

MINUTA DE REUNIÓN

COMITÉ: MARKETING			
Tema Convocatoria: Storytelling y Storydoing ¿La ambidiestralidad del Marketing?			
Fecha	03 de Septiembre 2025	Hora Inicio	10:00
Modalidad	Online	Hora Fin	11:00

ASISTENTES	
EMPRESA	REPRESENTANTE
Aramark	Hugo Henri
Arkavia	Carlos Antonio Cortes
CAIXUN SPA	Josefa Ode
Coopeuch	Sandra González Durán
Coopeuch	Soledad Cassini
Cía. Agropecuaria Copeval S.A.	Bárbara Maureira
Deloitte	Gabriela Paredes
LIPIGAS	José Pablo Cáceres
Marsella Spa	Valentina Pérez
Importadora de Repuestos Brasil Ltda.(IMBRA-GRUPO COLLINS)	Roberto Jaraquemada

IPLACEX S.A	JUAN CARLOS BACARREZA
Materiales y Soluciones	Natalia Perez
Megacentro	Andrea Betancourt
Natura	Amalia Fontecilla
Pawal	Iván Cariaga
PedidosYa	Gustavo Rosenthal
REM Marketing	Ronny Groisman Sobocki
Rentaclima	Francisco Contreras
Rentokil Initial Chile SpA	Gabriela Villarroel
Samsung	Macarena Oportot
San Camilo	Marco Hernandez
Skechers Chile Limitada	Sergio Costabal
UNIBAG	Adela Rogers
Vinson Consulting	Juan Guillermo Espinosa
COMERCIAL LIMAX SPA	Julian Aguilar
CCS	Romina Salazar
CCS	María Ignacia Díaz

CCS	Julia Vergara
CCS	Lucia Luppi

PROGRAMA DE LA SESIÓN

- ✓ Bienvenida Nuevos Integrantes
- ✓ Anuncios Relevantes: Inscripción Mentorías ETM
- ✓ Invitado: Matías Puente Solari, Chief Marketing Officer “Storytelling y Storydoing ¿La ambidiestralidad del Marketing?”

TEMAS TRATADOS

Durante la sesión del Comité de Marketing, Matías Puente Solari presentó su enfoque sobre la integración del branding y el performance en las estrategias de marketing. Destacó que el branding debe ser visto como una inversión a largo plazo, en contraposición a la búsqueda de resultados inmediatos del performance. Propuso que los profesionales de marketing utilicen un lenguaje que resuene con los ejecutivos de alto nivel para facilitar la aceptación de inversiones en branding, y subrayó la importancia de medir indicadores que reflejen el impacto del branding en el crecimiento del market share y la rentabilidad.

Matías también compartió su experiencia en la transformación de marcas en el sector de supermercados, como en TOTTUS y LIDER, donde implementó estrategias centradas en el cliente y campañas innovadoras que mejoraron la participación de mercado. Abordó la necesidad de un lenguaje común en el equipo de marketing y la importancia de trabajar en conjunto con el área comercial para el éxito de las estrategias. Además, se discutió el desafío de medir el retorno de inversión en acciones de marketing y la relevancia de comunicar el valor de la presencia de marca en eventos.

Próxima sesión: Octubre 2025

Luciana Luppi

Secretaria Ejecutiva

Ivonne Yáñez

Abogada Legislativa CCS

Septiembre 2025

Fecha de aprobación