startups). Desde su modelo basado en ciencia, tecnología e innovación, Ruta N respalda a estos emprendimientos, proporcionando una plataforma para el desarrollo de ideas y soluciones que contribuyen al avance de las regiones.

Es de suma importancia identificar el ecosistema para enrutar nuestras acciones emprendedoras, al impulsar la innovación como un proceso transversal de la sociedad que le permita solucionar, desde la aplicación correcta de la CT+i4, sus desafíos más apremiantes. Estas misiones son alineadas con los ODS priorizados de Ciencia, Tecnología e Innovación.



### 5.3.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA



## 5.4. PRODUCTO TURÍSTICO DE TRANSFORMACION SOCIAL: COMUNA 13

La Comuna 13 de Medellín, situada al occidente de la ciudad, es reconocida tanto por su historia de desafíos como por su transformación social y cultural. Durante años, esta zona enfrentó altos niveles de violencia y dificultades socioeconómicas, convirtiéndose en un símbolo de los retos urbanos en Colombia. Sin embargo, en las últimas décadas, la comuna ha experimentado un cambio radical impulsado por la resistencia y la participación de su comunidad, apoyada por intervenciones





gubernamentales y programas inclusivos. Hoy, la Comuna 13 es un referente de innovación social y un atractivo turístico en Medellín, conocido por sus murales, arte urbano, y su vibrante ambiente cultural.

La evolución de la Comuna 13 es un testimonio de la capacidad de la comunidad para resistir y adaptarse a las adversidades. Hoy, la comuna no solo enfrenta sus desafíos, sino que también celebra su cultura, con una mezcla de arte, música y actividades comunitarias que continúan inspirando tanto a sus habitantes como a los visitantes. La historia de la Comuna 13 es un ejemplo de cómo la transformación social puede ser posible a través de la participación de la comunidad y la implementación de políticas inclusivas.

Hoy en día, la economía de la Comuna 13 se enfoca principalmente en el turismo y el emprendimiento local. Los habitantes han capitalizado la historia del barrio y la cultura emergente, ofreciendo recorridos turísticos, ventas de productos artesanales y organización de eventos artísticos y culturales. El sector informal también es relevante, con pequeños negocios locales como tiendas, mercados y servicios de transporte.

El modelo de negocio de la Comuna 13 de Medellín se centra en el turismo cultural, ofreciendo experiencias únicas a visitantes a través de recorridos por sus famosos murales y la historia local. Se basa en una economía colaborativa, donde muchos residentes participan en proyectos turísticos, como guías, vendedores o artistas. También se apoyan cooperativas y proyectos comunitarios que benefician a los residentes, junto con programas de educación y capacitación para mejorar sus habilidades. Además, las inversiones en infraestructura han mejorado la movilidad y el acceso, fortaleciendo así la economía y la calidad de vida en la comuna.



La Comuna 13 de Medellín ha experimentado una transformación notable en las últimas décadas, pasando de ser un símbolo de conflicto a convertirse en un referente de resiliencia y desarrollo comunitario. Este cambio ha sido impulsado en gran medida por la creatividad y el emprendimiento de sus habitantes, quienes han desarrollado una amplia gama de procesos productivos.

### **Industrias Creativas y Culturales**

- **Arte urbano y grafiti:** La Comuna 13 es reconocida mundialmente por sus murales y expresiones artísticas que adornan sus calles y edificios. Estos murales no solo embellecen la comunidad, sino que también cuentan historias y transmiten mensajes de esperanza y transformación.
- **Música:** La música, especialmente el hip hop, ha sido un pilar fundamental en la construcción de identidad y la expresión de las vivencias de los habitantes de la Comuna. Numerosos artistas y colectivos musicales han surgido de esta comunidad.
- **Artesanía y diseño:** La fabricación de artesanías y productos de diseño, como bolsos, camisetas y objetos decorativos, ha generado oportunidades de empleo y ha fortalecido la economía local.

### **Turismo**

- **Tours guiados:** La Comuna 13 se ha convertido en un destino turístico, ofreciendo recorridos guiados por sus calles, en los que los visitantes pueden conocer su historia, cultura y proyectos sociales.



## Servicios

- Restaurantes y cafeterías: La oferta gastronómica de la Comuna 13 se ha diversificado, con la apertura de restaurantes y cafeterías que ofrecen comida tradicional y fusiones culinarias.
- Servicios de reparación y mantenimiento: Talleres de mecánica, electricidad y otros servicios técnicos han surgido para atender las necesidades de la comunidad.

### 5.4.1. HISTORIA

La Comuna 13, originalmente conocida como el barrio San Javier, se empezó a poblar en los años 50 y 60, fue habitada al principio por campesinos desplazados por la guerra que había en las zonas rurales de Colombia. Ubicada en las colinas al occidente de Medellín.

Esa zona se volvió el lugar perfecto para el tráfico de drogas durante los años 70 y 80 por su difícil acceso y sus múltiples callejones. De esa comuna narcos como Pablo Escobar reclutaban sus sicarios para quienes la carrera criminal era la única forma de poder subir el escalón social. 'La cuna de Pablo Escobar' quien había declarado la guerra al estado se volvió el epicentro de una guerra entre paramilitares, ejército y Pablo Escobar. Un clima de violencia en medio de la pobreza reinaba en ese entonces hasta la muerte de Pablo Escobar en 1993.

Después, toda la estructura de Escobar quedó huérfana y la comuna 13 queda a manos de paramilitares como las FARC que sembraban el terror con varios atentados. Otras bandas seguían combatiendo contra las FARC para el control de la zona.



En 2002, el estado colombiano decide retomar el control sobre la comuna 13. Se llevaron a cabo proyectos de infraestructura, educación y cultura, y se establecieron programas de inclusión social. Estos esfuerzos comenzaron a transformar la imagen de la comuna y a disminuir la violencia.

En la actualidad, la comuna 13 es mucho más tranquila gracias al apoyo del estado y sobre todo gracias al esfuerzo de la comunidad. Hoy en día, es conocida por su vibrante escena cultural, con murales y grafitis que narran la historia y luchas de la comunidad. El turismo ha aumentado, atrayendo visitantes interesados en conocer la historia de resiliencia y transformación de la zona.

#### **5.4.2. MISIÓN**

Articular esfuerzos entre los actores de la Comuna 13, San Javier, para promover la apropiación de la planeación local como instrumento dinámico que impulse la gestión efectiva del desarrollo local. A través de procesos participativos y colaborativos, se fortalecerán las capacidades de la comunidad y las organizaciones locales, fomentando el bienestar y el empoderamiento bajo la consigna de "sembrando para el futuro y el desarrollo integra

#### **5.4.3. VISIÓN**

En el año 2027, la Comuna 13, San Javier, será un territorio de paz incluyente y equitativo, donde la participación sistemática en procesos de desarrollo incida positivamente en los ámbitos local, nacional e internacional. Se buscará mejorar la calidad de vida mediante oportunidades para toda la población y la educación integral como eje transformador que garantice el acceso a los derechos humanos



#### 5.4.4. VALORES

La Comuna 13, en su Plan de Desarrollo Local, fundamenta su estructura en una serie de valores y principios orientados a fortalecer el tejido social, mejorar la calidad de vida de sus habitantes y promover el desarrollo humano integral. Estos valores y principios destacan la importancia de la solidaridad, el compromiso con la equidad y el respeto mutuo, impulsando a los residentes a construir una comunidad más cohesionada y resiliente.

- **Compromiso:** Representa la dedicación colectiva para abordar y solucionar las necesidades de la comunidad a través del consenso y la cooperación, fortaleciendo la capacidad de respuesta ante los desafíos sociales y económicos.
- **Equidad:** La comuna promueve el acceso equilibrado a los recursos y oportunidades, buscando reducir la desigualdad y mejorar las condiciones de vida de todos los sectores sociales. Esto es fundamental para superar la pobreza y la exclusión social.
- **Integralidad:** Los proyectos y programas se implementan de forma coherente y alineada con los objetivos comunitarios, permitiendo una respuesta más efectiva a las problemáticas locales.
- **Respeto:** Este principio reconoce a cada individuo como único, con derecho a sus propias creencias y opiniones, fomentando un entorno inclusivo y participativo que respeta la diversidad cultural y social de la comuna.
- **Solidaridad:** Se promueve un sentido de comunidad compartida, donde los residentes colaboran para mejorar las condiciones de vida de todos, construyendo relaciones basadas en la ayuda mutua y el apoyo comunitario.
- **Desarrollo Humano Integral:** Este enfoque considera el bienestar de los habitantes más allá del crecimiento económico, promoviendo condiciones



que permitan el desarrollo del potencial de cada persona en aspectos educativos, sociales, y de salud.

Estos valores reflejan el compromiso de la Comuna 13 en avanzar hacia un entorno más justo equilibrado, donde los derechos y el bienestar de todos sus habitantes sean respetados y protegidos.

#### 5.4.5. POLÍTICAS

La Comuna 13 de Medellín ha implementado políticas estratégicas en diversos ámbitos para promover el desarrollo social, económico y cultural de sus habitantes. Estas políticas están orientadas a superar desafíos históricos relacionados con la violencia y la marginalización, impulsando la inclusión, el empoderamiento ciudadano y la construcción de una comunidad más segura y próspera. A continuación, se destacan algunas de las principales políticas de la Comuna 13:

1. Seguridad y Convivencia: La seguridad ha sido una prioridad en la Comuna 13, dada su historia de violencia. En colaboración con las fuerzas de seguridad, se han implementado programas que buscan disminuir la criminalidad a través de la presencia policial y la articulación con líderes comunitarios. A su vez, se desarrollan estrategias de convivencia ciudadana, incluyendo programas de mediación de conflictos y actividades que promueven el respeto y la cohesión social.
2. Desarrollo Social y Cultural: En un esfuerzo por reconstruir el tejido social, se han promovido iniciativas culturales que fomentan la identidad y el sentido de pertenencia. La comuna es reconocida por sus expresiones artísticas urbanas, como el grafiti, la música y el hip hop, que no solo son formas de expresión, sino también herramientas de transformación social. Programas como "Graffitour" han posicionado a la Comuna 13 como un símbolo de resiliencia, atrayendo tanto a locales como a turistas.



3. Infraestructura y Movilidad: Con el fin de mejorar la calidad de vida y la accesibilidad, se han realizado importantes inversiones en infraestructura. Las escaleras eléctricas y el sistema de transporte público integrado (Metrocable) han facilitado la movilidad de los habitantes, permitiéndoles una conexión más rápida y económica con el resto de la ciudad. Estos proyectos no solo mejoran la accesibilidad, sino que también generan un impacto positivo en la economía local.

4. Empoderamiento y Participación Ciudadana: La participación ciudadana es una pieza clave en la gestión de políticas públicas en la Comuna 13. Los residentes tienen acceso a espacios de diálogo y concertación en los que pueden expresar sus necesidades y contribuir al desarrollo de su entorno. A través de programas de capacitación y empoderamiento, se fomenta el liderazgo comunitario, lo cual ha sido fundamental en la transformación de la comuna.

5. Desarrollo Económico Local: La economía de la Comuna 13 se fortalece con el impulso a microempresas y emprendimientos locales, promoviendo el autoempleo y el comercio de productos y servicios propios de la comunidad. Se desarrollan programas de formación y apoyo financiero para que los habitantes puedan emprender y gestionar negocios sostenibles, contribuyendo al crecimiento económico de la región.

6. Educación y Juventud: Con un enfoque en las nuevas generaciones, se han implementado políticas educativas y de inclusión social que buscan alejar a los jóvenes de actividades delictivas. Las instituciones educativas y los centros culturales ofrecen programas de formación y esparcimiento que les permiten desarrollar sus habilidades y aspiraciones, creando así una generación comprometida con la paz y el progreso de la comunidad.

Estas políticas reflejan un compromiso integral por mejorar la calidad de vida en la Comuna 13, destacando a esta zona como un ejemplo de transformación y



resiliencia en Colombia. A través de estrategias que abordan tanto las necesidades básicas como el desarrollo cultural y económico, se busca construir una comuna inclusiva, segura y próspera.

#### 5.4.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA

Posicionar la Comuna 13 como un destino de turismo cultural, inclusión social y económico promoviendo emprendimientos locales y facilitando la integración de la comunidad en la economía del conocimiento y la creatividad para así fortalecer la identidad comunitaria a través de un turismo sostenible.

#### 5.4.7 PERSONAS CLAVE EN EL DESARROLLO DE LA COMUNA 13

**Líderes comunitarios como Juan David González** han sido fundamentales en este proceso, ayudando a consolidar a la comuna como un punto turístico y un símbolo de cambio positivo. En 2021, el gobierno de Antioquia premió a varios líderes y lideresas comunales destacados por su labor comunitaria, en un evento que resaltó su papel en el desarrollo social de sus regiones. Este tipo de reconocimientos, como el otorgado a los líderes de la comuna 13, resaltan su trabajo en la promoción de los derechos humanos y la mejora de la calidad de vida de sus comunidades. Estos ejemplos muestran cómo la comuna 13 se ha convertido en un referente tanto por su transformación social como por los líderes que han impulsado su desarrollo. La Alcaldía de Medellín juega un papel clave en el desarrollo y transformación de la comuna 13, impulsando proyectos sociales, urbanos y culturales para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. La Alcaldía ha impulsado proyectos como la construcción de las escaleras eléctricas en el barrio Las Independencias, que facilitaron la movilidad de los residentes de las zonas más altas y mejoraron el acceso a servicios básicos. Este proyecto no solo mejoró la conectividad dentro de la comuna, sino que también impulsó el turismo y se convirtió en un símbolo de la renovación urbana.





La Alcaldía ha trabajado en proyectos para mejorar la seguridad, incluyendo programas de seguridad comunitaria y pacificación en áreas que fueron históricamente afectadas por la violencia. Estos esfuerzos se enfocan en la prevención del delito mediante la creación de espacios seguros y el fortalecimiento de la policía comunitaria, lo que ha ayudado a reducir los índices de criminalidad en la comuna 13.

La comuna 13 se ha convertido en un referente cultural gracias al apoyo de la Alcaldía a iniciativas como el Graffitour y la Casa Kolacho, donde el arte, la música y el muralismo son utilizados como herramientas de transformación social. Estos proyectos han tenido un fuerte respaldo de la Alcaldía, que ha brindado recursos y espacios para que los jóvenes puedan expresarse y encontrar alternativas al conflicto.

La Alcaldía también ha desarrollado diversos programas de inclusión social, educación y capacitación para los habitantes de la comuna 13. Estos programas incluyen la formación en emprendimiento, apoyo a pequeñas y medianas empresas, y proyectos de vivienda social, con el fin de mejorar las oportunidades económicas de los residentes.

### **Jóvenes líderes del movimiento Graffitour**

- **Importancia:** El Graffitour, creado por jóvenes líderes, ha transformado la comuna 13 en un destino turístico de importancia internacional. A través del arte y el muralismo, estos jóvenes han contado la historia de la transformación de su comunidad, llevando a los turistas por un recorrido cultural lleno de expresiones artísticas que reflejan la historia de lucha y resistencia.



- Impacto: El Graffitour ha ayudado a cambiar la imagen de la comuna y ha generado una fuente de ingresos para los residentes, fomentando la economía local a través del turismo responsable.

Estos líderes han sido esenciales en la transformación de la comuna 13, utilizando el arte, el emprendimiento y la defensa de los derechos humanos para cambiar la narrativa de violencia que históricamente caracterizó a la zona

### **Chota 13 (Wilmar Andrés Benítez)**

- Importancia: Otro líder del movimiento hip hop en la comuna, Chota 13 ha trabajado incansablemente para promover la cultura urbana como un medio para la reconciliación y la inclusión social. Como mentor y activista, ha ayudado a transformar la comuna en un epicentro cultural de Medellín.
- Impacto: Su trabajo ha permitido a los jóvenes expresar sus vivencias a través de la música, el baile y el graffiti, brindando alternativas al conflicto armado que marcó la comuna durante décadas.

### **5.4.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA**

La intención principal fue analizar la Comuna 13 como producto turístico de transformación social y entender cómo el arte urbano, los emprendimientos culturales y las experiencias comunitarias aportan al desarrollo económico y social del barrio.

Durante la visita, se destaca la transformación histórica del barrio a través de su evolución desde un espacio marcado por la violencia hacia un referente cultural y turístico. Se recorrieron lugares emblemáticos, incluidos murales y escaleras eléctricas que no solo mejoran la movilidad, sino que también se han convertido en

un atractivo turístico reconocido, que ilustran su historia de transformación social y resiliencia en esta comunidad.

#### 5.4.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA



<https://www.ngenespanol.com/el-mundo/arte-y-turismo-el-renacimiento-de-la-comuna-13-de-uno-de-los-lugares-mas-famosos-de-medellin/>

#### 5.4.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA

La visita de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, a la Comuna 13 de Medellín fue una experiencia orientada en comprender el modelo de turismo de transformación social comunitaria y cultural desarrollado en esta zona. Los estudiantes realizaron la visita como parte de un proyecto académico, buscando identificar las dinámicas de desarrollo local y emprendimiento, así como analizar cómo el arte y el turismo pueden convertirse en herramientas económicas sostenibles.

Durante el recorrido, los estudiantes pudieron observar del movimiento de hip hop en la comuna, los guías, y muchos de ellos habitantes del barrio, compartieron sus historias personales y explicaron cómo el turismo ha generado empleos y ha fortalecido la identidad local. También se destacó la oferta de productos que

complementan el turismo, como la venta de artesanías, ropa con diseños locales y la oferta gastronómica en cafeterías y restaurantes típicos.

La visita no solo permitió a los estudiantes vivir una experiencia enriquecedora desde el punto de vista cultural y social, sino también entender las dinámicas de transformación social y económica con un enfoque de turismo comunitario, que genera en territorios vulnerables como la Comuna 13 otras alternativas y oportunidades de vida.

#### 5.4.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA







## 5.5. POLITÉCNICO JAIME IZASA

El Politécnico Jaime Isaza Cadavid es una institución educativa de carácter público, reconocida por su enfoque en la formación técnica, tecnológica y profesional, y por su fuerte vinculación con sectores estratégicos como la industria, la agricultura, y las tecnologías de la información. Fundado en 1963 en la ciudad de Medellín, el Politécnico ha evolucionado a lo largo de los años para adaptarse a las demandas del mercado laboral y contribuir al desarrollo económico y social de la región de Antioquia y del país.

Con un modelo educativo centrado en la innovación, la investigación aplicada y la extensión universitaria, la institución se destaca por su capacidad para formar profesionales altamente calificados, preparados para enfrentar los retos de sectores productivos diversos. Además, el Politécnico ha consolidado un compromiso firme con el impacto social y la sostenibilidad ambiental, participando activamente en proyectos que buscan mejorar las condiciones de vida de las comunidades locales y promover el uso responsable de los recursos naturales.

### 5.5.1. HISTORIA

El Politécnico Jaime Isaza Cadavid fue fundado el 10 de septiembre de 1963, en Medellín, como una institución de educación superior enfocada en la formación técnica y tecnológica. Su nombre rinde homenaje a Jaime Isaza Cadavid, un destacado líder en el desarrollo del sector agrícola en Colombia. A lo largo de los años, la institución ha evolucionado ampliando su oferta académica, consolidando programas profesionales, técnicos y tecnológicos, y fortaleciendo su impacto en sectores industriales y agrícolas, especialmente en Antioquia. Con el paso de los años, amplió su oferta académica, incorporando programas de pregrado y posgrado en diversas áreas del conocimiento. En memoria del diputado, muerto ese año, la



Asamblea de Antioquia aprobó, en noviembre de 1965 una Ordenanza por la cual se modificaba el nombre oficial de la entidad, para llamarse Instituto Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Entre 1973 y 1980 se acentuó el proceso de descentralización, se abrieron los centros regionales de Oriente en el municipio de Rionegro y Suroeste en Jericó y las Granjas Experimentales en el municipio de Marinilla y San Jerónimo. Gracias a su compromiso con la calidad, la investigación y la proyección social, ha obtenido reconocimientos nacionales e internacionales, consolidándose como una institución de referencia en educación superior en Colombia. Actualmente, el Politécnico continúa evolucionando, adaptándose a las demandas del siglo XXI y fortaleciendo su rol como motor de desarrollo regional. La Acreditación Institucional en Alta Calidad, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional –MEN- mediante la Resolución 015158 de agosto 02 de 2022, un hito en la historia de nuestra Entidad, determinando el camino contundente hacia el mejoramiento continuo, siendo este el mayor valor de tal reconocimiento.

### **5.5.2. MISIÓN**

Somos una Institución de educación superior estatal de vocación tecnológica, que con su talento humano ofrece una formación integral con programas de calidad en pregrado y posgrado, apoyados en la gestión del conocimiento de base científica; promovemos acciones innovadoras desde la investigación y la proyección social, para contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de Antioquia y Colombia.

### **5.5.3. VISIÓN**

El Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, siempre será reconocido como una institución de alta calidad académica con énfasis en la formación y gestión tecnológica, la investigación aplicada y la proyección social, en beneficio del desarrollo económico, social y ambiental, con presencia en las regiones de Antioquia y el País; articulado a las dinámicas del sector productivo, a la política pública y al crecimiento de la cobertura en educación.



#### 5.5.4. VALORES

Los valores son formas deseables de ser y actuar de las personas, que posibilitan la construcción de la convivencia para el logro de los retos de la Institución. Nuestras actuaciones se enmarcan dentro de los valores de Compromiso, Servicio, Colaboración, Imparcialidad, Responsabilidad, Bien Común, Respeto y Liderazgo.

- **Compromiso:** Encarar las actuaciones institucionales con el propósito de generar siempre los mejores resultados. En el mismo orden, promover el sentido de pertenencia sobre los bienes de la Institución y las actividades académicas, culturales, pedagógicas, sociales y deportivas que se realicen dentro de ella.
- **Servicio:** Atender el conjunto de actividades que buscan responder a necesidades formuladas por nuestros clientes. En este sentido, cumplir a cabalidad con los deberes encomendados para la prestación de los servicios y evitar cualquier acto que pretenda la suspensión de la prestación de los mismos de una manera injustificada.
- **Colaboración:** Apoyar el trabajo de todos los compañeros de la institución, en términos de cooperación y coordinación, con el fin de contribuir con el crecimiento de la comunidad politécnica para resaltar la Institución como centro de formación integral.
- **Imparcialidad:** Actuar siempre en forma equitativa, sin conceder preferencias o privilegios indebidos a persona alguna.
- **Responsabilidad:** Cumplir con las normas y deberes de la Institución, asumiendo con entereza y reflexión sus posibles consecuencias.
- **Bien Común:** En las actuaciones se debe respetar el patrimonio de la Institución, primando en bien general por encima de los intereses particulares.



- **Respeto:** Reconocer las virtudes, derechos y libertades que son inherentes a toda persona, con trato amable y tolerante para toda la comunidad politécnica.
- **Liderazgo:** Impulsar y apoyar las labores que logren beneficiar y fortalecer el nombre de la Institución.

### 5.5.5. POLÍTICAS

El Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid en cumplimiento de sus objetivos adopta como principios los contenidos en la Ley 30 de 1992 y en aquellas que la adicionen, modifiquen o sustituyan. Coherente con la filosofía y en desarrollo de su autonomía, basa su gestión en los siguientes principios:

- **Responsabilidad social.** Instituye la responsabilidad social para el cumplimiento de su Misión y Visión, teniendo en cuenta que responde ante la sociedad mediante sus órganos de gobierno.
- **Excelencia académica.** Encamina su labor hacia la consecución de niveles de excelencia, para lo cual no escatimará esfuerzos que lo conduzcan a obtener logros cada vez mayores en los procesos académicos.
- **Innovación.** Dada su vocación técnica y tecnológica, la Institución apoya y fomenta actividades conducentes a la innovación, en los campos que tengan que ver con el ejercicio de la docencia, la investigación y la extensión, con el fin de contribuir de manera eficiente y constante al desarrollo local, regional y del país.
- **Equidad.** Se compromete a llevar a cabo sus actuaciones con justicia, buscando el beneficio educativo de todos.
- **Universalidad.** Orienta sus procesos de docencia, extensión, proyección social e investigación, hacia la búsqueda de diversidad de





- campos del conocimiento y hacia el impulso del saber, mediante las relaciones entre campos especializados de la ciencia y la tecnología.
- **Solidaridad.** Impulsa las relaciones interpersonales basadas en la dignidad humana, estrategias de crecimiento y de sensibilidad social, para el beneficio común.
- **Sentido de ciudadanía.** Expresado mediante la creación de espacios de convivencia que faciliten la colaboración y el apoyo, mediante la consolidación en un ambiente de respeto y apertura en las relaciones interpersonales, que aporten al desarrollo de la ética y al compromiso ciudadano.
- **Convivencia.** Al acoger la condición social del Hombre, la Institución establece como uno de sus principios básicos el de la convivencia de sus participantes, mediante el respeto mutuo y el tratamiento constructivo de la divergencia de ideas y el acatamiento a los principios de la dignidad humana.
- **Transparencia.** Uno de los fundamentos de la acción Institucional es la transparencia, entendida como la rectitud y coherencia en el obrar y la disposición permanente de hacer públicos todos sus actos.
- **Participación.** En su labor de formar ciudadanos, promueve actitudes críticas y fomenta la participación ciudadana, estimula el trabajo en equipo, la cooperación y ofrece respuestas a los retos que impone la democracia.
- **Uso de las tecnologías de la comunicación (TIC):** Las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma y constituyen nuevos soportes y canales para transmitir, compartir y socializar el conocimiento y por ello se convierten en medios e instrumentos
-



- importantes en la Institución o para mejorar la gestión administrativa y académica para dinamizar los procesos de enseñanza-aprendizaje y para llegar a nuevos públicos, ampliando el radio de acción social de la Institución.
- **Internacionalización:** Mediante este proceso la Institución viabiliza la globalización de la enseñanza y el aprendizaje universitario. Es la forma como se estrechan los vínculos y niveles de integración con las diferentes instituciones de educación superior, en el ámbito internacional para dinamizar el intercambio científico, técnico, tecnológico y cultural de: directivos, profesores y estudiantes, así como el aprendizaje de los contenidos curriculares donde el conocimiento respectivo se reproduzca sin importar su ubicación espacial.
- **Medio ambiente** Tiene en cuenta en su actuar al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad su conjunto en el entendido de que el medio ambiente comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del hombre y en las generaciones venideras. Es decir, no se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida, sino que también abarca elementos tan intangibles como la cultura y por ello la institución debe contribuir a la formación de los estudiantes en la concepción científica del mundo y la comprensión de los problemas del medio ambiente, del desarrollo sostenible y de la necesidad de la educación ambiental y su vínculo con la sociedad.
- **Bienestar:** En cumplimiento de sus objetivos adopta como principio el mejoramiento de la calidad de vida y el desarrollo integral de todos los miembros de la Comunidad Politécnica, igualmente brinda bienestar y contribuye a la formación integral del ser.



### 5.5.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA

La Institución adopta como objetivos generales los contenidos en el Capítulo II del Título Primero de la Ley 30 de 1992.

En desarrollo de los objetivos establecidos en la Ley 30 de 1992, la Institución tendrá los siguientes:

#### 5.5.6.1. OBJETIVOS GENERALES

- Ser un factor de desarrollo biopsicosocial, espiritual y material en el Departamento de Antioquia específicamente y en la nación colombiana en general.
- Reelaborar permanentemente y con flexibilidad nuevas concepciones de desarrollo y organización social.
- Formar a sus alumnos dentro de claros criterios éticos y con adecuada fundamentación científica, para que puedan desarrollarse como personas libres, con conciencias críticas y comprometidas con el servicio a la sociedad.
- Fomentar y desarrollar la ciencia y la tecnología en sus diferentes campos y adoptar la ya existente para satisfacer las necesidades del desarrollo regional, nacional e internacional.
- Extender las oportunidades de educación superior a las diferentes zonas del Departamento de Antioquia y del País, propiciando la incorporación de zonas urbanas y rurales marginadas del desarrollo económico y social, sin detrimento de los niveles académicos y de la búsqueda de la excelencia.

#### 5.5.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer un concepto de educación en la comunidad, definido como el proceso de ENSEÑANZA-APRENDIZAJE, que se realice en estrecho contacto con la gente y la realidad social, para complementar, fortalecer y vivificar el efecto educativo en su totalidad.



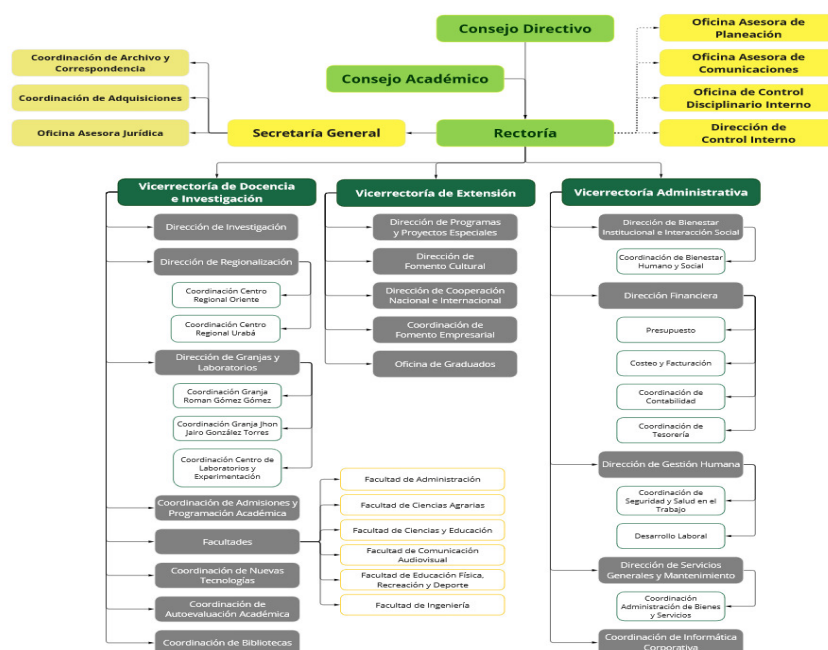
- Desplegar una FUNCIÓN ACADÉMICA que identifique los requerimientos de la comunidad y proporcione una metodología que asegure que esos requerimientos estén presentes en el diseño de los currículos y el desarrollo de los mismos.
- Jugar un papel más activo en la diseminación del saber dentro de la comunidad, en la medida en que hacerlo, ayude a perfeccionar la función educativa.
- Poner sus recursos a disposición de grupos que requieran su utilización, vía soluciones autónomas a problemas colectivos, de tal manera que se genere una inserción más activa en su contexto geográfico y una atención mayor frente a las preocupaciones locales y regionales.
- Integrar la investigación, desarrollo e innovación a los currículos.
- Hacer que las TIC's sean en la Institución una herramienta metodológica para mejorar el proceso enseñanza-aprendizaje.
- Definir mecanismos que estimulen en el personal docente y discente una actitud positiva y funcional hacia la investigación, el desarrollo y la innovación, en áreas de las ciencias o de la tecnología, o que le permitan profundizar teórica y conceptualmente, en el campo de la filosofía, las humanidades y las artes.
- Vincular la investigación, el desarrollo y la innovación a la orientación de la función docente en los procesos de desarrollo de la región y de la sociedad en general.
- Hacer que el educador utilice sistemas de evaluación donde el estudiante, haciendo uso de las habilidades y destrezas desarrolladas en el curso, aplique los conocimientos adquiridos a diferentes situaciones, por medio del desarrollo de los procesos de transferencia, integración, análisis, sistemas de interpretación, entre otros.
- Disponer de un educador: -Preparado para el cambio, que investigue, planee, organice y aplique nuevos procesos de aprendizaje, - Generador de condiciones, por medio de la DINÁMICA DE LA INVESTIGACIÓN, que conduzcan a los estudiantes a desarrollar actitudes que le permitan

diagnosticar nuevas situaciones, anticiparse a ellas y participar activamente en la solución de los problemas que éstas generen, - Que desarrolle un proceso de ENSEÑANZA APRENDIZAJE en el cual, la actividad central esté dirigida a darle la oportunidad al estudiante de: aprender a hacer, aprender a hacerse, aprender a aprender, aprender a autoevaluarse, aprender a ser y aprender a servir, - Cuyo papel sea de orientador, de estimulador, de retroalimentador y de enriquecedor de la personalidad de los educandos.

- Proyectar una dimensión humanística integrada donde se practiquen las sanas costumbres, los valores de la existencia humana y el respeto a las normas que nos rigen.

### 5.5.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El Politécnico Jaime Isaza Cadavid cuenta con una estructura organizacional definida que facilita el cumplimiento de sus objetivos académicos y administrativos. Esta estructura está compuesta por el Consejo Directivo, el Consejo Académico y el Comité Rectoral, cada uno con roles y responsabilidades específicos.





### 5.5.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA

Durante la visita empresarial al Politécnico Colombiano exploramos los Fundamentos de la Inteligencia Artificial (IA) su impacto en la sociedad y en el mercado laboral y cómo esta tecnología está integrada en su modelo educativo. La IA se definió como un conjunto de tecnologías que permiten a las computadoras realizar tareas avanzadas, como comprender lenguaje, hacer recomendaciones y tomar decisiones que normalmente requerirían inteligencia humana. Aprendimos sobre tipos de IA, como la visión por computador y el aprendizaje de máquina, y aplicaciones prácticas en áreas como sistemas de recomendación (Netflix), asistentes virtuales (Google, Alexa), prevención de fraude y robótica.

Durante la visita, se discutió cómo el Politécnico ha implementado la IA en las aulas para mejorar el aprendizaje, optimizar recursos y personalizar la experiencia educativa, adaptándose así a las demandas tecnológicas actuales. También se llevó a cabo un debate sobre el impacto de la IA en el empleo, planteando preguntas sobre si la IA reemplazará trabajos humanos y cómo debemos prepararnos. Se presentaron ejemplos de nuevos empleos que ya están surgiendo, como Community Manager, entrenador de robots y mecánico de autos autónomos, y perfiles futuros, como asesores en cripto-divisas y desarrolladores de tecnología vestible.

Un ejemplo práctico mostró cómo la IA predice el valor de propiedades utilizando datos históricos, evidenciando su capacidad para analizar grandes volúmenes de información. Finalmente, se reflexionó sobre la importancia de reciclarse profesionalmente y adaptarse a roles que requieren creatividad y conocimiento especializado, preparándonos para un entorno laboral donde la colaboración con la IA será fundamental.



### 5.5.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA



**POLITÉCNICO COLOMBIANO**  
Jaime Isaza Cadavid

**Sede Medellín**

Carrera 48 No. 7–151, El Poblado - Antioquia

Código Postal: 050022

<https://www.politecnicojic.edu.co/>

### 5.5.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA

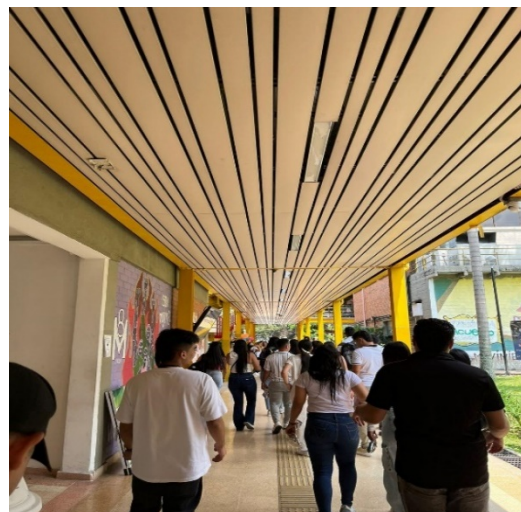
La visita al Politécnico Jaime Isaza Cadavid, como parte de una experiencia empresarial, estuvo enfocada en comprender cómo la institución ha integrado tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial (IA) y la realidad aumentada (RA), en sus prácticas educativas y administrativas. Desde su fundación en 1963, el Politécnico ha evolucionado como una institución pública reconocida por su formación técnica y profesional, destacándose por la innovación en sectores como la industria, la agricultura y las tecnologías de la información.

La importancia de esta visita radica en la creciente relevancia de la tecnología en educación. La RA enriquece la experiencia educativa al permitir una interacción más profunda con los contenidos, mientras que la IA optimiza la administración, personalizando la experiencia del estudiante y ajustándose a las necesidades de la institución. En la visita, se discutió el impacto de la IA en el mercado laboral y los nuevos perfiles profesionales que están surgiendo, como el manejo de redes sociales y la mecánica para autos autónomos.



La IA también fue presentada como herramienta predictiva en la valuación de propiedades, mostrando su capacidad para manejar grandes cantidades de datos. Además, la institución enfatizó la necesidad de que los estudiantes y profesionales se actualicen constantemente, dado que la colaboración con IA será clave en el entorno laboral futuro. Esta visita permitió a los estudiantes adquirir una visión práctica de cómo la tecnología puede transformar tanto la educación como la administración, preparándolos para contribuir en una sociedad cada vez más digitalizada y conectada con el sector productivo y el desarrollo sostenible

#### 5.5.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA







## 5.6 EL CENTRO TURÍSTICO LA PIEDRA (producto turístico)

La visita empresarial al centro turístico la piedra del Peñol en Guatapé, Antioquia, identifica recursos naturales únicos en Colombia que fascina a los turistas por su impresionante altura, sus vistas panorámicas, y su ambiente pintoresco. Desde la entrada, los visitantes son recibidos por el majestuoso monolito que se eleva ante la mirada de los espectadores, 740 escalones hasta la cima siendo un reto físico y también una experiencia visual única, donde cada paso ofrece una perspectiva más amplia de los verdes paisajes, el embalse de Guatapé y las pequeñas islas a su alrededor.

Además de la imponente subida al monolito, Guatapé permite disfrutar de una serie de servicios que complementan la visita, desde tiendas de recuerdos hasta pequeños restaurantes donde se pueden probar platos típicos de la región. El recorrido por el área permite conectarse con la naturaleza y la cultura local, gracias a la fusión de elementos tradicionales y modernas prácticas de conservación y sostenibilidad que hacen de este un lugar atractivo y bien organizado.

Con cada detalle cuidadosamente pensado, La Piedra del Peñol y sus alrededores ofrecen una experiencia enriquecedora que permite apreciar no solo la belleza natural de Antioquia, sino también la calidez y atención con la que el lugar acoge a cada visitante que tiene el placer de vivir la experiencia.

### 5.6.1. HISTORIA

La historia de La Piedra del Peñol en Guatapé está envuelta en un aura de misticismo y curiosidad debido a su singular formación y a la importancia que ha tenido en la cultura de la región. Este monolito de unos 220 metros de altura se estima que tiene alrededor de 70 millones de años y está compuesto principalmente de cuarzo, feldespato y mica. Desde tiempos precolombinos, fue un lugar sagrado



para los pueblos indígenas, quienes lo veneraban y creían que tenía un origen divino.

En 1954, un grupo de habitantes locales, liderado por Luis Eduardo Villegas López, decidió explorar y subir la roca. Utilizando rudimentarias herramientas, Villegas y sus compañeros lograron escalar La Piedra por primera vez, y años después se construyó la escalera de 740 escalones que actualmente permite el ascenso de los turistas. Esta escalera, incrustada en una hendidura natural, se ha convertido en una de las principales atracciones del lugar.

Con la creación del embalse de Guatapé en los años 1970, que sumergió gran parte de las tierras aledañas, La Piedra del Peñol se volvió aún más relevante, ya que el paisaje que la rodea se transformó en un entorno de islas y cuerpos de agua que incrementan su atractivo visual. Hoy en día, La Piedra del Peñol es un símbolo del turismo en Antioquia y Colombia, y un importante motor económico para la región, atrayendo visitantes de todas partes del mundo que buscan disfrutar de sus vistas, su historia y su belleza natural.

### **5.6.2. MISIÓN**

Promover la conservación y valorización de La Piedra del Peñol como un patrimonio natural y cultural, ofreciendo una experiencia turística enriquecedora que integre la educación ambiental y la sostenibilidad, al mismo tiempo que se fomenta el desarrollo económico y social de la región.

### **5.6.3. VISIÓN**

Ser reconocida como un destino turístico emblemático a nivel nacional e internacional, que inspire a los visitantes a apreciar la belleza natural de Antioquia,



a la vez que se establecen prácticas sostenibles que preserven el entorno y benefician a la comunidad local, convirtiéndose en un modelo de turismo responsable y respetuoso con el medio ambiente.

#### **5.6.4. VALORES**

Los valores fundamentales que guían las operaciones y servicios en La Piedra del Peñol son los siguientes:

- **Sostenibilidad:** La Piedra del Peñol promueve prácticas de conservación ambiental, asegurando que el turismo sea compatible con el cuidado del entorno natural.
- **Integridad:** Se rige por altos estándares de transparencia y respeto hacia los visitantes, colaboradores y la comunidad.
- **Compromiso con la comunidad:** Se busca contribuir activamente al desarrollo social y económico de la región, apoyando proyectos e iniciativas locales.
- **Hospitalidad:** Se garantiza una experiencia acogedora y memorable para cada visitante, reflejando la cultura de servicio y calidez de la región.

#### **5.6.5. POLÍTICAS**

Para operar de forma responsable y eficiente, La Piedra del Peñol ha establecido diversas políticas, entre las que se destacan:

- **Política de conservación ambiental:** Mantener y preservar el entorno natural es una prioridad; por ello, se aplican medidas que reducen el impacto ambiental y previenen la contaminación.
- **Política de seguridad:** Se asegura de que todos los visitantes tengan una experiencia segura, con medidas preventivas y asistencia en caso de emergencias.



- Política de apoyo a la economía local: Se fomenta la contratación de proveedores y servicios locales, promoviendo el desarrollo económico de la comunidad.

#### **5.6.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA**

El objetivo principal de La Piedra del Peñol es fortalecer su posicionamiento como un destino turístico emblemático que inspire a los visitantes a apreciar la belleza natural de Antioquia. A su vez, se busca integrar prácticas sostenibles que preserven el entorno, promoviendo el desarrollo económico de la región y fomentando la participación comunitaria.

#### **5.6.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura organizacional de La Piedra del Peñol se compone de varios departamentos clave que garantizan la eficiencia en su funcionamiento:

- Gerente General: Dirige las operaciones y estrategias de desarrollo, asegurando el cumplimiento de la misión de la empresa.
- Equipo de Atención al Cliente: Proporciona asistencia a los visitantes y facilita una experiencia turística de alta calidad.
- Departamento de Sostenibilidad y Medio Ambiente: Supervisa la implementación de prácticas sostenibles y la protección del entorno natural.
- Departamento de Seguridad: Mantiene la seguridad de los visitantes y gestiona las medidas de emergencia.
- Equipo de Mantenimiento: Es responsable del cuidado de la infraestructura y la limpieza del lugar.



### 5.6.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA

La visita realizada a La Piedra del Peñol en Guatapé como producto turístico, deja ver el potencial natural que existen en el departamento de Antioquia para ofrecer otras líneas de producto turísticos que incentiven a conocer este departamento y generar movimiento económico y social que beneficia a todos los habitantes de la zona.

El acceso a los alrededores de la piedra es gratuito, con diversas posibilidades gastronómicas, artesanales y artísticas que motivan el regionalismo entre los paisas por el orgullo que sienten de sus costumbres. El centro turístico La piedra, posee tarifas para el acceso al sitio, el derecho a ascenso a la piedra, escalón por escalón recrea la majestuosa belleza de la naturaleza, se destaca los 740 escalones hasta la cima, desde donde se puede apreciar una vista panorámica de los paisajes naturales y el embalse de Guatapé. Los visitantes tienen la oportunidad de experimentar la integración de la cultura local y las prácticas de sostenibilidad que el sitio fomenta. El centro turístico vela por la conservación del sistema de iluminación, dos vías de accesos, dos puntos de atención médica, salidas de emergencia, adecuación sanitaria.

El servicio del centro turístico la piedra ofrece también paseo en helicóptero y el parqueadero. No existe mayor comunicación con los visitantes, ni un proceso de realimentación del servicio, perdiendo muchas oportunidades empresariales de crecimiento y madurez.



#### 5.6.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA



<https://lapiedra.com.co/es/>

El logotipo de La Piedra del Peñol representa su compromiso con la conservación y el turismo responsable. Ubicado en Guatapé, Antioquia, el sitio se encuentra aproximadamente a 2 horas de Medellín. Las coordenadas y mapas de acceso se encuentran disponibles en su sitio web oficial y en varias aplicaciones de mapas, facilitando así la llegada de visitantes nacionales e internacionales.

#### 5.6.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA

La experiencia de la visita a La Piedra del Peñol fue altamente enriquecedora. Disfrutamos de un entorno natural de gran belleza, con una atención excepcional y accesibilidad en todas las áreas del sitio. Los servicios ofrecidos, así como la infraestructura y la seguridad, contribuyeron a una experiencia completa que permitió la conexión con la naturaleza y la cultura local.

### 5.6.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA



## 5.7. INEXMODA

Inexmoda es una institución clave en el desarrollo de la industria de la moda en Colombia y América Latina, reconocida por su enfoque en innovación, sostenibilidad y competitividad. La visita a sus instalaciones permitió observar de cerca sus políticas, valores y propósito organizacional, los cuales impulsan el crecimiento del sector. A través de una estructura sólida y estrategias efectivas, Inexmoda trabaja en posicionar a Colombia como referente global en moda mediante eventos como Colombiamoda y Colombiatex. Además, su compromiso con la investigación y la formación contribuye a la evolución constante de la industria, promoviendo un entorno de creatividad y colaboración en el sector textil y de la moda.

Inexmoda busca algo más que seguir tendencias; su misión es que la moda en Colombia evolucione hacia un ecosistema conectado, dinámico y de impacto global. Además de brindar herramientas digitales y plataformas de conexión, trabaja codo a codo con empresas, estudiantes, líderes y creativos de distintas áreas para



construir una industria consciente y cada vez más sostenible. Su enfoque en fortalecer a las empresas locales y fomentar conexiones internacionales hace que esta institución sea mucho más que un referente: es una pieza esencial para que el talento colombiano llegue lejos, y lo haga con fuerza y autenticidad.

### 5.7.1. HISTORIA

Inexmoda, el Instituto para la Exportación de la Moda, se fundó en 1987 en un momento crítico para la industria textil colombiana. Surgió como una iniciativa privada liderada por tres emprendedores: Roque Ospina, Clara Echeverry y Alicia Mejía. La creación de Inexmoda fue una respuesta a la necesidad de conservar el mercado estadounidense después de que el Departamento de Comercio Exterior de EE. UU. En 1984 considerara ilegales los subsidios tributarios que el Gobierno colombiano otorgaba a los exportadores textiles.

Desde sus inicios, Inexmoda se propuso dos objetivos principales: organizar ferias textiles y de confección de alcance internacional y orientar a las empresas extranjeras para negociar en Colombia. Estos objetivos dieron lugar a las ferias Colombiatex de las Américas y Colombiamoda, que se han convertido en plataformas clave para el sector.

A lo largo de los años, Inexmoda ha evolucionado para adaptarse a los cambios del mercado y las necesidades de la industria. En 1989, se celebró la primera edición de Colombiatex, una muestra textil y de insumos para la confección y el hogar. Al año siguiente, se lanzó Colombiamoda, una feria especializada en ropa casual, interior, deportiva y de baño, así como productos textiles para el hogar.





En 2008, Carlos Eduardo Botero asumió la presidencia de Inexmoda y amplió la visión del instituto para ofrecer servicios más integrales que ayudaran a los empresarios a ser más competitivos, bajo su liderazgo, Inexmoda ha continuado promoviendo la innovación y el crecimiento en la industria textil y de la moda en Colombia.

Durante la década de 2010, se consolidó como un referente en la industria de la moda y textil en América Latina. Bajo la presidencia de Carlos Eduardo Botero, el instituto amplió su enfoque hacia la innovación y la sostenibilidad. Para el año 2013, Inexmoda lanzó el Laboratorio de Moda, una iniciativa para investigar y analizar tendencias de consumo y mercado. Además, fortaleció su programa de formación y capacitación, ofreciendo cursos y talleres especializados para mejorar la competitividad de los empresarios y diseñadores colombianos. Las ferias Colombiatex y Colombiamoda continuaron creciendo en importancia y alcance, atrayendo a miles de visitantes y expositores de todo el mundo.

En 2020, debido a la pandemia del COVID-19 Colombiamoda se realizó de manera virtual por primera vez, permitiendo la participación de expositores y visitantes a través de plataformas digitales.

Inexmoda también ha intensificado sus esfuerzos en sostenibilidad, promoviendo prácticas responsables en la industria textil y de la moda. En 2021, lanzó el programa de transformación digital, ayudando a las empresas a adoptar tecnologías avanzadas para mejorar su eficiencia y competitividad.



### 5.7.2. MISIÓN

Inexmoda es una organización dedicada a fortalecer el sector de la moda en Colombia mediante el análisis exhaustivo y la investigación del mercado de la indumentaria. Su misión se centra en ofrecer un respaldo integral a las empresas de este sector, con el fin de que puedan alcanzar un mayor nivel de competitividad y productividad tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

Para cumplir con este propósito, Inexmoda despliega una serie de iniciativas estratégicas que incluyen la organización de muestras textiles y de confección de alcance internacional, creando espacios donde las empresas colombianas pueden posicionarse y expandir sus oportunidades de negocio. Además, la organización desempeña un rol clave en la orientación a empresas extranjeras que buscan establecer relaciones comerciales en Colombia, facilitando el proceso de negociación y adaptándose a las particularidades del mercado local.

Inexmoda también se enfoca en el desarrollo de herramientas que impulsan la competitividad empresarial, brindando formación y capacitación especializada que permite a las empresas adaptarse a las dinámicas cambiantes del sector. Asimismo, se esfuerza en conectar a las empresas con el mercado, creando vínculos que estimulan el crecimiento de la industria de la moda y fortalecen su proyección comercial.

La organización se destaca por su capacidad de captar y analizar las tendencias del mercado y comprender a fondo las necesidades del consumidor, lo que le permite orientar eficazmente a las empresas en sus estrategias comerciales y de producto. De esta manera, Inexmoda contribuye al crecimiento sostenible y al desarrollo del



sector moda en Colombia, apoyando a las empresas en la construcción de un futuro sólido y competitivo.

### 5.7.3. VISIÓN

La visión de Inexmoda es consolidarse como un actor transformador y estratégico en el desarrollo del Sistema Moda colombiano y latinoamericano. La organización se dedica a promover el crecimiento de esta industria a través de la innovación y la generación de conocimiento, permitiendo que las empresas del sector se adapten a los cambios constantes del mercado y respondan de manera competitiva y sostenible.

Inexmoda se enfoca en construir una industria de moda que no solo impulse el desarrollo económico, sino que también proyecte el talento y la creatividad de Colombia a nivel global. Con más de 30 años de experiencia, Inexmoda asume el compromiso de fortalecer el sector mediante iniciativas como consultorías, programas de capacitación y la organización de eventos internacionales, incluyendo Colombiatex y Colombiamoda, que conectan a diseñadores, empresarios y consumidores. Así, la visión de Inexmoda es contribuir a una moda competitiva, profesional y de alcance mundial, apoyando a empresas a responder a las tendencias y necesidades del consumidor actual.

### 5.7.4. VALORES

- **Pasión:** es la actitud entusiasta y la forma de vibrar con el trabajo, posibilitando generar conexiones. Pertenecer a Inexmoda motiva e inspira a trabajar con amor en lo que nos apasiona: el Sistema Moda.
- **Empatía:** es la responsabilidad de cada persona vinculada a Inexmoda de respetar a sus compañeros, clientes y aliados, buscando trabajar juntos para conectar asertivamente sus necesidades. Cada persona relacionada



con Inexmoda, es responsable de reconocer, compartir y capitalizar los éxitos y fracasos de una manera afectuosa y objetiva.

- **Vanguardia:** es la forma de autocapacitarse y actualizarse para dar un constante aporte a la gestión individual en el Instituto. Es la decisión de cada persona, tener mente abierta para adaptarse a los cambios que en el Instituto y en el mundo van aconteciendo.
- **Excelencia:** es la responsabilidad de desarrollar experiencias basadas en la integralidad y efectividad del trabajo, buscando que tanto individual como grupalmente, en integración con el Instituto, sean referentes para vivir el Propósito Superior de Inexmoda. Es responsabilidad de cada uno, realizar su trabajo con conciencia para servir a sus compañeros, clientes y aliados, dando lo mejor de sí.

#### 5.7.5. POLÍTICAS

- **Política de Protección de datos personales**

La presente Política tiene como objeto dar la información necesaria y suficiente a los diferentes grupos de interés, así como establecer los lineamientos que garanticen la protección de los datos personales que son objeto de tratamiento de datos personales a través de los procedimientos de INEXMODA, para de esta forma, dar cumplimiento de la ley, políticas y procedimientos de atención de derechos de los titulares, criterios de recolección, almacenamiento, uso, circulación y supresión que se dará a los datos personales.

- **Política de ética y conducta**

Inexmoda ha establecido una política interna que prioriza el respeto, la integridad y el bienestar de todos sus colaboradores. Esta política fomenta un ambiente de trabajo sano y productivo, prohibiendo cualquier tipo de discriminación, acoso o violencia. Además, establece normas claras sobre el comportamiento adecuado en



el lugar de trabajo, incluyendo la prohibición del consumo de sustancias que puedan afectar el desempeño laboral.

### **5.7.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA**

Inexmoda es una institución colombiana con el objetivo principal de impulsar el crecimiento y desarrollo del sector de la moda en Colombia y Latinoamérica. A través de estrategias innovadoras, busca posicionar a Colombia como un referente mundial en la moda, fomentando la creatividad, la sostenibilidad y la competitividad de las empresas del sector. Para lograrlo, organiza eventos como Colombiamoda y Colombiatex, ofrece programas de formación, realiza investigaciones y promueve la colaboración entre los diferentes actores de la cadena de valor.

### **5.7.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Sebastián Díez (Presidente): Como presidente de Inexmoda, Sebastián Díez lidera la estrategia general de la organización, asegurando su crecimiento y posicionamiento en la industria de la moda.

Leonor Hoyos (Directora de Ferias): Leonor Hoyos es responsable de la organización y gestión de las ferias más importantes de Inexmoda, como Colombiamoda y Colombiatex, eventos clave para la industria textil y de la moda en América Latina.

Lorenzo Velásquez (Director de Transformación): Lorenzo Velásquez dirige los esfuerzos de transformación digital y modernización dentro de Inexmoda, impulsando la adopción de nuevas tecnologías y procesos innovadores.

Andrés Valencia (Director de Mercadeo): Andrés Valencia está a cargo de las estrategias de marketing y comunicación, trabajando para fortalecer la marca Inexmoda y sus eventos en el mercado nacional e internacional.



Manuela Gómez (Jefe de Internacionalización): Manuela Gómez lidera las iniciativas de internacionalización, buscando expandir la presencia de Inexmoda y sus eventos en mercados globales.

Maite Cantero (Coordinadora del Laboratorio de Conocimiento): Maite Cantero coordina el Laboratorio de Conocimiento, un espacio dedicado a la investigación y desarrollo de nuevas tendencias y tecnologías en la industria de la moda.

Juan Fernando Loaiza (Experto en Investigación): es un experto en investigación que contribuye con estudios y análisis profundos sobre el mercado y las tendencias de la moda, proporcionando información valiosa para la toma de decisiones estratégicas.

Sofía Arango (Experta en Investigación): Sofía Arango también se especializa en investigación, aportando su conocimiento y experiencia para apoyar los proyectos de innovación y desarrollo de Inexmoda.

#### **5.7.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA**

Durante la visita empresarial a INEXMODA, nos ofrecieron una visión completa de cómo funcionan y gestionan su operación en la industria de la moda. Nos explicaron que su misión se centra en dinamizar y fortalecer el Sistema Moda en Colombia, impulsando el desarrollo de empresas del sector y posicionando un portafolio diferenciado que refleje la identidad colombiana. Su estrategia abarca desde el fortalecimiento empresarial, brindando apoyo a marcas y empresas en su crecimiento, hasta la creación de plataformas de conexión global que faciliten la interacción y colaboración entre los actores clave del ecosistema, como empresas de moda, industrias creativas, medios de comunicación, entidades gubernamentales y académicas.

INEXMODA organiza reconocidas ferias de moda, como Colombiatex de las Américas y Colombiamoda, las cuales han consolidado a Colombia como un



referente en la industria de la moda a nivel internacional. Estas ferias son mucho más que eventos comerciales: son plataformas de innovación donde se destacan tendencias, se comparten conocimientos y se promueven conexiones de valor en el sector. Con un equipo de alrededor de 50 trabajadores directos comprometidos, número que amplía en cada proyecto a planear, organizar, dirigir y controlar. INEXMODA lleva adelante estos espacios de encuentro y desarrollo, fomentando el diálogo entre empresas, diseñadores y compradores.

En términos de marketing, esta empresa nos mencionó que manejan una estrategia orientada a resaltar sus valores esenciales: trabajo en equipo, excelencia, vanguardia, empatía y pasión. Estos valores no solo guían su enfoque, sino que también son la base de su imagen y comunicación en el mercado. En el área de marketing, se destacan por promover una identidad única de la moda colombiana y trabajar en campañas que realzan la sostenibilidad y la conciencia en la industria. A través de herramientas digitales, educación continua y una cultura de innovación, INEXMODA no solo lidera el camino en la moda, sino que también promueve la internacionalización del sector, facilitando que las empresas colombianas puedan competir a nivel global.

#### 5.7.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA

# inexmoda

CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

Dirección: Carrera 43 # 9 Sur - 195, Medellín, Antioquia, Colombia

<https://inexmoda.org.co/>



### 5.7.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA

La visita a Inexmoda fue una experiencia sumamente enriquecedora; desde el inicio, el equipo de Inexmoda nos recibió de manera cálida y nos presentó a cuatro profesionales clave de las áreas de marketing, conocimiento y recursos humanos, quienes compartieron sus perspectivas y estrategias en una charla informativa y cercana. Esta conversación fue esencial para comprender las dinámicas de trabajo y el enfoque de Inexmoda en el mercado de la moda, destacando el valor que la institución da al conocimiento y la innovación.

A lo largo del recorrido por las instalaciones, observamos el entorno de trabajo, las dinámicas presentes, la moda en todo su esplendor. Conocer el espacio donde desarrollan sus actividades nos permitió entender la importancia de un ambiente laboral bien estructurado y enfocado en la productividad y el bienestar de los colaboradores. Los encargados de cada área nos explicaron los compromisos de la institución con sus empleados, enfatizando el apoyo en el desarrollo profesional y el sentido de pertenencia que buscan fomentar. Fue muy enriquecedor para nosotros, como futuros administradores, ver cómo Inexmoda integra sus valores organizacionales en la gestión de su talento humano, destacando el compromiso hacia sus colaboradores y el respeto por el conocimiento y el talento.

Esta visita ofreció una perspectiva práctica de lo que significa administrar un equipo de alto nivel de exigencia, con metas concretas en tiempo específicos, que trabaja bajo objetivos con libertad de asumir presencial o virtual sus jornadas laborales, enfocado en áreas claves del negocio, así como el cooperar entre aliados estratégicos y agrupar por habilidades, destrezas, conocimientos de acuerdo a cada proyecto sus colaboradores, iniciando esto con lluvia de ideas semanales en las que todos tienen la oportunidad de interactuar, aportar y construir de forma colectiva. El cooperar y trabajar en equipo les ha obligado a conocer todo el ecosistema de la moda, el cual está cada vez más fortalecido como la industria más representativa





de Medellín y Colombia, esta realidad práctica y los valores identificados en su cultura organizacional serán grandes aprendizajes que podremos aplicar en nuestra formación y futura práctica profesional.

#### 5.7.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA



#### 5.8. GRUPO EPM

Empresas Públicas de Medellín (EPM) es una empresa colombiana que opera en múltiples sectores, consolidándose como un pilar en la generación de electricidad, la provisión de agua potable, la distribución de gas natural y los servicios de telecomunicaciones. Su proceso productivo abarca desde la generación de energía,



principalmente a partir de fuentes hidráulicas, hasta la transmisión y distribución eléctrica. En el ámbito del agua, EPM gestiona sistemas de potabilización y distribución, además de operar redes de gas natural y fibra óptica para telecomunicaciones.

- Productos y Servicios

EPM ofrece una amplia gama de productos y servicios, incluyendo electricidad, agua potable, gas natural, saneamiento básico y servicios de telecomunicaciones, como internet y telefonía. Además, están a la vanguardia en la creación de proyectos sostenibles y en el desarrollo de soluciones tecnológicas, lo que optimiza sus procesos y refuerza su compromiso con el desarrollo sostenible.

- Proyectos Destacados

Entre sus proyectos más notables se encuentra "Hidroituango", la planta hidroeléctrica más grande de Colombia, que representa un avance significativo en la generación de energía limpia y sostenible. También están trabajando en la expansión de redes de acueducto y alcantarillado tanto en áreas urbanas como rurales. Además, el proyecto de biogás en la planta Aguas Claras, el cual ha sido reconocido por su eficiencia energética, muestra su enfoque en la innovación y el respeto por el medio ambiente.

- Impacto Social y Ambiental

EPM ha sido un actor esencial en el desarrollo social y económico de Medellín y Colombia. Su compromiso con la responsabilidad social se evidencia en programas de subsidios y en proyectos comunitarios diseñados para mejorar la calidad de vida en las regiones donde opera. En términos de sostenibilidad, EPM participa en la economía circular, promoviendo el desarrollo sostenible a través de la protección del medio ambiente y la implementación de proyectos de saneamiento y energía en comunidades vulnerables.



- Reconocimientos

A lo largo de su trayectoria, EPM ha recibido numerosos reconocimientos que destacan su gestión empresarial y su enfoque en la sostenibilidad. Fue nombrada la mejor empresa del siglo XX en Colombia, y ha recibido premios como el de Eficiencia Energética del Ministerio de Minas y Energía de Colombia, así como reconocimientos en responsabilidad social y ambiental, en especial por su planta de biogás en Aguas Claras.

- Sector Económico

EPM tiene presencia en el sector energético, donde participa en la generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica y en la distribución y comercialización de gas natural. En el sector de aguas, ofrece servicios de acueducto y alcantarillado, y en telecomunicaciones opera a través de su filial UNE EPM Telecomunicaciones (UNE). Desde 2010, EPM ha expandido sus inversiones a América Central y, a partir de 2013, a México y Chile. La compañía también ha incursionado en el negocio de aseo en Medellín, con la adquisición de empresas dedicadas a la recolección, transporte y disposición de residuos sólidos.

- Modelo de Negocio

El Grupo EPM estructura su modelo de operación en tres entidades fundamentales: el núcleo corporativo, los negocios y los servicios. El núcleo corporativo gestiona la unidad de propósito y dirección dentro del conglomerado, mientras que los negocios se enfocan en la conexión de la organización con sus clientes y usuarios. Las principales áreas de negocio incluyen la generación, transmisión y comercialización de energía, la distribución de gas y agua, la gestión de aguas residuales, la gestión de residuos sólidos y la comercialización de nuevas soluciones innovadoras. Este modelo permite a EPM consolidarse como una empresa con impacto positivo tanto en lo económico como en lo social y ambiental, asegurando una operación integral que responde a las necesidades de la sociedad.



### 5.8.1. HISTORIA

El Grupo Empresarial EPM (Empresas Públicas de Medellín) es una de las entidades más significativas en el sector de servicios públicos en Colombia, con una historia que se remonta a su fundación el 6 de agosto de 1955. A través del Acuerdo #58, el Consejo Administrativo de Medellín fusionó varias entidades independientes que ofrecían servicios de energía, agua, alcantarillado y telecomunicaciones, creando una empresa autónoma destinada a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

#### Etapas Clave en la Evolución

##### 1. Fundación y Primeros Años (1955-1960)

EPM comenzó sus operaciones integrando los servicios esenciales para la ciudad de Medellín. En 1956, se establecieron los primeros estatutos que regularían su funcionamiento.

La empresa se centró en el suministro de agua potable y energía eléctrica, contribuyendo al crecimiento urbano y social de Medellín.

##### 2. Expansión y Diversificación (1970-1990)

Durante las décadas siguientes, EPM expandió sus operaciones a otras regiones del país, participando en proyectos hidroeléctricos significativos como Guadalupe III y IV, así como Peñol-Guatapé.

En 1989, se incluyó en sus estatutos la responsabilidad sobre el medio ambiente, reflejando un compromiso creciente con la sostenibilidad.

##### 3. Transformación Empresarial (1990-2000)

En 1998, EPM fue transformada en una Empresa Industrial y Comercial del Estado, lo que le permitió operar con mayor autonomía financiera.



La creación de UNE EPM Telecomunicaciones en 2006 marcó un hito importante al separar las telecomunicaciones de la matriz original, permitiendo a EPM competir eficazmente en un mercado cada vez más competitivo.

#### 4. Consolidación como Grupo Empresarial (2000-Presente)

Desde el año 2000, EPM ha crecido para convertirse en un grupo empresarial que abarca diversas empresas en Colombia y otros países de Centroamérica y América del Sur. Actualmente, ofrece servicios de energía eléctrica, gas natural, agua potable y telecomunicaciones a más de 13 millones de personas.

En 2020, EPM reportó ingresos superiores a 19 billones de pesos colombianos, posicionándose como una de las empresas más grandes del país.

### 5.8.2. MISIÓN

En el Grupo EPM buscamos permanecer en el tiempo mediante la contribución al desarrollo de territorios sostenibles y competitivos, generando bienestar y desarrollo con equidad en los entornos donde participamos, a través del desarrollo de proyectos de infraestructura y de la oferta a nuestros clientes y usuarios de soluciones en electricidad, gas, aguas, y saneamiento, complementadas por medio de acuerdos empresariales, con servicios de las tecnologías de la información y las comunicaciones –TIC, mediante una actuación empresarial que armonice los resultados financieros, sociales y ambientales.

### 5.8.3. VISIÓN

La visión del Grupo EPM se orienta a contribuir al bienestar de la sociedad y al desarrollo sostenible en los territorios donde opera, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus usuarios y el entorno. EPM aspira a consolidarse como una empresa líder en el sector de servicios públicos, promoviendo soluciones



innovadoras, eficientes y sostenibles que respondan a las necesidades de la comunidad.

Como parte de su compromiso, el Grupo EPM se centra en el crecimiento responsable y en la integración de prácticas de sostenibilidad, como la protección de recursos naturales y el fortalecimiento de comunidades. Este enfoque está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales guían sus acciones hacia un impacto positivo en aspectos como el acceso al agua limpia, la energía sostenible, la reducción de desigualdades y la protección del medio ambiente.

EPM también apuesta por la transformación energética, la economía circular y la innovación tecnológica como ejes para adaptarse a los retos actuales y futuros, siempre con un enfoque de respeto hacia el medio ambiente y responsabilidad social que beneficie a sus múltiples grupos de interés. Con este direccionamiento estratégico, el Grupo EPM se proyecta hacia un crecimiento inclusivo y la construcción de un futuro más armonioso para todos los territorios en los que está presente.

#### **5.8.4. VALORES**

El Grupo EPM fundamenta su cultura organizacional en una serie de valores y principios orientados a la sostenibilidad, la responsabilidad social y el compromiso con el desarrollo humano. Estos valores y principios no solo guían sus operaciones, sino que también refuerzan su propósito de "contribuir a la armonía de la vida para un mundo mejor", buscando un impacto positivo y duradero en las comunidades donde tiene presencia.





### Valores Fundamentales de Grupo EPM:

1. **Transparencia:** EPM se compromete a actuar de manera abierta y confiable, promoviendo una comunicación clara y accesible que fomente la confianza de todos sus grupos de interés.
2. **Calidez:** La organización se caracteriza por un trato humano y cercano, impulsando relaciones basadas en la empatía y el respeto tanto dentro de la empresa como hacia sus comunidades.
3. **Ética:** La ética es un pilar que rige cada acción y decisión en EPM. La empresa actúa con integridad y responsabilidad, asegurando que sus prácticas se alineen con principios de justicia y respeto por los derechos humanos.
4. **Responsabilidad:** EPM busca ser responsable en sus prácticas y operaciones, manteniendo un enfoque que integra el respeto por el medio ambiente y el bienestar social en todas sus actividades.

Además de estos valores, el Grupo EPM sigue principios fundamentales que refuerzan su compromiso ético y social:

- Cumplir con los compromisos adquiridos, priorizando el interés de la sociedad.
- Brindar un trato justo y respetuoso a todas las personas.
- Enfocar sus acciones en servir a la comunidad.
- Proteger y gestionar adecuadamente los recursos naturales y el entorno.

Estos valores y principios no solo impulsan a EPM hacia un crecimiento responsable, sino que también buscan crear un impacto positivo en cada territorio donde opera, promoviendo el desarrollo sostenible y la inclusión social en Colombia y otros países de la región.





### 5.8.5. POLÍTICAS

El Grupo EPM (Empresas Públicas de Medellín) cuenta con una serie de políticas que guían su operación y compromiso con la sostenibilidad, la ética y la transparencia. A continuación, se presentan las principales políticas del grupo:

- Política de Sostenibilidad

Objetivo: Generar valor para las personas y los territorios a través de actividades que concilien los objetivos empresariales con el desarrollo humano sostenible.

Enfoque: La sostenibilidad es fundamental en el direccionamiento estratégico del grupo, incorporando prácticas de buen gobierno y un fundamento ético que reconoce los impactos de las decisiones empresariales sobre los grupos de interés y el medio ambiente.

- Política de Cero Tolerancia

Compromiso: EPM tiene una política de "Cero Tolerancia frente al Fraude, la Corrupción y el Soborno", que busca promover la transparencia en la gestión administrativa y disuadir conductas indebidas.

- Política Financiera

Gestión: La política financiera se basa en criterios de ética, transparencia, responsabilidad frente al riesgo y rigurosidad, asegurando una gestión financiera sólida y responsable.

- Política de Adquisiciones

Principios: Las adquisiciones se realizan con criterios de transparencia, eficiencia, pluralidad y responsabilidad socio-ambiental, garantizando que se satisfagan las necesidades técnicas dentro de las mejores condiciones.



- **Gestión Integral de Riesgos**

Prácticas: EPM adopta las mejores prácticas internacionales en la gestión integral de riesgos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos empresariales y estatutarios.

- **Seguridad y Salud en el Trabajo**

Prevención: Se promueve la seguridad y salud laboral, así como la prevención de riesgos para todos los colaboradores, proveedores y contratistas, fomentando un ambiente seguro y saludable.

Estas políticas reflejan el compromiso del Grupo EPM con la responsabilidad social, la sostenibilidad ambiental y la ética empresarial en todas sus operaciones.

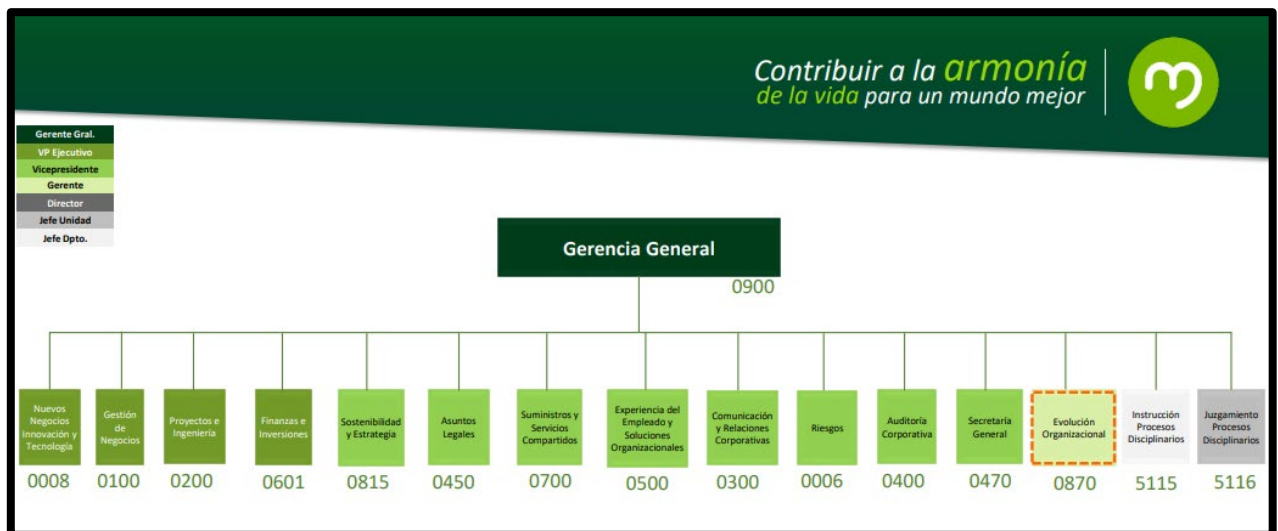
#### **5.8.6. OBJETIVO DE LA EMPRESA**

- Contribuir al desarrollo sostenible y competitivo: EPM busca generar bienestar y desarrollo con equidad en los entornos donde participa, a través del desarrollo de proyectos de infraestructura y la oferta de soluciones en electricidad, gas, agua y saneamiento
- Armonizar resultados financieros, sociales y ambientales: La empresa se enfoca en equilibrar los resultados financieros con los impactos sociales y ambientales, promoviendo una actuación empresarial responsable
- Promover la sostenibilidad: EPM trabaja para desarrollar territorios sostenibles y competitivos, con iniciativas que apoyan la sostenibilidad y la armonía con el medio ambiente
- Servir a la comunidad: EPM presta servicios esenciales a la comunidad, como electricidad, gas, agua y saneamiento, asegurando que estos servicios sean accesibles y de alta calidad.

- Responsabilidad social y ambiental: La empresa tiene un fuerte enfoque en la responsabilidad social y ambiental, implementando programas que beneficien a la comunidad y protejan el medio ambiente

Estos objetivos reflejan el compromiso de EPM con la sostenibilidad, la equidad y el bienestar de las comunidades a las que sirve.

### 5.8.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



### 5.8.8. INFORMACIÓN DE LA VISITA REALIZADA

La visita al Edificio Inteligente del Grupo EPM en Medellín brindó una experiencia educativa y reveladora, permitiéndonos explorar en profundidad las instalaciones de una de las construcciones más innovadoras y sostenibles de la ciudad. Situado estratégicamente en el centro de Medellín, el edificio se erige como un ícono de diseño arquitectónico comprometido con la sostenibilidad ambiental y el avance



tecnológico. Su imponente estructura incorpora avanzados sistemas de eficiencia energética y sostenibilidad, reflejando así el compromiso de EPM con sus principios corporativos de responsabilidad y transparencia.

Durante el recorrido, observarnos de cerca cómo el edificio integra tecnología avanzada en su funcionamiento diario. Equipado con sistemas automatizados para el control de temperatura, seguridad y consumo eficiente de recursos, el Edificio Inteligente se presenta como un modelo de arquitectura ecoeficiente. Las instalaciones están provistas de paneles solares que generan energía renovable, un sistema de riego inteligente que optimiza el uso del agua y una ventilación que se alimenta en parte del Distrito Térmico La Alpujarra, contribuyendo a la reducción de emisiones y al ahorro energético.

Uno de los aspectos más destacados de la visita fue la exploración de los pisos superiores, especialmente el piso 11, desde donde se obtiene una vista panorámica de Medellín que ilustra la conexión de EPM con la ciudad y sus habitantes. A lo largo del recorrido, los representantes de la empresa compartieron información sobre los proyectos de energías renovables y los programas de impacto comunitario que EPM desarrolla en beneficio de la región. Estas iniciativas no solo refuerzan el compromiso de la organización con la sostenibilidad, sino que también ilustran su misión de generar un impacto positivo en las comunidades a las que sirve.

Inaugurado en 1997, el edificio fue diseñado desde sus cimientos para reflejar los valores de EPM, integrando en su estructura los principios de transparencia, responsabilidad y sostenibilidad. Esta visita no solo permitió conocer las características físicas y tecnológicas del edificio, sino que también ofreció una perspectiva inspiradora sobre cómo EPM alinea su misión empresarial con el bienestar de la comunidad y el cuidado del medio ambiente.



#### 5.8.8.1. LOGOS Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA



Carrera 58 # 42-125, Medellín, Antioquia, Colombia.

<https://www.epm.com.co/institucional/sobre-epm/gobierno-corporativo/>

#### 5.8.9. EXPERIENCIA DE LA VISITA

La visita al edificio inteligente del Grupo EPM en Medellín brindó una experiencia de aprendizaje integral, tanto académica como profesional, al permitir observar de cerca el funcionamiento de una de las empresas más grandes y relevantes de Colombia. Los representantes de EPM ofrecieron una presentación detallada sobre su historia, modelo de negocio y amplio portafolio de servicios, así como su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Además, nosotros como visitantes recorrimos las impresionantes instalaciones, que destacan por su infraestructura moderna y reflejan la identidad de la empresa.

Durante el recorrido, se apreciaron los procesos que garantizan el suministro de energía a Medellín y otros servicios esenciales. También se conocieron los proyectos de energías renovables, como la implementación de paneles solares, y los programas de eficiencia energética y de impacto comunitario que impulsan el desarrollo sostenible de la región.

Esta visita empresarial ofreció una visión más clara del sector energético y reforzó el compromiso con un futuro sostenible. Para los estudiantes, resultó enriquecedor observar cómo EPM pone en práctica estrategias de expansión, diversificación y sostenibilidad, además de su enfoque en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

#### 5.8.9.1. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA







## 8. CONCLUSIONES

La visita empresarial de largo impacto, que se realizó del 14 al 19 de octubre de 2024 por parte de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, sede Villa del Rosario, contribuyó en la formación académica y perfil profesional de los estudiantes, a través de la inmersión en el tejido empresarial de Medellín. Las empresas visitadas fueron:

1. Grupo Empresarial Formas Íntimas (Industrial Confecciones)
2. Contenido BPS (Servicios de Business Process Outsourcing)
3. Ruta N (Ecosistema de Innovación tecnológica)
4. Turismo de Transformación Social (Comuna 13)
5. Politécnico Jaime Isaza (IES)
6. Centro turístico el Peñol (producto turístico)
7. Inexmoda (Industria de la Moda)
8. Grupo Empresarial EPM (Servicios domiciliarios)

En la cultura empresarial antioqueña, cada empresa desde su modelo de negocio establece estrategias organizacionales que promueven el éxito, lo que constituye un digno ejemplo de experiencias reales que ameritan ser documentadas. En este sentido, podemos identificar los siguientes aspectos:

- La relevancia de la productividad empresarial a través del bienestar de cada integrante del equipo de trabajo:

En las empresas visitadas el común denominador fue: la importancia de la generación de ambientes laborales positivos, infraestructura enfocada en el bienestar de sus colaboradores, capacitación permanente, puestos de trabajo en





óptimo estado, diversidad de incentivos, horarios flexibles, participación colectiva, la promoción del trabajo en equipo y la aplicación de estilos de liderazgo adecuados que generan un equilibrio entre lo espiritual, físico, intelectual, relacional y emocional.

- Uso de las IA's, realidad aumentada, ciencia, tecnología e innovación

Durante la visita, se evidenció cómo la inteligencia artificial está cambiando el mercado laboral y promoviendo la creación de nuevos roles y oportunidades. Aprendimos sobre trabajos emergentes, como entrenadores de robots y mecánicos para autos autónomos, y sobre la importancia de actualizarse en habilidades específicas para enfrentar la automatización. De impacto también: la permanente investigación de mercados, el uso de la big data con diferentes herramientas para consolidar, procesar y analizar la información en tiempo real para la toma de decisiones estratégicas. La necesidad de una capacitación constante para adaptarse al entorno laboral, integrado con tecnologías avanzadas, será fundamental.

- Las causas sociales y ambientales, motivan la transformación organizacional hacia filosofías corporativas que generan impacto y sostenibilidad.

Las empresas visitadas en Medellín se vinculan con causas sociales y ambientales, cooperan y realizan alianzas verticales y horizontales en su modelo de negocio generando beneficio mutuo y valor en todos los niveles.

- Promueven la internacionalización de sus negocios y de sus colaboradores

Activan el encadenamiento productivo como estrategia para sumar competencias y promover la oferta país/región en otras latitudes, exploran e incentivan las alianzas estratégicas complementarias para apoyarse de forma colectiva y ser fuertes en eventos internacionales, generando oportunidades de negocio valiosas.



- Planeación estratégica

La importancia de una planeación estratégica en todas las áreas funcionales, permite una organización más exitosa de planes, programas y proyectos en las organizaciones. En las empresas visitadas ya están proyectando acciones puntuales para el 2026 y sus diferentes cursos de acción.

- Tercerización Outsourcing

La tercerización es considerada como una herramienta para la gestión empresarial con miras a mejorar la competitividad y permanencia en el mercado, es parte fundamental no solo en la reducción de costos sino en el apoyo de los ciclos y procesos de gestión internos. Las empresas visitadas la utilizan con frecuencia y exigencia.

- Omnicanalidad

Las empresas visitadas, utilizan la omnicanalidad, siendo este un enfoque estratégico que busca unificar todos los puntos de contacto de una empresa para proporcionar una experiencia interconectada a clientes, empleados y proveedores, valorando la experiencia del cliente sobre el producto generando una experiencia de compra positiva y fluida en todos los canales.

- Gestión del relacionamiento

Todos los colaboradores deben estar en capacidad de asumir el rol de relacionar a las organizaciones con los diferentes grupos de interés, razón por la cual incentivan el aprendizaje grupal o autónomo de destrezas, habilidades, de acuerdo a las nuevas tendencias y requerimientos de la población objetivo y de la organización.

Todas estas estrategias identificadas en cada espacio compartido con las empresas visitadas, nos permiten establecer reflexiones de nuestro actuar como administradores de empresa en la actualidad, lo que motiva a: fortalecer nuestro



perfil profesional aprendiendo cada día herramientas de trabajo basadas en las nuevas tecnologías de información y comunicación, como análisis de datos, big data, inteligencia artificial, marketing digital, desarrollo de pensamiento crítico, forma disruptiva de resolver situaciones, así como mantener la necesidad constante de aprender en un mundo cada vez más hiper digitalizado y de competencia global.

Por otro lado, el desarrollar habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, resolución de problemas y asertividad, son vitales para el relacionamiento con otras personas y/o empresas, siendo este un diferenciador del perfil profesional requerido actualmente.

En todas las empresas visitadas, un requisito de suma importancia en el proceso de selección, es el manejo de la segunda lengua, razón por la es vital tomar conciencia sobre nuestro futuro e iniciar sin excusa, la forma de realizar avances sobre el tema. La responsabilidad de nuestro futuro está en nuestras manos, debemos prepararnos para un mundo cada vez más globalizado y competitivo.

Este tipo de experiencias hacen posible que identifiquemos personas y/o escenarios que de una u otra forma pueden aportar en ese proceso de aprendizaje en el que nos encontramos, razón por la cual debemos cultivar la red de contactos profesionales, mentores y líderes que nos permitan visualizar diversas opciones de crecimiento y desarrollo personal y profesional.



## 8. LISTADO DE ESTUDIANTES

<b>Nombre completo</b>	<b>DOCUMENTO</b>	<b>CELULAR</b>	<b>Correo electrónico institucional</b>
Adriana Estefany Rincón Navarro	1093796071	3203247871	<a href="mailto:adriana.rinconadr@unipamplona.edu.co">adriana.rinconadr@unipamplona.edu.co</a>
Adriana Katuska Vaca Duran	1093927355	3145375382	<a href="mailto:adriana.vacaadr@unipamplona.edu.co">adriana.vacaadr@unipamplona.edu.co</a>
Albert Gregorio Acevedo Rodríguez	1092527464	3226426201	<a href="mailto:albert.acevedoalb@unipamplona.edu.co">albert.acevedoalb@unipamplona.edu.co</a>
Angelly Jireth Blanco Malaver	1004878630	3148945489	<a href="mailto:angelly.blanco21@unipamplona.edu.co">angelly.blanco21@unipamplona.edu.co</a>
Brayan Camilo Varón Silva	1006688749	3133001831	<a href="mailto:brayan.varon@unipamplona.edu.co">brayan.varon@unipamplona.edu.co</a>
Daniel Andrés Bustos Montañez	1127044589	3133570601	<a href="mailto:daniel.bustos@unipamplona.edu.co">daniel.bustos@unipamplona.edu.co</a>
Edwar Sneider Ortiz Pineda	1004843167	3115468217	<a href="mailto:edwar.ortiz21@unipamplona.edu.co">edwar.ortiz21@unipamplona.edu.co</a>
Jaiver Prado Pérez	1007306091	3226781026	<a href="mailto:jaiver.prado@unipamplona.edu.co">jaiver.prado@unipamplona.edu.co</a>
Janan Andreina Santos Barboza	1093142998	3502363111	<a href="mailto:janan.santos@unipamplona.edu.co">janan.santos@unipamplona.edu.co</a>
Javier Santiago Armenta Tarazona	1004998797	3142110485	<a href="mailto:Javier.armenta@unipamplona.edu.co">Javier.armenta@unipamplona.edu.co</a>
Jeisy Alejandra Ortiz Ortiz	1004806303	3132545998	<a href="mailto:jeisy.ortiz@unipamplona.edu.co">jeisy.ortiz@unipamplona.edu.co</a>
Jhon Alexander García Galvis	1005051247	3143076053	<a href="mailto:jhon.garcia21@unipamplona.edu.co">jhon.garcia21@unipamplona.edu.co</a>
Juan Pablo Clavijo Carrero	1004845251	3134073813	<a href="mailto:juan.clavijo2@unipamplona.edu.co">juan.clavijo2@unipamplona.edu.co</a>
Karen Alejandra Quijano Guerra	1192719745	3154188193	<a href="mailto:karen.quijanokar@unipamplona.edu.co">karen.quijanokar@unipamplona.edu.co</a>
Karol briyith Carrillo Agudelo	1091654285	3226317747	<a href="mailto:karol.carrillo21@unipamplona.edu.co">karol.carrillo21@unipamplona.edu.co</a>
Laura Andrea Carrascal Mogollón	1232588206	3115572053	<a href="mailto:laura.carrascal21@unipamplona.edu.co">laura.carrascal21@unipamplona.edu.co</a>
Leidy Gisselle Rojas Callejas	1005054190	3162528979	<a href="mailto:leidy.rojaslei@unipamplona.edu.co">leidy.rojaslei@unipamplona.edu.co</a>
Lisbeth Vanessa Contreras Rodríguez	1093292277	3144535028	<a href="mailto:lisbeth.contreras21@unipamplona.edu.co">lisbeth.contreras21@unipamplona.edu.co</a>
Luis Felipe Delgado Silva	1005025170	3052620894	<a href="mailto:luis.delgado5@unipamplona.edu.co">luis.delgado5@unipamplona.edu.co</a>
Maria Fernanda Marín Díaz	1005001223	3112309742	<a href="mailto:maria.marin@unipamplona.edu.co">maria.marin@unipamplona.edu.co</a>
Natalia Ramírez Cortes	1193565960	3229605039	<a href="mailto:natalia.ramirez21@unipamplona.edu.co">natalia.ramirez21@unipamplona.edu.co</a>
Nepmar Alberto Díaz Tarazona	1127059866	3044456185	<a href="mailto:nepmar.diaz@unipamplona.edu.co">nepmar.diaz@unipamplona.edu.co</a>
Neymar Daniela Manrique Rangel	1007011703	3212188983	<a href="mailto:neymar.manriqueney@unipamplona.edu.co">neymar.manriqueney@unipamplona.edu.co</a>
Santiago Jose Galviz Mora	1193231024	3224262452	<a href="mailto:santiago.galviz@unipamplona.edu.co">santiago.galviz@unipamplona.edu.co</a>
Sharyd Gisell Lemus Florez	1007406997	3214717625	<a href="mailto:Sharyd.lemussha@unipamplona.edu.co">Sharyd.lemussha@unipamplona.edu.co</a>
Stiven De Jesús Rojas Florez	1004912735	3043055128	<a href="mailto:stiven.rojassti@unipamplona.edu.co">stiven.rojassti@unipamplona.edu.co</a>
Viviana Tatiana Botello Tarazona	1092388122	3134021276	<a href="mailto:Viviana.botello21@unipamplona.edu.co">Viviana.botello21@unipamplona.edu.co</a>
Wilson Eduardo Rodríguez Becerra	1092154024	3126774148	<a href="mailto:wilson.rodriquez2121@unipamplona.edu.co">wilson.rodriquez2121@unipamplona.edu.co</a>
Yeimy Steffania Escalante Sanchez	1004904342	3232534452	<a href="mailto:yeimy.escalanteyei@unipamplona.edu.co">yeimy.escalanteyei@unipamplona.edu.co</a>
Yendrit Yuriana Galvis Sánchez	1092525136	3104047945	<a href="mailto:yendrit.galvis21@unipamplona.edu.co">yendrit.galvis21@unipamplona.edu.co</a>

En el siguiente enlace encontrarán detalles y registros audiovisuales de la referida visita: <https://adminup13.wixsite.com/visitamedellin>



## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

CONTENTO BPS. Página principal de Contento BPS. Disponible en: <https://www.contentobps.com/>

EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLÍN (EPM). Página principal de EPM. Disponible en: <https://www.epm.com.co/>

GARCÍA, A. L. (2024). Comuna 13: Modelo de transformación social. Recuperado de: <https://www.auraluzgarcia.com/comuna-13-un-modelo-de-transformacion-social/>

GRUPO FORMAS ÍNTIMAS. Página principal de Grupo Formas Íntimas. Disponible en: <https://grupoformasintimas.com.co/>

INEXMODA. Página principal de Inexmoda. Disponible en: <https://inexmoda.org.co/>

POLITÉCNICO JAIME ISAZA CADAVID. Página principal del Politécnico Jaime Isaza Cadavid. Disponible en: <https://www.politecnicojic.edu.co/>

RUTA N MEDELLÍN. Página principal de Ruta N Medellín. Disponible en: <https://rutanmedellin.org/>

ZAPATA, P. (2017). La economía de Guatapé impulsada por el turismo en La Piedra del Peñol. En Estudios de Economía Local en Colombia (pp. 112-128). Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.