

MINUTA DE REUNIÓN

COMITÉ: MARKETING			
Tema Convocatoria: El Rol de Marketing: Cómo Marketing deja de ser ejecución y se convierte en motor estratégico			
Fecha	01 de abril 2026	Hora Inicio	10:00
Modalidad	Online	Hora Fin	11:00

ASISTENCIA

Empresa	Nombre
Presidente Comité Innovación	Hugo Henri
Asekorp	Fernanda Cavada
Auto Planet	Francisco Correa
Caixun SpA	Josefa Ode
CHILEXPRESS S.A.	María Luisa Ahumada
COMERCIAL LIMAX SPA	Julián Aguilar
COOPEUCH	Soledad Cassini
COPEVAL S.A.	Bárbara Maureira San Martin
DELOITTE	Gabriela Paredes
ECERTCHILE	Macarena Hernandez
EMPRESAS LIPIGAS S.A.	José Pablo Cáceres
ENVIAME	Isidora Guzmán

FARMACIAS AHUMADA	Carolina Guerrero
FERRETERIA MARSELLA LTDA.	Valentina Pérez
Flama Chile	Claudia Batarce
GATBLAC	Pía Gutiérrez
IPLACEX	Juan Carlos Bacarreza
La Araucana	Lorena Norambuena
Maki360°	María José Acuña
Materiales y Soluciones S.A.	Natalia Pérez
NISUM TECHNOLOGICS	Carolina Zamora
PEDIDOSYA	Gustavo Rosenthal
Rentokil Initial Chile SpA	Gabriela Villarroel
Resolbit	Montserrat Gómez
Salcobrand	María Paz Manríquez
SAN CAMILO	Marco Hernández
SKECHERS	Sergio Costabal Vicuña
Teatro Municipal de Santiago	Claudia Díaz
UNIBAG	Adela Rogers

CCS	Cristián Correa
CCS	Luciana Luppi
CCS	Ana Ferry
CCS	Ivonne Yáñez
CCS	Yennifer Aqueveque
CCS	Macarena Cifuentes
CCS	Julia Vergara
CCS	Mirochlaf Carlson
CCS	María Ignacia Díaz
CCS	Romina Salazar

TEMAS TRATADOS

Durante la sesión del Comité de Marketing correspondiente al mes de abril, se dio la bienvenida a nuevos integrantes y se contó con la participación de Carolina Zamora, Head of Global Marketing de Nisum, quien presentó el tema “El Rol de Marketing: Cómo Marketing deja de ser ejecución y se convierte en motor estratégico”. La exposición abordó la evolución del marketing desde un rol centrado principalmente en la ejecución de campañas hacia una función estratégica conectada con los resultados del negocio, el crecimiento, la generación de demanda y la contribución al pipeline y revenue.

La presentación destacó la importancia de avanzar hacia un marketing más alineado con ventas, basado en datos y orientado a indicadores de impacto, tales como la calidad de los leads, el pipeline generado, el revenue influenciado, el engagement de cuentas objetivo y la velocidad de conversión. Asimismo, se invitó a los integrantes a reflexionar sobre los desafíos que enfrentan sus equipos para asumir un rol más estratégico, considerando aspectos como la conexión de datos con el negocio, la participación en la toma de decisiones y la claridad de los KPIs utilizados para medir resultados

CONSTANCIA

Se deja constancia que no se registraron intervenciones que contravengan la normativa de libre competencia.

Próxima sesión: Mayo 2026

Luciana Luppi
Secretaria Ejecutiva

Ivonne Yáñez
Abogada Legislativa