

**VISITA ACADEMICA A MEDELLIN
APLICACIÓN DE CONCEPTOS**

MARVY RAMÍREZ MONTEZUMA

**UNIVERSIDAD ICESI
MERCADERO SOSTENIBLE
SANTIAGO DE CALI
2012**

**VISITA ACADEMICA A MEDELLIN
APLICACIÓN DE CONCEPTOS**

MARVY RAMÍREZ MONTEZUMA

ENSAYO

SORY CAROLA TORRES

**UNIVERSIDAD ICESI
MERCADERO SOSTENIBLE
COMUNIDADES Y MEDIACIÓN TECNOLÓGICA
SANTIAGO DE CALI
2012**

VISITA ACADEMICA A MEDELLIN APLICACIÓN DE CONCEPTOS

En la visita académica realizada a la ciudad de Medellín, se conoció la fábrica Eduardoño, el Parque explora y el Parque Arví. A lo largo de éste trabajo se realizará un análisis de los conceptos vistos en clase y su aplicación a las empresas visitadas.

EDUARDOÑO

Eduardoño incursionó en el mercado en 1946 con la importación y fabricación de embarcaciones en poliéster reforzado con fibra de vidrio para transporte de carga y pasajeros, actividades de pesca, deporte y botes de placer; planteándose como visión que en el 2020 Eduardoño será una empresa líder en el mercado internacional en suministro de equipos de yates y accesorios para las empresas.

Fue a partir de ahí donde se vio la necesidad de producir lubricantes, repuestos y servicios (incluyendo servicios de marina) que garantizaran el nuevo desempeño de los motores de sus embarcaciones. La empresa expandió su horizonte al estar pendiente de los cambios del mercado y del desarrollo de sus productos, puesto que cada uno generaba una nueva necesidad.

Su crecimiento fue acelerado, Eduardoño fue incursionando en el negocio agrícola al trasladar sus conocimientos en motores a herramientas para trabajar la tierra. Fue a partir de ahí, y gracias a los diferentes usos que pudieron darle a la fibra de vidrio que nace el negocio de soluciones ambientales y energía.

Es posible considerar a Eduardoño como una empresa innovadora puesto que constantemente está incursionando en nuevos mercados al renovar su producto base que es la fibra de vidrio, lo cual sumado a su conocimiento sobre motores, conlleva a la fabricación de nuevos productos que suplan las necesidades del mercado. Adicionalmente, garantiza que todas sus líneas, tengan soporte técnico para los clientes, lo que contribuye a generar un servicio de calidad por parte de la empresa.

Al conocer a Eduardoño, llama la atención la diversificación de productos con que cuenta, ya que por lo general las empresas se dedican a un solo mercado o a la fabricación de un solo producto. Ésta empresa ha incursionado en ocho mercados distintos a partir de una materia prima base (Agrícola, Náutico Botes, Ambiental,

Lubricantes, Repuestos y Servicios, Energía y Marina). Es importante resaltar la visión que han tenido los empresarios al no conformarse solo con la comercialización de motores YAMAHA, sino continuar creciendo e incursionando en el mercado para suplir diversas necesidades de los colombianos.

Eduardoño utiliza un mercadeo verde y ambiental dependiendo de la línea de productos a la cual se le realice la promoción. Si bien es cierto que la empresa reduce el impacto en el medio ambiente a través de la utilización de la fibra de vidrio que sobra de la construcción de los botes, su principal producto, en la fabricación de otros productos y que cuenta con una línea ambiental enfocada en plantas de tratamiento de agua potable y de calidad; éste no es su enfoque principal. Para ésta línea, la empresa utiliza un mercado ambiental, puesto que sus políticas de producto y de comunicación se basan en minimizar el consumo de recursos escasos y generación de residuos a lo largo del ciclo de vida de los tanques y plantas de tratamiento realizadas. Con lo que respecta a las demás líneas que maneja Eduardoño, se emplea un mercadeo verde ya que se utiliza al medio ambiente como un factor motivacional para los clientes mas no genera un beneficio a éste.

PARQUE EXPLORA

El Parque Explora-Acuario-Planetario es un centro interactivo que busca la apropiación y la divulgación de la ciencia y la tecnología. Fue creado con la visual reformativa del área en el que está construido, puesto que primaban el vandalismo y la pobreza en ésta zona. La Corporación Parque Explora se encuentra conformada por Metroparques, Confama, Cámara de Comercio de Medellín, Jardín Botánico, entre otros. En la actualidad, su arquitectura llamativa abarca 22 mil metros cuadrados de área interna y 15 mil de plazas públicas.

Aquí se brindan diversos servicios clasificados entre de las tres líneas estratégicas investigación, educación y divulgación de ciencia y tecnología y desarrollo social. El Parque Explora ofrece más de 300 experiencias interactivas, un auditorio para proyecciones en 3D, un estudio de televisión, una sala Infantil, espacios de experimentación y una sala de exposiciones temporales. Asimismo, “generar espacios de aprendizaje y divulgación, con el propósito de incidir en las prácticas pedagógicas y en la creación de opinión pública frente a la ciencia, la tecnología y la innovación” (Parque Explora)

El parque explora invita a promover, dinamizar y participar en investigaciones

entorno a la ciencia y tecnología mediante escenarios interactivos y exhibiciones que contribuyan a forjar conocimientos que aporten al desarrollo y bienestar de los visitantes y a la construcción de una mejor sociedad.

Siendo consecuentes con su visión que es ser reconocidos internacionalmente por la provisión de escenarios interactivos innovadores, el Parque Explora hace parte de la Red de pequeños museos interactivos del área Andina, Red Liliput; la Red de Popularización de la Ciencia y la Tecnología para América Latina y el Caribe, Red Pop; Association of Science and Technology Centers, ASTC; la Asociación Latinoamericana de Parques Zoológicos y Acuarios, ALPZA; y Visitor Studies Association, VSA. A nivel nacional hacen parte de Asociación Colombiana de Parques Zoológicos y Acuarios, ACOPAZOA; la Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia, ACAC, Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones, ACOLAP; la red de Atronomía de Colombia y la red de Museos de Antioquia.

El Parque Explora brinda un mercadeo ambiental, en donde se promueve la investigación, educación y divulgación de la ciencia y tecnología con el objetivo de construir una mejor sociedad y mejorar la calidad de vida de las personas a partir del cuidado del medio ambiente y uso adecuado de los recursos naturales. Por lo anterior, se identifica que el tipo de consumidor que visita el Parque Explora, es un consumidor verde puesto que no solo se preocupan por el medio ambiente y son conscientes del impacto que generan los productos y servicios que ofrece el mercado sino que desean aprender más acerca del impacto en el entorno y como se puede dar un mejor uso a los recursos naturales para preservar los diversos ecosistemas con los que se interactúan diariamente.

El perfil de los visitantes al parque es variado, puesto que éste brinda diversos servicios a la comunidad como se mencionó previamente. Durante la visita al Parque Explora se identificó en su mayoría visitantes con perfil café, puesto que nuestra llegada coincidió con la visita de colegios de la ciudad. El verde fue el segundo perfil más representativo. Se identificó debido a que eran aquellas personas que se detenían a leer las explicaciones antes de realizar la actividad correspondiente a cada estación. Los visitantes de perfil gris correspondieron a turistas, aunque fueron pocos se identificaron ya que utilizaban frases recurrentes que indicaban que debían visitar el parque porque era emblema de la ciudad. Durante ésta visita no se identificaron visitantes con perfil azul.

El Parque Explora hace énfasis en el balance básico, de la experiencia y agradabilidad puesto ofrece espacios dinámicos que permiten a los visitantes

interactuar con la ciencia, tecnología y medio ambiente, y no solo conocer de éstos temas de manera teórica. Asimismo, se esfuerza por hacer que los visitantes se sumerjan en cada una de las actividades que realizan dentro del parque, como por ejemplo, el acuario. El acuario representa dos ecosistemas en riesgo, el bosque húmedo tropical y los arrecifes de coral, creando una ambientación que lleva a que las personas se concentren en las más de 400 especies que ahí se pueden observar. El balance de los mensajes es muy bueno, puesto que la señalización tanto de información de las especies, de cada estación dinámica, como de cafeterías y demás, es frecuente, clara y visible. Asimismo, los anuncios por los altavoces con información de horarios de actividades y otros anuncios es frecuente y se puede escuchar desde cualquier lugar del parque.

PARQUE ARVÍ

El Parque Arví ubicado entre las veredas de Mazo y Piedras Blancas, es un parque natural ecológico de 1761 hectáreas que fue creado con la visión de proteger los recursos del territorio donde se encuentra ubicado así como busca crear concientización y cuidado por el medio ambiente para garantizar un futuro para próximas generaciones. Ésta propuesta ecoturística conformada por seis núcleos localizados en las veredas de Piedras Blancas, Mazo y Piedra Gorda, en el corregimiento de Santa Elena, tiene como objetivo fomentar brindar un espacio de participación ciudadano y de disfrute de toda la comunidad local, nacional e internacional.

En éste parque se brindan los servicios de hospedaje, alimentación y actividades como sendero, picnic, camping, núcleos y el mercado Arví. Los senderos, permiten a los visitantes conocer gran parte del área del parque y cumplen la función de “brindar seguridad, información e interpretación para mitigar los impactos negativos en zonas de conservación y sensibilizar a los usuarios sobre la importancia de conservar lo mejor posible todos los recursos” (Parque Arví). El camping, es otra de las actividades más solicitadas por los visitantes, ya que el Parque Arví cuenta con las adecuaciones y la infraestructura que permite que la su realización no altere los ecosistemas y demás componentes naturales. En proceso, se encuentra la adecuación de espacios dentro del Parque para celebrar todo tipo de eventos en espacial matrimonios y la realización de cabalgatas. En éste momento el Parque Arví está buscando ser reconocido a nivel nacional por su propuesta ecoturística. Para lograr esto, la Corporación Parque Arví se está certificando. Como parte de la estrategia, los guías están siendo capacitados constantemente para cumplir los requisitos que exigen las certificaciones.

El Parque Arví utiliza un mercadeo sostenible puesto que está contribuyendo a la disfrutar de la naturaleza sin explotarla, es decir, busca un beneficio real al integrarse como sistema con el entorno sin pensar en obtener un beneficio económico que sea mayor a las necesidades de quienes lo fundaron y sus visitantes. Asimismo, las operaciones del parque incentivan a un cuidado de los recursos naturales y del entorno sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para disfrutar de estos espacios y enfrentarse a sus propias necesidades.

El tipo de consumidor del Parque Arví, es uno ambiental, puesto que solo ofrece servicios destinados al cuidado del medio ambiente y concientización y educación por la conservación de las fuentes de oxígeno y legado cultural y arqueológico de la zona. Las personas que visitan el parque, no solo están interesados en hacer uso del hospedaje o realizar una caminata deportiva, sino que se preocupan por estudiar la diversa fauna y flora que allí se encuentra.

De los visitantes el perfil ambiental más identificado fue el azul ya que éstos se detenían a evaluar el entorno, analizar cada especie de orquídea además de prestar con mucha atención lo que el guía tenía para decir. Era fácil identificar este tipo de perfiles puesto que su vestuario era diferente a los demás, ellos iban preparados, llevaban zapatos y ropa cómoda además de cámaras fotográficas e hidratación. Aunque no todas las personas que clasificadas dentro de estos dos estilos eran expertos en la materia, si mostraban mucho interés en aprender y sentir el entorno. En la entrada del parque, había un equipo de grabación realizando una nota. Estas personas se clasifican dentro de los perfiles gris y café, puesto que se encontraban en el parque realizando su labor para cumplir un requisito, más no por vocación.

De los balances identificados los más fuertes corresponden al balance básico y de la experiencia, puesto que al ser un parque que brinda servicios y actividades que se desarrollan en medio de la naturaleza, lleva a que los visitantes tomen más conciencia de lo que sienten, ven y perciben. Los paisajes y variedad de fauna y flora cumplen solos con éste trabajo, el Parque Arví se ha encargado de la conservación de éstos espacios para que puedan ser disfrutados por las personas sin perjudicar el medio ambiente. El balance de los mensajes no están bueno, puesto que la señalización de los caminos e indicaciones son casi nulas, solo se dan al inicio del trayecto; dada la amplitud del parque y al ser una reserva ecológica el uso de altavoces solo se tienen en “lobby” del inicio del parque. Es importante resaltar que durante el trayecto recorrido se encontraban constantemente basureros debidamente marcados que promovían el reciclaje.

Después de realizar ésta visita, y observar a Medellín desde la teoría vista en clase, se identifica que el enfoque de la ciudad es fomentar el cuidado por el medio ambiente. En diferentes lugares se encuentran afiches relacionados con las buenas prácticas ambientales que los ciudadanos deben realizar buscando así redirigir las elecciones del consumidor y generar cultura y educación en pro de un desarrollo sostenible del planeta. Las empresas de ésta región cafetera le apuestan a una fuerte política de comunicación ecológica puesto que buscan educar medioambientalmente a todas las partes interesadas además de contribuir a crear una imagen de responsabilidad medioambiental lo cual contribuya a incrementar las ventas de manera directa e indirecta.

Bibliografía

Blog de Profesore, Universidad Icesi. (s.f.). Recuperado el 25 de 11 de 2012, de Blog de Profesore, Universidad Icesi: [Blog de Profesore, Universidad Icesi](#)

Parque Arví. (s.f.). Recuperado el 24 de 11 de 2012, de Parque Arví: <http://www.parquearvi.org/es-CO/page/48/Actividades/Senderos/46>

Parque Explora. (s.f.). Recuperado el 24 de 11 de 2012, de Parque Explora: http://www.parqueexplora.org/parqueexplora/26738_lineas-estrategicas.html

Anexos – Parque Arví



