



14 años trabajó en nuestro país antes de emigrar a España.

28 de octubre será la gala Marcas que Enamoran en Madrid.

La especialista peruana en marketing y comunicación corporativa radicada en España, nos dice cómo se debe enfrentar las nuevas tendencias en su especialidad

UNA ENTREVISTA DE JOHNNY PADILLA ORBEGOSO / FOTO: DIFUSIÓN

“Salir de tu país exige la convicción de que te va a ir bien”



Vvian García Villavicencio es una comunicadora peruana que emigró hace seis años a España para reinsertarse en un país que la cobijó y del que, ahora, está enamorada. Ella vivió la experiencia de empezar desde cero y, a punta de persistencia y de emprendimiento, dirige desde Madrid su propia agencia de comunicaciones y marketing que ha creado los Premios Internacionales Marcas que Enamoran.

¿Por qué decides dejar tu país? ¿Qué te impulsó?
En realidad

cuando decido emprender lo hago primero en el Perú. Abri mi agencia y estaba, en ese entonces, con varios proyectos, siempre he trabajado para corporaciones multinacionales en las áreas de marketing, comunicaciones y responsabilidad social. No consideraba en ese momento migrar, al punto que teníamos catorce proyectos ya contratados, sin embargo vino el tema político, cambio de gobierno y las empresas me dijeron: 'Vivian tenemos que suspender', y todos los proyectos se cayeron.

Un momento muy complicado...

Desde luego, después de haber trabajado durísimo, conectado muy bien con los clientes, hecho propuestas y toda la dinámica consultiva que tiene una agencia me dije: 'Esto no puede estar pasando, algo tengo que cambiar, algo que no está funcionando'. Y es allí que una de las primeras cosas que me trajo a España es actualizarme. Vine a estudiar un master, a compilar información, a conectar con empresas aquí y eso me hizo ver que tenía muchas posibilidades de crecimiento aquí y es así que, finalmente, decidí quedarme.

¿Cómo nace la iniciativa de los Premios Internacionales Marcas que Enamoran?
La idea surgió en el 2021 pre-

guntándonos qué más podíamos hacer para cumplir nuestro propósito de transformar el mundo de los negocios, el marketing y la comunicación. Durante el 2020-2021 fuimos testigos de cómo el mundo se paralizaba ante el problema sanitario que afectó prácticamente a todos los sectores económicos. Pero en medio de la incertidumbre y del cambio inesperado, descubrimos a muchas personas, empresas e instituciones que demostraron su compromiso con la humanidad y su valía para ayudar a otros y continuar ofreciendo experiencias memorables en clientes y empleados. Y dijimos, '¡Estos sí que son dignos de reconocimiento!'.

¿Perú toma parte en este certamen?

Hay que señalar que entre las marcas candidatas de las 9 categorías, Perú estará representado por empresas, emprendedores y organizaciones sin fines de lucro que han decidido participar en el certamen que contará con la valoración del público en la primera etapa del proceso, a través de un canal de votación on line que se hará público en el mes de mayo.

¿Cómo debe ser una marca que "enamora"?

Una marca enamora porque conquista personas a nivel racional y emocional, es aquella que conquista el corazón

de las personas. Las personas deciden tener los productos de esa marca o sus servicios por lo bien que les hace sentir, por las experiencias que les proporciona en sus vidas o su situación particular. Y esto aplica para todos los sectores y modelos de negocio. Una marca convierte clientes en fans.

Es una nueva mirada en estos tiempos de cambios...

Sin duda, desde esa perspectiva promovemos una transfor-

mación en la manera que hacemos negocios, en la manera que hacemos marketing y comunicación porque el mundo no necesita solamente buenos productos y servicios, sino que se trata de dejar una huella impactando vidas, mejorando la calidad de la vida de la gente y, por ende, contribuir a tener un mundo mejor.

¿En base a tu experiencia qué tienes que decirles a quienes están pensando en emigrar?

Salir de tu país exige, decididamente, que tú tengas la convicción de que te va a ir bien, que te proyectes a que vas a salir de tu zona de confort sí o sí, que te proyectes que vas a tener la capacidad, todas las habilidades y que tu talento va a ponerse en juego. Debes moverte sin ningún tipo de inseguridad porque eres tan válida como persona y como profesional en cualquier lugar del mundo. *



VIVIAN GARCÍA
COMUNICADORA
Dirección de Marketing y Dirección de la Comunicación (España), con énfasis en comunicación corporativa, medios de comunicación y desarrollo social (Perú). Es CEO Founder de la Agencia Internacional de Comunicación & Marketing.



Una marca enamora porque conquista personas a nivel racional y emocional”

VIVIAN GARCÍA,
comunicadora.