



## MARKAMARCA: LA COMUNIDAD DE LOS MARKETEROS PERUANOS

El marketing en el Perú, si bien es cierto se practica muy profesionalmente hace ya muchos años, en especial por empresas de gran envergadura y generalmente transnacionales, ha sufrido a lo largo del tiempo una serie de críticas al ser confundido popularmente como una práctica que trata de engañar al consumidor para que adquieran productos de cualquier tipo mediante argumentos poco veraces.

Es así que es usual escuchar, hasta ahora, frases como: “ese producto (o ese servicio) es puro marketing”, con lo que se trata de expresar que el marketing sirve para engañar al consumidor.

Sin embargo, el marketing es una profesión clave en el desarrollo de las empresas y es una herramienta de gestión que puede ayudar al desarrollo no sólo de una corporación, empresa o institución sino de un país, claro ejemplo es la exitosa campaña de MARCA PERU que nos está dando a todos los peruanos muchas satisfacciones, fruto del trabajo de profesionales, entre ellos, varios marketeros.

Es así que, con la finalidad de difundir la práctica profesional del marketing, contribuyendo al desarrollo de nuestro

### > AUTOR

**Fernando Márquez Biola**  
- Director Ejecutivo de  
Markamarca Sociedad Peruana  
de Marketing

país y de permitir a los más de siete mil marketeros peruanos contar con voz propia ante temas de coyuntura nacional, se funda en el año 2002 la Sociedad Peruana de Marketing, gracias a un grupo de marketeros que tuvieron la visión de difundir y desarrollar dicha profesión, dándole a éste una visión ampliada y volcándole una proyección social que le permitiera mejorar el bienestar de la población en diversos campos de la vida diaria.

Recientemente, la Sociedad Peruana de Marketing decidió relanzarse acompañando de ese modo la corriente de inclusión social en la que con mucho éxito nuestro País está inmerso. Así fue como cambió su denominación a Markamarca, englobando bajo este concepto a todos los marketeros del Perú y a todas las marcas relacionadas con dichos marketeros. Actualmente, Markamarca viene realizando una serie de acciones y actividades que buscan diferentes objetivos a diferentes niveles.

Al nivel del país, propone soluciones a problemas de la sociedad por medio de las herramientas del marketing, asesorando a las instituciones públicas, al Estado y a la sociedad en general en asuntos de interés nacional, contribuyendo de esa manera con el desarrollo social y humano a través de velar por las buenas prácticas, la ética, el respeto del derecho y privacidad de las personas y la imagen de la actividad.

A nivel de la disciplina del marketing, contribuye al desarrollo de la especialidad y de su imagen en el Perú como una disciplina integral de gestión (ciencia, arte, técnica), reforzando su uso como herramienta clave en el desarrollo de los negocios y por ende, en el crecimiento del País.

Por otro lado, actúa como representante acreditando a sus miembros para el correcto ejercicio del marketing en el



Perú, promoviendo la investigación, los estudios y el desarrollo de herramientas que enriquezcan la disciplina y colabora con las instituciones docentes especializadas en la enseñanza y adiestramiento técnico en el área del marketing.

A nivel de sus miembros, Markamarca promueve el desarrollo profesional de los asociados, auspiciando cursos, talleres y conferencias, fomentando el seguimiento de valores comunes y el compromiso ético con la disciplina. Asimismo incrementa la competitividad fomentando el intercambio de experiencia profesional, empresarial y social entre los asociados, sin dejar de lado el compañerismo y la colaboración entre los dirigentes de marketing en los ámbitos local, nacional e internacional.

Entre nuestros destacados miembros tenemos al reconocido Dr. Rolando Arellano y junto a él, Percy Marquina, Solon King, Alberto Haito, Liliana Alvarado, Robby Ralston, Percy Vigil, entre otros marketeros considerados líderes de opinión. Asimismo, tenemos entre nuestros asociados corporativos a grandes empresas como: Alicorp, Grupo Ripley, Grupo Falabella, Procter & Gamble,



El marketing es una profesión clave en el desarrollo de las empresas y es una herramienta de gestión que puede ayudar al desarrollo



Frecuencia Latina, Arellano Marketing, Banco de Crédito del Perú, Centrum Católica, ESAN, UPC, Universidad del Pacífico y otras instituciones que ya forman parte de nuestra gran familia marketera.

Le damos la bienvenida en esta oportunidad a la Universidad Continental porque al ingresar a Markamarca como asociado corporativo reconoce la importancia del marketing en nuestro País y la importancia de difundir su correcta aplicación para beneficio del consumidor y de la sociedad en general. ■