

MINUTA DE REUNIÓN

COMITÉ: MARKETING			
Tema Convocatoria: La salud de tu marca			
Fecha	06 de mayo 2025	Hora Inicio	10:00
Modalidad	Online	Hora Fin	11:00

ASISTENTES	
EMPRESA	REPRESENTANTE
Cía. Agropecuaria Copeval S.A.	Barbara Maureira
Arkavia	Carlos Cortes
Cibergestión	Carlos Gutiérrez
Flama Chile	Claudia Batarce
MHM Servicios Spa	Francisco Curtis
Coding Chickens Spa	Francisco Villegas
Deloitte	Gabriela Paredes
Rentokil Initial Chile SpA	Gabriela Villarroel
Aramark	Hugo Henri
MALPO CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA	Ignacio Peralta
Pawal	Iván Cariaga
Vidrios Dellorto S.A.	Jacob Kríman
IPLACEX S.A	Jaun Carlos Bacarreza

Vinson Consulting	Juan Guillermo Espinosa
PRECISION	Manuel Altomonte
MONS	Manuel Rodríguez
MAKI360°	María José Acuña
AKI KB MINIBODEGAS	Mariana Btesh
Resolución en Línea	Montserrat Gómez
Gatblac SPA	Pía Gutiérrez
Skechers Chile Limitada	Sergio Costabal
Ssangyong	Soledad Vergara
CCS	Luciana Luppi
CCS	Julia Vergara
CCS	Trinidad Larraín
CCS	María Ignacia Díaz

PROGRAMA DE LA SESIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bienvenida Nuevos Integrantes ✓ Presentación “La salud de tu marca” por Luciano Castellucci

TEMAS TRATADOS
<p>Durante la sesión del comité de marketing, se dio la bienvenida a los nuevos miembros, Carlos Cortés y Gabriela Villarroel, y se presentó a Luciano Castellucci, director académico y creador del Máster en Marketing de la U. Adolfo Ibañez, como invitado especial. Castellucci compartió su experiencia sobre la importancia de la marca como un activo valioso y la necesidad de medir su salud de manera regular, comparando este proceso con cheques</p>

médicos. A pesar de que el 30% de las empresas realizan estas mediciones, solo el 15% de las pequeñas y medianas empresas lo hacen.

Enfatizó la relevancia de contar historias efectivas en marketing, introdujo la herramienta "nube de conceptos", que permite identificar las asociaciones que los consumidores tienen con una marca a través de encuestas, ayudando a mapear conceptos positivos, negativos y neutros.

Finalmente, abordó la medición de las emociones hacia las marcas, destacando la existencia de sentimientos de amor y odio, y cómo estos pueden influir en la disposición a pagar de los consumidores.

Próxima sesión: Junio 2025

Luciana Luppi

Secretaria Ejecutiva

Mayo 2025

Fecha de aprobación