

ELIGE A LOS MEJORES

HÉCTOR HERMOSILLA, PRESIDENTE EJECUTIVO DE VALORA:

“Puro marketing, pero del bueno. En realidad, del mejor”

Desde el 2011, Mktg Best ha destacado a 58 profesionales en sus respectivos ámbitos del marketing.



Sosteniendo sus respectivos trofeos: Carolina Pinheiro, CEO de Inbrax; José Miguel Ventura, socio director ejecutivo de La Vulca; María Beatriz Parodi, gerenta de Marketing de Banco de Chile; Marlene Larson, gerenta general de AMDD; Carolina Cuneo, gerenta comercial de GfK, y Patricio del Sante, CEO de 10:10. Los premiados en distintos ámbitos de marketing aparecen acompañados por Héctor Hermosilla, Diego Hermosilla y Javiera Córdova, directivos de Valora.

Es frecuente escuchar la expresión “¡eso es puro marketing!”, ante ciertas acciones de este ámbito, ya sean publicitarias, promocionales o de otra naturaleza. “Con este comentario, se busca señalar que el asunto no es tan así como se hace aparecer, o que se está exagerando para convencer sobre lo que se plantea e inducir al consumo indebidamente. Es cierto que existen manifestaciones de marketing de este tipo, pero gran parte de ellas suelen quedar al descubierto sin mucho esfuerzo por parte de las personas a quienes ellas están

dirigidas, transformándose en un boomerang para ese producto o servicio y su marca”, explica Héctor Hermosilla, presidente ejecutivo de Valora. Añade que sería muy deseable que se tuviera claridad de que eso no es “puro marketing”, sino que eso es obviamente, “puro mal marketing”. “Lamentablemente esa frase se ha hecho extensiva para calificar situaciones o realidades que no tienen nada que ver con marketing, pero quien la expresa la considera como engañosa, tendenciosa, o con algún propósito escondido detrás”,

sostiene. A raíz de este fenómeno, subraya Héctor Hermosilla, que entonces “el mal marketing” además de estar corriendo el riesgo del mencionado boomerang, está dañando la imagen pública del marketing en general, el buen marketing incluido. “Por esto que el propósito prioritario de Mktg Best —organizado por Valora— de distinguir a marketeras y marketeros que lo están haciendo demostradamente bien, debiera servir además, para que su actitud frente al ‘buen marketing’ sea emulada por

todos los profesionales de esta disciplina”, detalla. **ESCENARIO ACTUAL** Javiera Córdova, directora de Programas de Valora, explica que las complicaciones que enfrentó la industria en el último tiempo, y las trabas al quehacer de sus protagonistas, reforzaron la misión de Valora de reconocer a quienes lo merecen. “Como todos los años, se comenzó invitando a un amplio panel proponente a recomendar candidatos calificados, y luego se convocó a un comité elector de

cuarenta integrantes —compuesto en 70% por “Mktg Besters” de años anteriores— que de manera remota analizó, discutió y eligió a un grupo de seis profesionales reconocidos en Mktg Best 2020”, señala. A la fecha, este programa de reconocimiento profesional —cuya primera versión anual ocurrió en 2011— ha destacado a 58 profesionales en sus respectivos ámbitos de acción marketera. Dadas las condiciones sanitarias, este año se organizó una íntima y emotiva reunión de entrega de trofeos a los ganadores, señalando con ello ejemplos de

desempeño profesional a actuales y nuevas generaciones de actores de la escena del marketing del país. “En la premiación, estuvimos acompañados por entidades que año a año nos respaldan y apoyan en esta iniciativa en la que juntos destacamos la relevancia del quehacer de nuestra industria marketera, como Radio Cooperativa, Achap, ANDA, IAB Chile, AMDD, AAM, AIM, ChileDiseño, y la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, a quienes reconocemos su constante apoyo y compromiso”, finaliza Javiera Córdova.

Las contribuciones profesionales al marketing de calidad de los premiados en Mktg Best 2020 enorgullecen a sus organizaciones



“LA GERENTA QUE LAS AGENCIAS DEBEN TENER”

“Inbrax cumplió diez años y qué mejor forma de celebrar con este reconocimiento a nuestra CEO, Carolina Pinheiro. Esto se debe a su liderazgo que ha impactado positivamente a todos los stakeholders del negocio y con el propósito de mejorar la sociedad (creativa). También destaca su actuación gremial como directora en Achap, en RedMAD y en Conar, donde ha podido colaborar en mejorar los estándares de la industria creativa, el liderazgo de la mujer y la correcta ejecución de los mensajes comunicacionales. Cuarenta profesionales bajo su gestión y con los que ha logrado un negocio sustentable y de constante crecimiento a lo largo de los años, inclusive en este 2020, donde se logró ser la agencia digital chilena del año en el ranking TopFICE. Estudiosa como buena abogada, cuenta con tres masters. Fue la primera latina en ganar el Women In Marketing como líder de agencia. Y es profesora del Magister en Marketing de la U. de Santiago. Queremos agradecer a todos los clientes y proveedores que confían en Inbrax y cuya confianza se materializa con este Mktg Best. Es un orgullo trabajar con esta brasileña, ser su socio, su marido y el padre de su hijo Caetano”,

Inbrax.

“INNOVAR EN NUEVAS ESTRATEGIAS”

“En representación de Banco de Chile, felicitamos a María Beatriz Parodi, gerenta de Imagen y Publicidad Corporativa, por el importante premio que recibió en los Mktg Best 2020, que la distinguen como la mejor gerenta de Marketing del año. En momentos complejos para levantar campañas de marketing y publicidad que sean empáticas y que conecten con los intereses y sentimientos de las personas, estamos orgullosos del trabajo que ha liderado durante este año al plasmar en la imagen corporativa de Banco de Chile nuestro compromiso con el bienestar de las personas, con el desarrollo de las pymes y con el país. El contexto que vivimos nos ha impulsado a innovar en nuevas estrategias, a desafiar estructuras preestablecidas y, sobre todo, a conectarnos más con la gente y darles voz a través de nuestras campañas. Este ha sido el sello que hemos propuesto y que María Beatriz Parodi y su equipo han sabido cristalizar en potentes iniciativas para comunicar acciones dirigidas a clientes, al ecosistema emprendedor y a la comunidad en su conjunto, entendiendo que, por 127 años, Banco de Chile ha cumplido y seguirá cumpliendo un importante rol social”,

Banco de Chile.

“ÉTICA EMPRESARIAL Y BUENAS PRÁCTICAS”

“Desde hace seis años que Marlene Larson está a cargo de la Gerencia General de AMDD, realizando en conjunto con el directorio, un trabajo consistente en lo que tiene relación con la ética empresarial y las buenas prácticas en la industria, posicionando a la asociación como un referente en autorregulación de comunicaciones y marketing. En los últimos años, la AMDD ha tenido un importante crecimiento tanto en cantidad de empresas socias, como en la relevancia de los temas que aborda y la participación e influencia de Marlene Larson en este proceso ha sido clave. Así como también en la creación de procesos de revisión y certificación para las empresas asociadas respecto de sus comunicaciones de marketing, la actualización de nuestro código de Ética y Autorregulación y la realización de estudios e investigaciones que son de utilidad para la industria. Destacamos su forma de trabajar colaborativamente y empujar de forma muy activa la participación de todos los actores de la industria, haciendo de esta un espacio común en pos de comunicaciones de marketing relevantes y cada vez más responsables”,

AMDD.

“INFORMACIÓN EN ACCIÓN”

“Carolina Cuneo lleva más de 15 años dedicada al mundo del branding, estrategia de marcas e investigación de mercados. Su historia profesional ha estado siempre ligada a GfK Adimark. Inició su carrera en investigación cualitativa en 2005 junto a nosotros. En 2010 partió a trabajar a GfK Barcelona y a cursar un Máster en Planificación Estratégica de la U. Ramon Llull. Volvió a las oficinas de Chile, pero luego nos dejó para desarrollarse durante cinco años como planner en agencias de publicidad del grupo Omnicom. Pero decidió volver, ahora ya para aportar desde una perspectiva totalmente nueva, con todo el bagaje adquirido asesorando y planificando el desarrollo de las marcas más importantes de Chile. Carolina Cuneo nos entrega una mirada fresca y única en nuestro trabajo diario de asesoría. En GfK creemos que la clave es utilizar la voz del consumidor como la brújula que apoya la toma de decisiones de marketing. Ese es un trabajo que logra muy bien, ayudando a nuestros clientes a crecer estando siempre sintonizada con lo que la información nos están mostrando; no desde la intuición, sino desde el conocimiento y la mirada experta”,

GfK Adimark.

“DESAFIAR EL MODELO CLÁSICO DE PUBLICIDAD”

“Patricio del Sante lleva más de 15 años trabajando en el mundo de las comunicaciones, el marketing y la publicidad. A sus 24 años fue convocado para formar parte de una de las agencias de publicidad más destacadas de Argentina, y en el 2010 fue reconocido como el mejor publicista del año por el Círculo de Creativos Argentinos y como el séptimo mejor creativo a nivel mundial por el prestigioso festival de Cannes. Después de cinco años viviendo en Buenos Aires y trabajando para campañas mundiales y regionales, Patricio del Sante volvió a Chile para fundar una oficina que desafiara el modelo clásico de las agencias de publicidad. Fue así como en el 2013 funda su propia Agencia 10:10. Aquí dirige un equipo diverso de investigadores, estrategas, diseñadores, animadores, creativos, analistas e ingenieros, con el objetivo de desarrollar nuevas formas de resolver problemáticas comunicacionales a través del pensamiento creativo. Este año su agencia fue la responsable de la exitosa y comentada campaña para los vinos Santa Helena, la cual re-inventó la forma de hacer publicidad en la industria del vino”,

Agencia 10:10.