

# Misión académica e investigativa en Medellín: una experiencia transformadora

**José Fernando Araujo López**

Profesor de Mercadeo  
Universidad Mariana

**Jorge Andrés Muñoz Chavez**

**José Manuel Chica Ramírez**

Estudiantes de Mercadeo  
Universidad Mariana

Del 29 de abril al 4 de mayo de 2025, estudiantes del programa de Mercadeo de la Universidad Mariana participaron en una misión académica, investigativa y cultural en la ciudad de Medellín. Esta experiencia, enmarcada en los propósitos del Plan de Mejoramiento del programa, buscó el fortalecimiento de competencias investigativas, el aprendizaje contextualizado y la proyección nacional del currículo, mediante la interacción con universidades, empresas y territorios con alto valor pedagógico y cultural.

Durante la misión, se realizaron actividades en alianza con instituciones de educación superior como la Universidad EAFIT y la Universidad Minuto de Dios (UNIMINUTO), donde se vivieron espacios de intercambio académico sobre branding, comportamiento del consumidor, estrategias de marca ciudad, e innovación en márketing. Las visitas incluyeron laboratorios de mercadeo, ferias estudiantiles y clases conjuntas con estudiantes locales, promoviendo así el desarrollo de habilidades interinstitucionales y la comparación de contextos educativos.

## Instituciones visitadas

**Figura 1**

Universidad Uniminuto



**Figura 2**

Universidad EAFIT



Además, se visitaron organizaciones como Yamaha y Cervecería La Planta. En Yamaha, los estudiantes conocieron el funcionamiento de los procesos logísticos, comerciales y de fidelización del cliente, apreciando

la aplicación del márketing relacional en la industria automotriz. En Cervecería La Planta, una marca de cerveza artesanal emergente, se abordaron temas como branding sensorial, storytelling de marca, diseño de etiquetas y conexión emocional con el consumidor, reforzando conceptos clave para futuros emprendedores.

Figura 3

Incolmotos Yamaha



Figura 4

La Planta - Cervecería



Los estudiantes también participaron en actividades culturales significativas, como la visita al parque Explora, la Comuna 13 y el municipio de Guatapé. Estas experiencias permitieron un análisis del márketing experiencial, el arte urbano como estrategia de transformación social y la construcción de marca territorial. En Guatapé, por ejemplo, se identificaron los elementos que convierten al municipio en una marca sólida y diferenciada: identidad visual, patrimonio cultural, diseño urbano y cohesión entre actores locales.

Figura 5

Municipio de Guatapé



El impacto académico fue evidente: los estudiantes confrontaron la teoría aprendida en clase, con escenarios reales; fortalecieron su pensamiento crítico y ampliaron su visión del márketing en entornos diversos. La misión también favoreció el crecimiento personal, al brindar contacto con realidades socioculturales distintas y fomentar la reflexión sobre el papel del mercadeo en la transformación social.

Figura 6

Parque Explora



Finalmente, esta experiencia fortaleció las redes académicas interinstitucionales del programa, posicionó a la Universidad Mariana en espacios de movilidad nacional y, sentó las bases para nuevas colaboraciones investigativas. La Misión Académica a Medellín se constituyó, sin lugar a dudas, en una estrategia pedagógica transformadora, con impactos duraderos en la formación integral de los futuros profesionales del mercadeo.