

El marketing que conecta, transforma y deja huella

Entrevista con **Marcela Quevedo**,
egresada de Mercadeo y Publicidad

¿Cuál fue el momento más decisivo en tu carrera profesional en el que aplicaste algo aprendido en la Universidad Central?

Han sido muchos los momentos, pero hay uno especialmente significativo: la construcción del *branding* del primer hotel con estándares internacionales en Quibdó. Fue un proyecto retador y muy enriquecedor, no solo desde el *marketing*, sino desde el impacto social. Uno de los hitos más importantes fue una campaña digital hipersegmentada en la ciudad, donde invitamos a la comunidad a participar en la creación del nombre del hotel, acompañando su propuesta con una justificación creativa y profunda. Más que construir una marca, construimos identidad y sentido de pertenencia en un proyecto que marcaría un antes y un después en la ciudad: el primer hotel de altos estándares, en el primer centro comercial con sala de cine. Aplicamos conceptos de semántica, semiótica, estrategia de marca, comportamiento del consumidor y construcción de comunidad. El cierre fue muy especial: el ganador no solo vio materializada su idea, sino que fue el primer huésped del hotel junto a su familia. Ese momento me reafirmó que el *marketing*, cuando se hace bien, no solo vende, sino que conecta, transforma y deja huella.

Si tuvieras que nombrar a una sola profesora que marcara tu manera de entender el oficio, ¿quién sería?

Es difícil elegir solo una, pero, sin duda, Carolina Arenas, profesora de Psicología del Consumidor, marcó profundamente mi

forma de entender el *marketing*. Ella despertó en mí una curiosidad permanente por entender a las personas: sus decisiones, sus motivaciones y sus comportamientos en diferentes contextos. Gracias a su enfoque, aprendí a observar con intención, a analizar lo que sucede en un punto de venta, en un espacio de ocio o incluso en entornos digitales, y debo reconocer que hoy sigo practicándolo con el mismo entusiasmo del primer día. Entender al consumidor no como un dato, sino como una persona, como un mundo desconocido del que se pueden inferir muchas cosas: esa mirada ha sido clave para liderar estrategias más humanas, creativas y efectivas.

¿Qué reto profesional inicial te resultó más formativo?

Más que un fracaso, lo definiría como un reto constante en el que sigo trabajando: el inglés como segundo idioma. En el sector hotelero se hace evidente que dominar un segundo idioma de manera integral no es un diferencial, sino una necesidad y una oportunidad que abre puertas. Mirándolo en retrospectiva, creo que una mayor exposición al idioma desde los primeros semestres, incluso con algunas clases dictadas en inglés, habría sido muy valiosa. Hoy lo asumo como un desafío activo, porque entiendo que el liderazgo también implica reconocer las oportunidades de mejora y actuar sobre ellas. Es un recordatorio constante de que el aprendizaje no termina nunca.

¿Qué vínculo humano nacido en la universidad ocupa un lugar importante en tu vida hoy?

El vínculo más importante que me dejó la universidad fue mi esposo, a quien conocí en el primer semestre. Este año cumplimos 15 años juntos, y nuestra historia comenzó precisamente en esos pasillos, en las clases de Contexto en la sede Centro. Además de ese gran amor, me llevo grandes amistades y recuerdos muy valiosos, especialmente en la sede de la 75, que fue escenario de muchos momentos felices. Todavía recuerdo el primer día: estaba tan feliz que no creía haber

podido lograrlo, realmente estaba estudiando algo que amaba desde siempre.

Fuera del currículo, ¿hubo alguna experiencia que transformara tu manera de estar en el mundo?

Más que una experiencia puntual, fueron los espacios de interacción, los trabajos en equipo y los retos académicos los que me llevaron a salir de mi zona de confort. La universidad me permitió desarrollar habilidades clave como la proactividad, la capacidad de trabajar en equipo, la creatividad, el criterio, la capacidad de liderar con nuevas ideas y, sobre todo, hacer que las cosas pasen.

¿Qué emoción predomina cuando piensas en la universidad?

Sin duda, la gratitud. Guardo muchos recuerdos felices, pero hay algunos muy especiales: los trabajos de campo analizando el comportamiento de las personas en lineales o en zonas comerciales de Bogotá. Eran de las materias más emocionantes, en las que sentíamos que lo que estudiábamos estaba completamente conectado con la realidad. Hoy, cuando hago mercado, cuando viajo o cuando observo dinámicas de consumo en otros contextos culturales, inevitablemente recuerdo esas clases con alegría.

¿Qué problema debería abordar la universidad con urgencia en los próximos diez años?

Creo que la universidad tiene una gran oportunidad en fortalecer la formación en innovación, tendencias futuras y habilidades blandas. Hoy, más allá del conocimiento técnico, el mercado exige profesionales creativos, analíticos, proactivos y recursivos, capaces de adaptarse y liderar en entornos cambiantes. Desde el *marketing* y la

hotelería he aprendido que anticiparse a las tendencias y entender hacia dónde va el mundo con creatividad es clave para tomar decisiones estratégicas. La universidad puede ser un motor en esa preparación.

Si pudieras diseñar un nuevo espacio en el campus, ¿qué propondrías?

Crearía un laboratorio de creatividad e innovación: un espacio vivo donde los estudiantes puedan experimentar, probar, equivocarse y volver a intentarlo. Un lugar con estímulos, herramientas y dinámicas que fomenten la generación de ideas y su aterrizaje. Porque la creatividad no es exclusiva de los publicistas; es una capacidad clave en disciplinas como el *marketing*, donde transformar ideas en acciones concretas es lo que genera valor real. Sería un espacio para pensar diferente y, sobre todo, para hacer que las cosas pasen.

¿Qué pregunta le dejarías a las próximas generaciones?

¿Cómo van a lograr trabajar con excelencia y ambición sin perder de vista su bienestar y su calidad de vida? El gran reto de las nuevas generaciones no solo será destacarse profesionalmente, sino encontrar un equilibrio sostenible. Para eso, serán clave los hábitos y una mentalidad que les permita construir una vida integral.

¿Una palabra que sintetice lo que significa haber sido parte de la Universidad Central?

Sueño cumplido. Haber estudiado lo que amo y poder ejercerlo con pasión ha marcado profundamente mi camino. Es una historia que sigue construyéndose todos los días. ○

