

**ESCRIBE** CARMEN ESCOBAR  
**FOTOS** YAEL ROJAS  
**ILUSTRA** VERÓNICA CALDERÓN

**E**s curioso cómo el marketing se termina colando indefectiblemente en nuestras vidas. Observa el reloj que llevas puesto, la computadora desde la que te conectas al mundo y los audífonos que quieres comprarte. Detrás de cada producto funciona un sistema de marketing que ha guiado, a veces sin que te des cuenta, tus elecciones. Es el mismo que hace que prefieras un producto o servicio a otro. Que hables bien de un local y que vuelvas siempre a él. Que tengas una buena imagen de un personaje público o incluso que, poco a poco, modifiques hábitos o conductas. Puede sonar macabro, pero lo cierto es que el marketing mueve, en buena parte, al mundo.

De ahí que el profesional de marketing deba manejar una paleta de conocimientos que va desde lo meramente estratégico y lo organizacional pasando por lo estadístico, las finanzas, hasta abarcar lo sociológico. Se trata de una carrera completa y te advertimos que le pierdas el miedo a los números pues los verás seguido. Como apunta Fernando Arrunátegui, decano de la facultad de Gestión de Isil, aunque los alumnos de esta carrera no lleven, por lo general, cursos de matemática avanzada, sí hay bastante estadística pues esta brinda información que, analizada de manera inteligente y marketera, será de utilidad para que la empresa trace sus estrategias. Además, paga bien. De ahí que Arrunátegui apunte optimista: "Lo que la empresa invierta en marketing se traduce en una venta futura". Así que tu análisis estadístico será bien recompensado. Tenlo en cuenta.

Como parte de tu preparación como futuro marketero, llevarás además cursos de formación gerencial y gestión, señala Yolanda Valle Velasco,



**TODOS PARA UNO.** EL MARKETERO DEBERÁ COORDINAR SU TRABAJO CON LAS ÁREAS DE FINANZAS, ADMINISTRACIÓN O DIRECCIÓN DE UNA EMPRESA.

## ¿Dónde estudiar?

- Universidad del Pacífico
- Universidad de Lima
- Universidad Esan
- Universidad Científica del Sur
- Universidad e Instituto San Ignacio de Loyola
- Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)
- Universidad de San Martín de Porres

coordinadora de la carrera de Administración y Marketing de la universidad Esan, así como también posicionamiento, segmentación y, para que tengas una mirada globalizadora de lo que te espera una vez que salgas de la universidad, de realidad nacional.

De a pocos irás adquiriendo las herramientas necesarias para poder analizar tu mercado, tu audiencia, tu producto, su cadena de producción y distribución. También aprenderás cómo desarrollar productos, marcas

("branding") o cómo ubicar o disponer de este para que resulte más atractivo ante el público.

## El cielo es el límite

Sin embargo, a pesar de que solo te hemos hablado de la parte comercial del marketing, debes saber que existe un amplio campo en el que desempeñarte. Está el marketing político, el personal, el cultural, el ecológico. En realidad, cualquier sector que requiera el posicionamiento de su marca, producto o servicio requerirá los servi-