



Entrevista a Anuor Aguilar: Hablemos de Trade Marketing

Una energía llena de positivismo y alegría invadió la sala donde Anuor nos recibió tan amablemente. Así comenzó nuestra reunión con él. Y, de este modo, comenzamos la presentación de tan grato momento.

En la actualidad somos protagonistas del incremento del consumo en nuestro país, pasamos por bodegas, bares, mercadillos, quioscos, y demás negocios (o mejor dicho, micro-negocios) formados por empresarios emergentes. Además, tenemos supermercados, centros comerciales, galerías, restaurantes entre otros. Valga decir que somos dueños de un mercado donde todos compiten por un espacio, por una marca, por un estilo. Sin embargo, en todo este mar de oferta (y demanda que obviamente le da vida a este movimiento) nos encontramos en diferentes estados constantemente. Somos Clientes antes de adquirir un producto, somos Shoppers al momento de comprarlo, pasamos a ser Consumidores (en caso lleguemos a ser nosotros quienes consumamos dicho bien) y por qué no también ser vendedores.

Constantemente estamos vendiendo o promocionando algo sin tan siquiera darnos cuenta. El Boca a Boca, también conocido como "Word of Mouth" es una herramienta fuerte de venta subliminal cuando recomendamos un producto y este es consumido finalmente por quien fue recomendado, cuando vendemos nuestra imagen personal, conocida también como "Personal Brand", y es esta quien nos da la pauta de ser reconocidos por algo general que nos caracteriza y que dependerá mucho de cómo somos y qué tanto nos mostremos dentro de la sociedad y nuestros grupos de referencia.

Un Sitio en el Mundo comparte con todos ustedes esta maravillosa entrevista, donde conoceremos más a fondo a nuestro especialista **Anuor Aguilar**, su trayectoria profesional y nos comentará sobre qué tan difícil es crear marcas de valor en el Perú



Anuor Aguilar: “En tiempos de cambios, permanecer en el mismo lugar es retroceder”

Anuor Aguilar estudió Economía en la Universidad del Pacífico y es especialista en Marketing y Ventas. Trabaja actualmente en Perú y ocupó cargos gerenciales en Chile, Suiza, Perú y Bolivia en empresas multinacionales como Nestlé y el sistema Coca-Cola. Asimismo, ha realizado implementaciones de procesos de negocios en Brasil, México y Canadá. Es especialista en Business Excellence en Shopper y Consumer Marketing. Tiene su propio blog, [Marketing Point](#), donde nos informa sobre varios temas relevantes sobre el [posicionamiento de una marca](#), [el valor diferencial](#), entre otros tantos temas de interés para sus lectores.

Anuor nos cuenta en la entrevista que se considera “un artista que nunca pudo dedicarse 100% al arte” pero que encontró en el Marketing las piezas claves para crear, diseñar y construir emociones a partir de este concepto.

“El Marketing tiene la capacidad de crear, de piezas aisladas, un producto de comunicaciones, que a su vez genera emociones, y si tú pones el paralelo de lo que es el arte, es lo mismo. Tú agarras una piedra que no tiene forma o una página en blanco, juntas piezas e ideas y la conviertes en algo que el objetivo del arte es transmitir y generar emociones”.

Desde muy joven supo qué quería hacer en el futuro y es así que tocó las puertas de Nestlé y comenzó su carrera en dicha empresa. Los momentos y circunstancias se le tornaron difíciles al iniciarse en la carrera; sin embargo, su visión fue lo que lo empujó a seguir adelante, cada experiencia nueva que pasaba lo acercaba más a su objetivo principal y, de este modo, fue construyendo su marca personal la cual fue alineándose con sus objetivos personales y de mercado.