

XXVIII
CONGRESO
CHILENO DE
MARKETING
2019

A large, irregular hole is torn into the white, crumpled paper background. Through this hole, a dark blue night sky filled with numerous white stars is visible. The text 'UN NUEVO COMIENZO' is superimposed on this starry background.

UN
NUEVO
COMIENZO

JUEVES
16 | MAYO
08:30 | 18:00
CASAPIEDRA

UNA NUEVA
COMUNICACIÓN

UN NUEVO MARKETING

Claves para el cambio:

Sustentabilidad

TENDENCIAS

**Disrupción en
la Cadena de Valor**

EXPERIENCIA
PROPÓSITO
COLABORACIÓN



UN
NUEVO
COMIENZO

UN NUEVO COMIENZO

El ciudadano del siglo 21
quiere una mejor respuesta
sobre el propósito.
El propósito de su consumo,
de su trabajo, de sus
decisiones y conductas,
de su vida privada, pública
y social...

**¿Estamos preparados
para dar estas respuestas
cuando muchos todavía
no nos hacemos estas
preguntas?**

XXVIII
CONGRESO
CHILENO DE
MARKETING

El ciudadano del siglo 21 quiere una mejor respuesta sobre el propósito. El propósito de su consumo, de su trabajo, de sus decisiones y conductas, de su vida privada, pública y social... ¿Estamos preparados para dar estas respuestas cuando muchos todavía no nos hacemos estas preguntas?

El marketing ha ido perdiendo **relevancia**. Ha pasado de la estrategia a concentrarse en procesos y operaciones. Ha perdido sintonía con las motivaciones más profundas de consumidores y clientes, sus deseos y aspiraciones... Ha perdido **conexión**.

El marketing, y especialmente la publicidad, han estado principalmente dedicados a “potenciar la demanda”. Hoy, por el contrario, parece que su foco debiera concentrarse en “potenciar la oferta”: mejor conocimiento del cliente, generación de valor agregado relevante, genuino compromiso en valores como la sustentabilidad, equidad, cumplimiento, diversidad y otros. Aportar un relato y un **propósito** que convoque al consumidor, a los equipos de la empresa y a la sociedad, es ahora una tarea ineludible del marketing.

Del mismo modo, la publicidad está cambiando radicalmente. Pareciera que el rol e influencia de los creativos estuviese pasando a los analistas de datos y modeladores matemáticos.

La poderosa dinámica de las redes sociales permite interactuar directamente con las personas para encontrar y definir el mensaje más efectivo, medido en “acciones” como consultas, preferencias, compras y recomendaciones. En este nuevo contexto ¿dónde harán publicidad y exhibición las marcas?

Lo mismo pareciera estar ocurriendo con la investigación de mercados. Toda la información fluye en tiempo real por las redes sociales y las transacciones digitales. ¿Quién puede basar sus decisiones de estrategia en información comparativamente tardía y menos representativa?

Pero el epicentro de la disrupción y el cambio parece concentrarse en las redes de **distribución y organización** de los mercados. El retail y el canal tradicional están compartiendo terreno con un canal nuevo que se mueve en e-commerce de manera innovadora y caprichosa. Se aprecia un crecimiento de “canales” informales apoyados por la tecnología y así, más que una fuerza de ventas, hoy pareciera que las empresas debieran generar una “fuerza de compras”.

Como consecuencia de estos fenómenos, los márgenes se están debilitando producto de la tecnología y los nuevos modelos de negocio. ¿Qué tan válidas son las propuestas de valor?

SESIÓN 1 | 08:30 A 10:30

Tendencias

PRESIDE

Lorenzo Gazmuri

Presidente del Círculo de Marketing de ICARE



El uso de información confiable y relevante es un requisito esencial para desarrollar un marketing que le haga sentido al consumidor y ofrezca propuestas de valor que conecten con sus destinatarios.

La enorme disponibilidad de datos de la que se dispone actualmente, no facilita necesariamente esta tarea.

Cada vez es más necesario un esfuerzo más profundo de inteligencia de marketing para interpretar correctamente los datos y hacer una definición adecuada de metas y estrategias.

A la vez, durante la ejecución se hace necesario disponer de métricas adecuadas para evaluar los avances y efectuar correcciones oportunas.

Escenarios. Cambios que potenciarán la vida



Beau Waldrup
Energy Advisor - Corporate
Strategic Planning de ExxonMobil

Obtuvo un B.S. en Ingeniería Química en Virginia Commonwealth University y un Ph.D. en Ingeniería Química de la Universidad de Carolina del Sur. Después de completar su doctorado se une como investigador principal a ExxonMobil en Clinton, NJ. Desde entonces, ha ocupado varios cargos en los negocios de Downstream y Chemicals. La mayor parte de su carrera la ha desarrollado en roles de tecnología, centrándose en la adopción de tecnologías y materiales para procesos químicos y de refinación.

Tendencias Socio-Demográficas



Andrea Matte
Gerente General y Socio de Los Quiltros

Psicóloga de la Universidad Diego Portales, con 25 años de experiencia en comunicaciones y marketing en Chile. Se ha desempeñado como Directora de Estudios en Adimark y Directora de Planificación Estratégica en Lintas Chile; Directora de Nuevos Negocios y Planning en Loweporta y Grupo Porta; Gerente General y Socio de Imaxbranding; Socio Ejecutivo de Must y Directora del Área de Proyecto de la Fundación Imagen de Chile.

Cambios y tendencias en la canasta de consumo en Chile



Carolina Cúneo
Gerente Comercial de GfK

Psicóloga de la Universidad Diego Portales. Diplomada en Psicología Clínica Psicoanalítica, Universidad del Desarrollo. Máster en Dirección Comercial de Marketing, Universidad Adolfo Ibáñez. Máster en Planificación Estratégica de la Comunicación, Universidad Ramón Llul, Barcelona. Más de 10 años de experiencia en estudios de mercado en Adimark Chile y GfK Barcelona. 5 años de experiencia liderando las unidades de planificación estratégica en agencias de publicidad como BBDO y Proximity. Actualmente lidera los proyectos de consultoría de marcas en GfK, es profesora titular del Diplomado de Branding de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Gerente Comercial de GfK Chile.

SESIÓN 2 | 10:50 A 12:10

Un nuevo marketing

PRESIDE

Guillermo Ponce

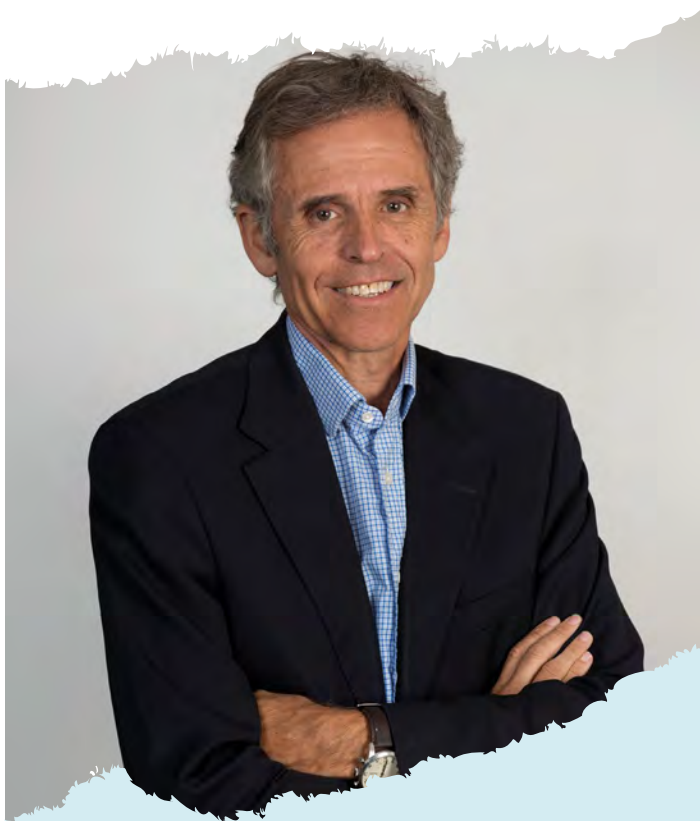
Gerente General de VTR



El marketing ha ido perdiendo relevancia. Ha pasado de la estrategia a concentrarse en la ejecución. Ha perdido conexión.

¿Quién está hoy día enfocado en entender el cambio y transformar el negocio? ¿Por qué las áreas de tecnología, manejo de datos y automatización parecen ganar tanto terreno? ¿Qué cambios radicales están afectando el campo del marketing, las comunicaciones y los modelos de negocio?

El marketing en perspectiva



Pablo Turner
Presidente ABCDIN

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. MBA de la Universidad de Chicago. Director de Empresas.

Qué significa transformación hoy



Adriana Noreña
Vicepresidenta de Google para Hispanoamérica

Antes ocupó la Dirección General de Google Argentina y la Dirección de Ventas y Operaciones Online de Google para Brasil, y luego, Latinoamérica. Se desempeñó como Directora de Marketing y Desarrollo de Nuevos Negocios para Avaya y como Gerente de Planeación Financiera y Estratégica en Elma Chips (PepsiCo-Frito Lay). Además, fundó una empresa de productos cosméticos. Sus estudios incluyen una Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad Icesi, Colombia; un MBA de Babson College y un Máster en Gerencia de Tecnología en el MIT. Es actualmente miembro del Comité Asesor de la Oficina de Latinoamérica de MIT Sloan y miembro del Consejo de Administración de ALSEA y del Consejo de Administración de Laboratoria.

Cómo la Sustentabilidad genera valor



Laura Palmeiro
Senior Advisor to the United Nations Global
Compact (UNGC)

Comenzó su carrera como Auditora Financiera en PWC Buenos Aires, Argentina. Mas tarde se unió a Aguas Danone Argentina como Controller Comercial y de Marketing. Luego de ser trasladada a la casa matriz de Danone en Francia y haberse desempeñado en varios cargos dentro del departamento financiero a nivel global, es nombrada Directora Corporativa de Responsabilidad Social, y luego, Directora de Integración de Sostenibilidad, a cargo de coordinar la gobernanza y animación interna de temas de Desarrollo Sostenible (medio ambiente, social, salud), así como la consolidación y reporting de toda información referente a estos temas a nivel corporativo. Desde enero de 2018 es Asesor Senior en temas de métricas y reporting de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

SESIÓN 3 | 12:30 A 14:00

Claves del cambio: Sustentabilidad · Experiencia · Colaboración · Propósito

El ciudadano del siglo 21 quiere una mejor respuesta sobre el propósito. El propósito de su consumo, de su trabajo, de sus decisiones y conductas, de su vida privada, pública y social. ¿Estamos preparados para dar estas respuestas si muchos todavía no nos hacemos las preguntas?



PRESIDE
Marco Lemp
Gerente Senior de
Accenture

Experiencia. Customer Centric y coherencia con la acción



Jorge McKay
Gestor/fundador, Socio y Gerente General de La FÊTE CHOCOLAT

Ingeniero Comercial de la Escuela de Negocios de la Fundación Adolfo Ibáñez. En 2014 recibe el Premio Egresados más Destacados en la Historia de la Universidad Adolfo Ibáñez. Anteriormente, Gerente Comercial de SKC, Gerente General de las Viñas Caliterra y Sutil. En la actualidad es Miembro del Consejo Empresarial del ESE de la Universidad de Los Andes y Consejero USEC.

Colaboración



Óscar Muñoz
Socio fundador de Green Glass

A los 18 años, creó Green Glass, un emprendimiento que desde el 2010 opera en Chile y ahora se abre paso en Colombia y en Brasil. Logró visibilizar el tema de los recicladores de base, dando a conocer su valor y creando así una empresa con un propósito global. Ganador de Capital Semilla, Prae Corfo, Jump Chile, 100 jóvenes líderes El Mercurio y Bayer Young Environmental Envoy. En la actualidad, sigue liderando el equipo de Green Glass y de su otro emprendimiento llamado HACIENDOLA.COM, empresa que desde el 2016 busca motivar, empoderar y ayudar a emprendedores a vivir de lo que aman a través de asesorías y programas especializados para e-commerce.

Cómo Definir y Accionar tu Propósito de Marca



Alex Pallette
Co-Founder & Chief Strategy Officer, The Picnic

Es uno de los planners españoles más internacionales del sector publicitario; trabajó como planificador estratégico en diferentes agencias desde varias ciudades (Madrid, Buenos Aires, Miami y Nueva York). A los 29 años fue elegido por la revista Advertising Age como uno de los 30 profesionales menores de 30 años más destacados de EE.UU. También fue reconocido por los Premios Eficacia como el mejor talento de España menor de 40 años. Durante su carrera ha sido jurado en el Festival de Cannes Lions y en los Premios Effie (en España y EE.UU.). Después de 20 años como planner, decidió estudiar innovación en la Universidad de Stanford y junto a sus socios Fernando Vega Olmos y Diego Luque, funda la consultora estratégica de marca Picnic. Esta se enfoca en el “Brand Building by Doing”, una filosofía basada en ayudar a las compañías a re-descubrir el propósito de sus marcas para así poder accionarlo a través de nuevos productos, servicios o experiencias.



ALMUERZO

HORARIO

14:00 A 15:00

ALMUERZO GENERAL

(Salón Manquehue)

El tradicional almuerzo general del Congreso es la mejor oportunidad para conectarse con la mayor red de marketing de Chile. Organice su mesa de almuerzo con clientes, proveedores, consultores, colegas o amigos y abra espacios de conversación para explorar oportunidades y hacer negocios.

ALMUERZOS TEMÁTICOS

(Polo, Parque, Esculturas y Farellones)

Con el objeto de crear una instancia de debate de ideas y profundización sobre algunas de las materias abordadas por el Congreso, se han organizado cuatro “almuerzos temáticos” en salones independientes y con asistencia limitada a 90 personas.

Cada uno de estos almuerzos considera la asistencia de algunos de los expositores del congreso en interacción con dos invitados locales que complementarán y animarán la conversación de la sala.

Si usted desea participar en un almuerzo temático, debe indicarlo y registrar su preferencia al momento de la inscripción en el Congreso.

Estos almuerzos tienen cupo limitado y se respetará el orden de inscripción.

ALMUERZO TEMÁTICO 1
**Conversación sobre
Perspectivas y Tendencias**

MODERADOR
Mauricio Ríos
Gerente General de everis

PANELISTAS INVITADOS

Beau Waldrup
Energy Advisor - Corporate
Strategic Planning de
ExxonMobil

Andrea Matte
Gerente General y Socio de
Los Quiltros

Carolina Cúneo
Gerente Comercial de GfK



ALMUERZO TEMÁTICO 2
**Conversación Marketing
y Estrategia Digital**

MODERADOR
Jorge Becerra
Senior Partner
& Managing Director de BCG

PANELISTAS INVITADOS

Adriana Noreña
Vicepresidente de Google
para Hispanoamérica

Eli Senerman
Chief Digital Officer Chile
& Argentina Walmart

Rodrigo Corces
Gerente División Banca
Retail de BCI



ALMUERZO TEMÁTICO 3
**Conversaciones sobre
Marketing "B"**

MODERADOR
Roman Yosif
Director Ejecutivo,
Laboratorio de Gobierno

PANELISTAS INVITADOS

Gonzalo Muñoz
CEO TriCiclos Latam

José Manuel Moller
Fundador y CEO de Algramo
y Fracción

María Teresa Comparini
Socia de Epullen



ALMUERZO TEMÁTICO 4
**Nuevos Espacios de
Comunicación para las
Marcas**

MODERADOR
Carolina Altschwager
Directora Ejecutiva de
Almabrands

PANELISTAS INVITADOS

Alex Pallette
Co-Founder & Chief Strategy
Officer, The Picnic

Felipe Ibáñez
Gerente Comercial HelloWine

Cristián Mackenna
Director Ejecutivo EL Definido



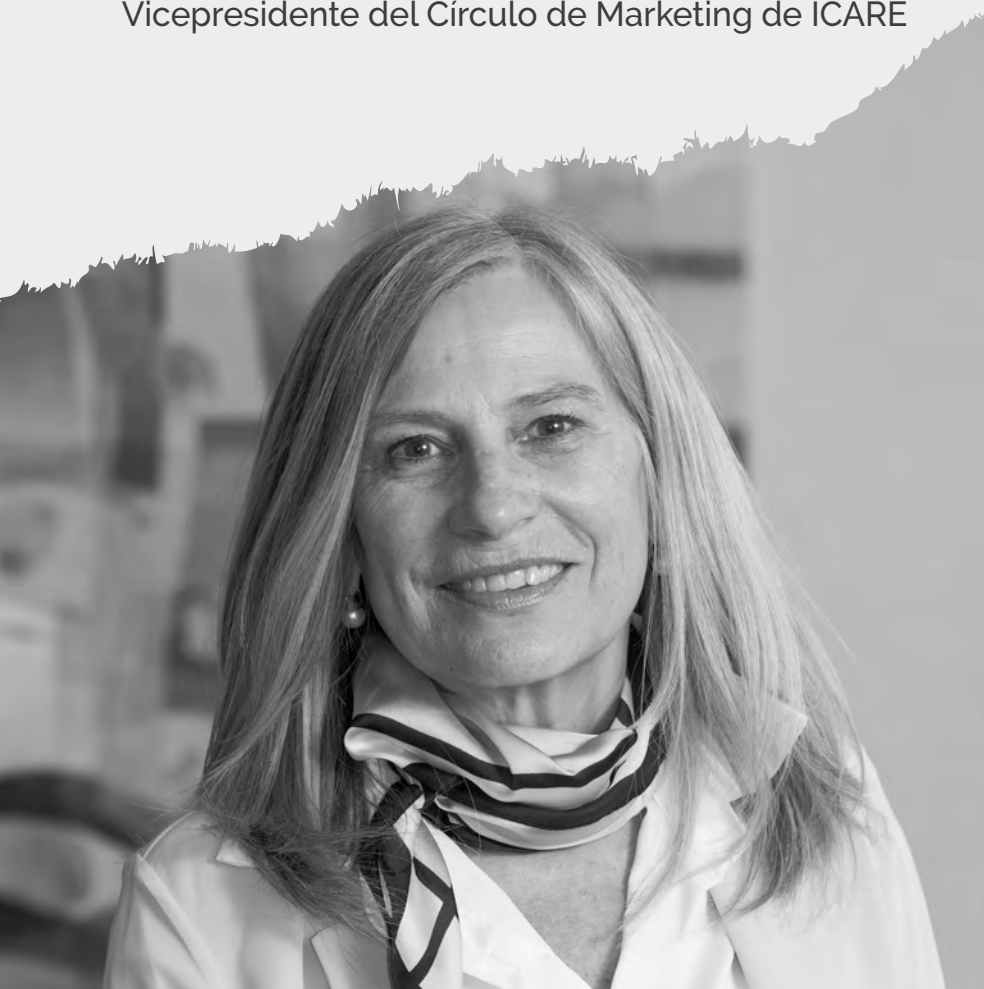
SESIÓN 4 15:00 A 16:15

Disrupción en la cadena de valor

PRESIDE

Verónica Edwards

Vicepresidente del Círculo de Marketing de ICARE



El retail y el canal tradicional están compartiendo terreno con un canal nuevo que se mueve en e-commerce de manera innovadora y caprichosa.

Hoy se aprecia un crecimiento de “canales” informales apoyados por la tecnología y, más que una fuerza de ventas, pareciera que las empresas deben generar una “fuerza de compras”.

E-commerce



Alan Meyer
Director General de
Mercado Libre Chile

Antes estuvo cuatro años liderando la Dirección Comercial del Marketplace en Chile. En 2015 apoya el desembarco y desarrollo de Mercado Pago -el mayor procesador de pagos de la región- y en 2016, lidera el lanzamiento de su unidad de logística, Mercado Envíos. Es Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile e inició su carrera profesional en Cencosud, en el área de planificación estratégica y como Head Comercial del canal online de Paris.

Marketing, tecnología y estrategia de negocios



Marcelo Tripoli
VP Digital Marketing & Expert Associate
Partner de McKinsey

Lidera Marketing Digital en McKinsey en América Latina. Fundador de la agencia iThink que en 2013 vendió al grupo Publicis. Autor del best seller *Meaningful Marketing*. Responsable de la implementación en Latinoamérica de SapientNitro, una de las tres agencias digitales más grandes del mundo. Lideró la transformación digital de la agencia REF+T. Ha sido nombrado el profesional digital número 1 por los 100 principales Directores de Marketing (Scopen11) y una de las 15 personas más influyentes en Internet por GQ. Estudió Comunicación en la Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), y MBA en Business School São Paulo.

Evolución estratégica: Desafiando el modelo de negocios



Juan Pablo Cuevas
Fundador de Cornershop

En el año 2003 fundó junto a otros amigos Lemontech, empresa de desarrollo de software hoy enfocada en la industria legal. En 2007 se unió a Needish, una red social para publicar necesidades y recibir ayudas de la comunidad, donde junto a Daniel y Oskar -sus actuales socios- en 2010 crearon ClanDescuento, un sitio web de descuentos que vendieron a Groupon a los pocos meses. En Groupon estuvieron a cargo de la operación y expansión en todo Latinoamérica. En 2015 crearon Cornershop.

SESIÓN 5 | 16:30 A 18:00

Una nueva comunicación

PRESIDE

Agathe Porte

Directora de ICARE



El marketing y especialmente la publicidad estuvieron por años dedicados a “potenciar la demanda”.

Hoy parece que su foco debiera concentrarse en “potenciar la oferta”: mejor conocimiento del cliente, generar valor agregado relevante, genuino compromiso en valores como la sustentabilidad, equidad, cumplimiento, etc.

Aportar un relato y un propósito que conecte con el consumidor y convoque a los equipos de la empresa y a la sociedad.

Invitado
Internacional

Consumer Centricity



Pablo Alzugaray

Fundador y CEO de Agencia de Publicidad Shackleton

Presidió CP Comunicación, Contrapunto y Grupo Contrapunto. Co-fundó Proximity Worldwide, donde fue Presidente para Iberoamérica y miembro de su board mundial. Recibió el premio “Agencia del Año” 32 veces y 17 Grand Prix, incluido uno en Cannes y el Gran Premio Eficacia de la Asociación de Anunciantes. Ha sido Presidente del Jurado en el Festival de Cannes, Eurobest, El Sol, El Ojo de Iberoamérica, Fiap e Imán. Es Presidente de La Academia de la Publicidad. Fue fundador y Presidente de la Asociación de Agencias Digitales, así como miembro de las Juntas Directivas de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria y la Asociación Española de la Economía Digital.

Invitado
Internacional

Data driven creativity



Ezequiel Arslanian

Director Líder Accenture Interactive en Hispano Sudamérica

Trabajó en JWT, McCann y Ogilvy, donde fue Gerente General de la oficina de Argentina. Antes de eso, fue Gerente General de Ogilvy One, la agencia digital del grupo. Diversas campañas bajo su liderazgo han ganado premios en Cannes, Clio, Effies, DIENTE (Círculo de Creatividad Argentino). Ha participado como jurado en Young Lions, DIENTE y Effies. Desde 2015 es miembro del Comité Directivo de INTERACT (Unión de Agencias Digitales Argentinas). Cofundador de Urban Station, una empresa de co-trabajo, un restaurante y una fábrica de pasta en los Estados Unidos. Inversor ángel en diferentes start ups tecnológicos.

Cambiar para sobrevivir y sobrevivir al cambio



Tomás Dittborn

Socio fundador y Director General de Dittborn & Unzueta

Administrador de Empresas del IPEVE. Posgrado en Administración de Empresas de la Universidad Adolfo Ibáñez. Ha sido Profesor de Marketing en la misma casa de estudios. Coach Ontológico The New Field Group y asesor de empresas. Ganador del Gran Effie 2010 con el reposicionamiento de Unimarc; Gran Effie 2003 por la campaña Machos de Canal 13 entre otras destacadas campañas. Actualmente, reside en Berlin, Alemania y está realizando un Máster en Cambio en INSEAD, Francia.

Círculo de marketing

PRESIDENTE

Lorenzo Gazmuri, Vicepresidente Ejecutivo · Copec

VICEPRESIDENTES

Verónica Edwards, Directora de Empresas

Guillermo Ponce, Gerente General · VTR

Fernando de Peña, Vicepresidente Ejecutivo · Plaza S.A.

Alfonso Díaz, Gerente General · Chilexpress

Tomás Dittborn, Socio Fundador y Director General · Dittborn & Unzueta

Vicente Domínguez, Gerente de Marketing · Agrosuper

Paula Figueroa, Directora Global de TV&VIDEO Latinoamérica · Telefónica Chile

Valeria Flen, Gerenta General · SOPROLE

Edgardo Frías, Country Manager Chile · Google

Carlos González, Director General · Mc Donald's Chile

Stefan Larenas, Presidente · ODECU

Marco Lemp, Gerente Senior · Accenture Chile

Felipe Lohse, Gerente Área · Estudios Cuantitativos GfK

Andrea Matte, Gerente General y Socio · Agencia Los Quiltros

Catalina Mertz, Presidenta · Supermercados de Chile

Nicholas Parkes, Head Rest of Latam · Fiat Chrysler Automóviles

Agathe Porte, Directora de Empresas

Matías Puente, Gerente de Marketing Chile y Argentina · Walmart

Macarena Prieto, Gerente División Negocios y Marketing · AD Retail

Mauricio Ríos, Gerente General · everis Chile S.A.

Andrea Rotman, Directora · AFP Cuprum S.A.

Nicole Solé, Gerente General · Exxacon

Enrique Teixidó, Director General · L'Oreal Chile

Matías Verdugo, Gerente General · Salcobrand

Roman Yosif, Director Ejecutivo · Laboratorio de Gobierno





EXPRESIDENTES

Washington Cañas, Fundador del Círculo de Marketing de ICARE (1984 - 1985)

Roberto Méndez, ex Presidente · GfK Adimark (1986 - 1988)

Matko Koljatic, Profesor Estrategia Administrativa · PUC (1989 - 1994)

Hans Eben, Director de Empresas (1995 - 2001)

Patricio Jottar, Gerente General · Empresas CCU (2002 - 2004)

Agustín J. Edwards, Director Responsable · LUN (2005 - 2007)

Alberto Sobredo, Director de Empresas (2008 - 2011)

Juan Benavides, Presidente · AFP Habitat (2012 - 2014)

Claudio Muñoz, Presidente · Telefónica Chile (2015 - 2017)

PROGRAMA · JUEVES 16 DE MAYO

Sesión 1 | 08:30 a 10:30 Tendencias

PRESIDE

Lorenzo Gazmuri
Presidente del Circulo de Marketing de ICARE

ESCENARIOS. CAMBIOS QUE POTENCIARÁN LA VIDA

Beau Waldrup
Energy Advisor - Corporate
Strategic Planning de ExxonMobil

TENDENCIAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Andrea Matte
Gerente General y Socio de Los Quiltros

CAMBIOS Y TENDENCIAS EN LA CANASTA DE CONSUMO EN CHILE

Carolina Cúneo
Gerente Comercial de GfK

 Coffee Break 10:30 a 10:50 hrs.

Sesión 2 | 10:50 a 12:10 Un Nuevo Marketing

PRESIDE

Guillermo Ponce
Gerente General de VTR

EL MARKETING EN PERSPECTIVA

Pablo Turner
Presidente ABCDIN

QUÉ SIGNIFICA TRANSFORMACIÓN HOY

Adriana Noreña
Vicepresidente de Google para
Hispanoamérica

 Coffee Break 12:10 a 12:30 hrs.

Sesión 3 | 12:30 a 14:00

Claves del cambio:

**Sustentabilidad · Experiencia ·
Colaboración · Propósito**

PRESIDE

Marco Lemp
Gerente Senior de Accenture

CÓMO LA SUSTENTABILIDAD GENERA VALOR

Laura Palmeiro
Senior Advisor to the United Nations Global
Compact (UNGC)

EXPERIENCIA. CUSTOMER CENTRIC Y COHERENCIA CON LA ACCIÓN

Jorge McKay
Gestor/fundador, Socio y Gerente General
de La FÊTE CHOCOLAT

COLABORACIÓN

Óscar Muñoz
Socio fundador de Green Glass

CÓMO DEFINIR Y ACCIONAR TU PROPÓSITO DE MARCA

Alex Pallete
CoFounder & Chief Strategy Officer,
The Picnic

14:00 a 15:00

Almuerzos

ALMUERZO GENERAL
Salón Manquehue

ALMUERZO TEMÁTICO 1
Conversación sobre
Perspectivas y Tendencias

ALMUERZO TEMÁTICO 2
Conversación Marketing y
Estrategia Digital

ALMUERZO TEMÁTICO 3
Conversaciones sobre
Marketing "B"

ALMUERZO TEMÁTICO 4
Nuevos Espacios de
Comunicación para las Marcas

Sesión 4 | 15:00 a 16:15

Disrupción en la Cadena de Valor

PRESIDE

Verónica Edwards
Vicepresidente del Círculo de Marketing
de ICARE

E-COMMERCE

Alan Meyer
Director General de Mercado Libre Chile

MARKETING, TECNOLOGÍA Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

Marcelo Tripoli
VP Digital Marketing & Expert Associate
Partner de McKinsey

EVOLUCIÓN ESTRATÉGICA: DESAFIANDO EL MODELO DE NEGOCIO

Juan Pablo Cuevas
Fundador de Cornershop

Sesión 5 | 16:30 a 18:00

Una nueva comunicación

PRESIDE

Agathe Porte
Directora de ICARE

CONSUMER CENTRICITY

Pablo Alzugaray
Fundador y CEO de Agencia de Publicidad
Shackleton

DATA DRIVEN CREATIVITY

Ezequiel Arslanian
Director Líder Accenture Interactive en
Hispano Sudamérica

CAMBIAR PARA SOBREVIVIR Y SOBREVIVIR AL CAMBIO

Tomás Dittborn
Socio Fundador y Director General de
Dittborn & Unzueta

 Coffee Break 16:15 a 16:30 hrs.

Mesa Redonda

Jueves 21 de marzo, 8:30-10:45 horas (Desayuno)
DISRUPCIÓN EN LOS MODELOS DE NEGOCIO

Validar la vigencia y sustentabilidad del modelo de negocio es probablemente el mayor desafío estratégico que deben encarar actualmente las empresas. Identificar las amenazas y las oportunidades a tiempo, entender su causalidad y adelantarse a las nuevas claves que determinan la relevancia de las propuestas de valor para los negocios del futuro, es una tarea central del marketing de nuestro tiempo.

Esta primera actividad del Círculo de Marketing de ICARE aporta una visión práctica sobre cómo van evolucionando diversos sectores frente a los desafíos de la ciencia, la tecnología, las costumbres y la dinámica de los mercados. ¿Cómo obtener y gestionar la información necesaria? ¿Cómo abordar proyectos de transformación? ¿Cómo adquirir las habilidades para liderar los procesos de cambio?

Jueves 16 de Mayo, 8:30-18:00 horas
XXVIII CONGRESO CHILENO DE MARKETING
UN NUEVO COMIENZO

El marketing ha pasado de la estrategia a concentrarse en procesos y operaciones. Ha perdido sintonía con las motivaciones más profundas de consumidores y clientes, sus deseos y aspiraciones... Ha perdido conexión. Su foco debiera concentrarse en lograr un mejor conocimiento del cliente, generación de valor agregado relevante, genuino compromiso en valores como la sustentabilidad, equidad, cumplimiento, diversidad y otros.

En esto, el modo “colaboración” parece ser la palanca estratégica de la modernidad. Colaboración con los consumidores, con los distribuidores, con los competidores, con los proveedores, con la academia y los reguladores. Colaboración 360° para iniciar un nuevo comienzo. El XXVIII Congreso Chileno de Marketing invita a encontrar un nuevo relato y sentido de propósito que convoque al consumidor, a los equipos de la empresa y a la sociedad.

Mesa Redonda

Jueves 11 de Julio, 8:30-10:45 horas (Desayuno)
COYUNTURA COMERCIAL Y PERSPECTIVAS DE LOS MERCADOS

Esta mesa redonda analiza el desempeño de los mercados y el consumo durante el primer semestre del año y permite identificar las perspectivas hacia el segundo semestre. En momentos en que las empresas se preparan para elaborar sus planes y presupuestos anuales, destacados expositores analizan las expectativas de empresas y consumidores en diferentes sectores, a la vez que perfilan opciones estratégicas para asegurar resultados y el cumplimiento de metas.

Jueves 12 de Septiembre, 8:30-14:00 horas
XII CONGRESO CHILENO DE VENTAS
COVE 2019

Principal encuentro anual del Área Comercial destinado a presentar los últimos desarrollos conceptuales en punto de ventas, canales, gestión de clientes, liderazgo de equipos comerciales, negociación y las mejores prácticas a nivel estratégico y operacional. En el marco de un mercado complejo y cambiante, la versión 2019 se concentra en las palancas que pueden determinar mejores resultados, diferenciación y sostenibilidad de las ventas en el largo plazo.

Mesa Redonda

Jueves 05 de Diciembre, 8:30-11:00 horas (Desayuno)
MARKETING 2020: SEÑALES

Esta tradicional Mesa Redonda de fin de año analiza las perspectivas de los negocios para el año siguiente y las principales tendencias del escenario de marketing. Destacados panelistas aportan su visión sobre las claves y señales estratégicas desde distintos ángulos.

Su contenido entrega elementos que permiten una alerta temprana sobre cambios de tendencias y variables que pueden afectar los mercados hacia el mediano plazo, aportando ideas y lineamientos para orientar el Plan de Marketing.

INSCRIPCIÓN

	SOCIOS	NO SOCIOS
Inscripción individual	UF 16	UF 20
Inscripción Corporativa / 4 personas	UF 56	UF 68
Inscripción Corporativa / 8 personas	UF 96	UF 120
Inscripción Corporativa / 12 personas	UF 120	UF 156

PARA MÁS INFORMACIÓN

+56 2 2280 5300

info@icare.cl

La inscripción corporativa tiene
valor global y no es fraccionable
por asistencia

No se recibirán inscripciones
el día del evento

Anulaciones sólo por escrito hasta
el lunes 13 de mayo 2019

SOCIOS
COLABORADORES 2019



Banco de Chile

