

**Edición Especial Completa: Best Branding Awards 2021**

Sábado, 18 de Diciembre de 2021 - Id nota:1022690

Medio : La Tercera  
Sección : Best Branding Awards 2021  
Valor publicitario estimado : \$48262578.-  
Pagina : 1, 2, 4, 5, 6, 7 y 8  
Tamaño : 182 x 37

[Ver completa en la web](#)

Sábado 18 de diciembre de 2021

latercera.com

LT EDICIONES ESPECIALES

Best Branding Awards

Best Branding Awards 2021

**Premio a estrategias y acciones de branding destacadas**

Este es el primer Concurso de Branding en Chile. Conoce aquí los casos ganadores de la primera versión.

un programa  
**Valora**

Maggi

DE LA HUERTA

Gracias por elegirnos  
**Best Brand Stretching**  
en Best Branding Awards 2021.

Nestlé  
Good Food, Good Life

PREFIERE ALIMENTOS CON MENOS SELLOS DE ADVERTENCIA

Ministerio de Salud

¿Qué es Best Branding Awards?

## Marcas y Branding en Chile

La iniciativa de Valora está orientada al presente y al futuro, para destacar el conocimiento y aprendizaje profesional de calidad.

**Por: Héctor Hermosilla, Director General Valora.**



El Concurso que Valora introduce al mercado este año, Best Branding Awards, nace al interior de nuestro ámbito de marcas y branding, como continuación de 21 exitosos años de funcionamiento de su antecesor GRANDES MARCAS / Hall of Fame.

Sólo que, en vez de distinguir trayectorias de marcas notables, este nuevo programa de reconocimiento profesional centra la mirada de la industria en el presente de marcas de todo tipo, con el fin de identificar, evaluar, distinguir y difundir lo más destacable del branding actual.

Sabemos que una marca es mucho más que la concepción trivial de ser un nombre, un logo, una gráfica y un slogan. Pero desarrollos más recientes nos llevan a incorpo-



rar concepciones mucho más complejas, como, por ejemplo, que las marcas existen y funcionan al interior de las mentes de las personas que interactúan con ellas. Si bien un libro pionero - respetado hasta hoy sobre marcas y branding es probable-

mente el de David Aaker, "Managing Brand Equity", pasando por otros como "Building the Brand-Driven Business" de Davis y Dunn, hoy no paran de aparecer notables publicaciones sobre el rol de las marcas no solo en el terreno del marketing digital, sino que en el del marcomm de inteligencia artificial entre otros.

Y para complicar más las cosas, hoy existen demasiadas definiciones, por lo que es fundamental discutir e intentar acuerdos al respecto con plena validez para nuestro medio.

En Chile no existía - y nos pareció imprescindible que hubiera uno - un Concurso de marcas y branding orientado al presente y al futuro, del que se desprendera conocimiento y aprendizaje profesional de calidad, por lo que ha nacido Best Branding Awards.

Adicionalmente, el ámbito de marcas y branding de Valora, se refuerza con otros dos nuevos componentes:

El Branding Challenge, un concurso de branding realizado entre grupos de alumnos de postgrados de marketing de Facultades de administración y negocios seleccionadas. La primera versión la hemos realizado

con el Magister en Marketing la FEN UCH, y el grupo de alumnos ganadores de la primera versión del Branding Challenge fue distinguido en la premiación de Best Branding Awards 2021.

El segundo refuerzo de nuestro quehacer en el ámbito de marcas y branding, es la creación del Foro de Marcas y Branding, una instancia de encuentros diseñada para reunir a ejecutivos y profesionales de marketing con consultores y académicos de marcas y branding para conversar, compartir, discutir, proponer y aprender de estos temas.

De esta forma Valora reafirma su voluntad de contribuir al desarrollo profesional de la industria del marketing en el país.



**“Sabemos que una marca es mucho más que la concepción trivial de ser un nombre, un logo, una gráfica y un slogan”.**

Evaluación

## La metodología para elegir a los ganadores

En sus distintas etapas se evaluaron las iniciativas para definir a los Finalistas y Ganadores y así definir ciertas cotas mínimas para lograr la distinción.

**Por: Javiera Córdova, Directora de Programas Valora.**



¿Cómo es el procedimiento de evaluación y elección de Finalistas y Ganadores?

Al igual que todos los programas de reconocimiento profesional que llevamos en Valora, Best Branding Awards sostiene rigurosos y, por sobre todo, transparentes procedimientos de evaluación. Todos los casos recibidos son evaluados por un amplio y multidisciplinario Jurado que este año estuvo conformado por 70 profesionales de la industria, quienes sesionaron durante una mañana completa divididos en distintas salas para

evitar así cualquier eventual conflicto de interés. Dicho Jurado se reúne para discutir cada caso que le corresponde revisar y hace una evaluación individual de cada uno de ellos. Esas evaluaciones son posteriormente computadas y validadas por un Comité para definir Finalistas y Ganadores, quienes deben cumplir con ciertas cotas mínimas preestablecidas para lograr la distinción.

¿Qué conclusiones se desprenden de esta primera versión?

En esta primera versión no solamente tuvimos un número de inscritos más alto del esperado, sino que también fue muy satisfactorio ver como la industria decidió apoyar la iniciativa inmediatamente. Una vez más todas las entidades gremiales relacionadas nos respaldaron sin dudar, y las marcas demostraron un altísimo nivel de compromiso el propósito que hay detrás de este programa. Todo lo anterior da cuenta de la necesidad y la conveniencia que existe de profesionalizar y reconocer la actividad del branding en nuestro país, y



nos deja expectantes frente a la segunda versión en 2022.

Con respecto a Branding Challenge, donde se trabajó con un brief que presen-

taba una problemática real y actual de branding presentada por Unimarc, también evidenció la conveniencia de reforzar el tema en la formación, logrando muy buenos resultados en términos académicos y también en términos profesionales, por lo que esta iniciativa no solamente se sostendrá el próximo año, sino que se ampliará a más marcas y a más programas de postgrado.



**“En esta primera versión no solamente tuvimos un número de inscritos más alto del esperado, sino que también fue muy satisfactorio ver como la industria decidió apoyar la iniciativa inmediatamente”.**



**EDICIONES ESPECIALES**

**Director de La Tercera:** José Luis Santa María Oyanedel **Editor:** Germán Kreisel Benito  
**Gerente de Ventas de La Tercera:** Macarena Bahrs Solar **Jefe Comercial Ediciones Especiales:** Paula Fonteno Pérez, paula.fonteno@latercera.com, +56995468699  
**Jefe de diseño comercial Copesa:** Nicole Hernández Castro **Diseño:** Alejandro Robles Navarro, Lorena Machuca Pino, Paulina Loyola Muñoz **Fotos:** Getty Images  
 Publicación editada por Copesa S.A., 76.170.725-6, Avenida Apoquindo 4660, Santiago de Chile **Representante Legal:** Andrés Benítez Pereira

# Jurado de excelencia

Los casos participantes fueron evaluados por 70 jurados, compuestos por directores y ejecutivos de diversas marcas, gremios, agencias y consultoras de marketing y comunicaciones.

## PRESIDENTE DEL JURADO

**SERGIO OLAVARRIETA**  
Profesor Marketing Estrategia del Depto. Administración, Profesor Cátedra de Branding, y Director Doctorado en Administración  
Fac. de Economía y Negocios  
Universidad de Chile

## COMISARIOS

**ALEJANDRA FERRARI**  
Gerente General ACHAP

**JORGE JARPA**  
Consultor

**MARLENE LARSON**  
Gerente General AMDD

**RODRIGO SAAVEDRA**  
Gerente General IAB Chile



## INTEGRANTES DEL JURADO 2021

Alfonso Aguirre	Gerente de Marketing Corporativo Vitux Bto	Vitux	Sebastien Leroux	Director	Almabrand
Sebastián Aguirre	Gerente de Marketing Castlero del Diablo	Concha y Toro	Rodrigo Liu	Gerente Comercial	Radio Cooperativa
Pedro Álvarez	Académico	Fac. de Diseño Pontificia Universidad Católica de Chile	Carolina Livacic	Head of Brand Building	Kantar
Cristián Angulo	Director General	Agencia Match	Madeleine Marchant	Subgerente de Marketing	Salcobrand
Sebastián Arteaga	CEO	Agencia Leche	Guillermo Melero	Presidente	ACHAP
Enrique Baldovino	Director de Cuentas	MCCANN ERICSON CHILE	Felipe Mella	Director Ejecutivo	GAM
Diego Banchoero	Director	ICONICK	Mauricio Mellado	Gerente de Marketing Refrigerados	Watt's
Carolina Barba	Directora de Marketing	Bianca Estudio	Paulo Molina	Gerente de Marketing	Banco Santander
José Luis Bayer	Sede / Director Ejecutivo	Grupo Deligeno	Federico Montes	Managing Director	Brandbook
Mónica Bosselín	Directora Ejecutiva	Imax Branding	Fernando Mora	Presidente Ejecutivo	ANDA
Eugenio Camus	CEO	Balfoods	Gustavo Morandé	CEO	ZAPPING TV
Luciano Castellucci	Profesor	Ahora Branding	Carmen Munita	Gerente de Marketing y Servicio a Cliente	Parque Arauco
Roberto Concha	Gerente General	Procorp	Christopher Neary	Presidente	IAB Chile
Javiera Cortzen	Sede	Triblands	Cristián Oyharzabal	Director de diseño	FutureBrand
Josefina Cox	Strategic Consultant	Future Brand	Gabriel Pacheco	Director de Negocios	Fuego Company
Federico Cuadros	EXPERIENCE DIRECTOR	Hangar?	Juan Pardo	Presidente	AIM
Carlos Denis	Director Creativo	Lilo Diseño Spa	Mariano Pérez	CEO	Wolf bcpp
Juan Jaime Díaz	Director de Desarrollo Comercial y Asuntos Corporativos	El Mercurio	Diego Perry	Gerente General	Wolf bcpp
Patricio Escanilla	Chief Director	Boloto	Juan Ignacio Pinto	Head of Content Marketing & Media	Multix
Rodrigo Espinosa	Presidente	AMDD	Eduardo Pooley	Gerente de Marketing Corporativo y Digital	BCI
Francisco Espinoza	Consumer Marketing Manager Senior	Nestlé	Leopoldo Quintano	Gerente de División Marketing y Clientes	BancoEstado
Paulo Fernandez	Director Creativo- Soho	EL Contenedor	Máximo Rainuzzo	Presidente Como Sur	Interbrand
Eduardo French-Davis	Gerente General Agaso CCU- Heate	ECCUSA - CCU Chile	Marcelo Rojas	Presidente	Chile Diseño
Bernardita Figueroa	Socia y Directora Experience and Service Design	BBKGroup (Brandbook)	Luis Ruiz	Director de Planning	Agencia Pedro Juan y Diego S.A.
Sergio Gamboa	Director Carrera de Publicidad	Universidad del Desarrollo	Federico Sala	Chief Revenue Officer (CRO)	Clever By BICE
Sebastián García del Postigo	Gerente General	Massiva	Alejandra Salazar	CEO	CROIING
Sebastián Goldback	Académico de la Facultad de Comunicaciones	Universidad de Los Andes	Maria José Santos	Directora General de Cuentas	Raya
Ana María Gómez	Gerente de Marketing Google Chile	Google	Dania Stuardo	Directora de Cuentas	Groenlandia
Cristián Gómez	Director General de Cuentas	Aldea Santiago	Sebastián Torres	Gerente General	H9M
Tatiana Gulioff	CEO	MG Consulting	Makarena Uribe	Subgerente de Marketing	Webpay
Francisco Gutiérrez	Fundador y Director	Sapiens	José Miguel Ventura	Socio	La Vuelta
Natalia Inzulza	Directora de Estrategia	MCCANN	Gonzalo Vergara	CEO	Agencia La G
Cristina Iregui	Head Regional de Publicidad	Falabella.com	Pamela Vergara	Consumer Communication Manager	Nestlé
Joyce Kahn	VP de Clientes	McCann Santiago	Maria Jesús Vial	Directora Creativa	JVD ESTUDIO
Rodrigo Larraín	Director General	RLA Studio	Maribel Vidal	VP de Planificación Estratégica	McCann Santiago



“Hace cuatro décadas, se acuñó el término “Branding”. Con el tiempo, este concepto ha llegado a identificar una serie de actividades y acciones necesarias para crear, gestionar y evaluar marcas: estrategias, nombres, posicionamiento, diseño, experiencias, etc. Sin embargo, hoy las marcas enfrentan cambios profundos y de forma mucho más acelerada, cada vez más, las grandes marcas no se definen por sus productos o servicios, que pueden evolucionar rápidamente, ser copiables con mayor velocidad y por ende, cada vez menos diferenciales. Entonces, las marcas se definen por lo que hacen y no por lo que dicen. Por primera vez desde la revolución industrial las expectativas de las personas se mueven más rápido que los negocios, todos estamos más informados, más conectados y exigimos más y más a las marcas en un sentido más holístico. Como expertos en el mundo de las marcas, debemos aspirar a construir una filosofía única y poderosa, y aplicarla a todos los desafíos que las marcas enfrentan día a día”.

Gabriel Badagnani, Director Adjunto Best Branding Awards.



“Las marcas constituyen un activo estratégico para las empresas y fuente de su ventaja competitiva y resultados. Saber construir marcas o “hacer branding” es más importante aún, porque implica tener la capacidad de construir, mantener y renovar esas fuentes de valor para empresas, organizaciones y países. El branding es una capacidad dinámica en la que algunas compañías sobresalen siendo clave para su competitividad actual y futura. Los Best Branding Awards representan un reconocimiento a esa competencia distintiva que puede significar la sostenibilidad de largo plazo de una empresa, y de ahí su importancia. Estos premios son un reconocimiento al mérito en Branding entregado desde la comunidad profesional representada en la industria y la academia, constituyéndose además en una instancia de interacción y colaboración tan necesaria para el desarrollo y crecimiento de las mejores prácticas del branding en Chile. Tener buen branding en las empresas chilenas, es crítico para nuestro éxito internacional, para nuestro crecimiento sostenible, y para la calidad de vida de Chile”.

Sergio Olavarría, Profesor Marketing Estrategia del Departamento Administración; Profesor de la Cátedra de Branding y Director Doctorado en Administración Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.



> MAGGI

> www.maggi.cl

## Una nueva propuesta MAGGI de la Huerta es destacada en la categoría Best Brand Stretching

Ingredientes naturales, sabores deliciosos, con inclusiones diferenciadores y el slogan “Armonía natural todos los días”, MAGGI de la huerta fue premiada como la mejor extensión de línea de productos.

La creación de una marca nueva aprovechando la elasticidad de una marca existente en el mercado chileno es lo que premia la categoría “Best Brand Stretching”, que en esta primera edición 2021 de Best Branding Awards destacó a MAGGI con sus nuevas y deliciosas cremas MAGGI de la Huerta.

En ese sentido MAGGI de la Huerta considera los aspectos esenciales de la construcción de una nueva submarca, desde la estrategia del diseño y la implementación.

Jair Dellafiori, marketing manager de MAGGI, explica que “con MAGGI nos vimos enfrentados a la necesidad y desafío de modernizar nuestra marca, buscando llegar a un nuevo consumidor, más joven, exigente, que busca productos no sólo más naturales, sino que también una experiencia sensorial superior”.

De esta forma nace la nueva submarca MAGGI de la Huerta, una propuesta diferenciadora, moderna y creíble en términos de experiencia culinaria y naturalidad.

Se trata de una familia de productos hechos con ingredientes naturales, que buscan entregar una experiencia orga-

noléptica y culinaria superior haciendo un value up de la categoría de sopas y cremas.

Las nuevas Cremas MAGGI de la Huerta, están elaboradas a partir de una selección única de ingredientes naturales, con trozos de verduras visibles y semillas, con aromas, sabores y texturas que despiertan todos los sentidos.

### Propuesta

MAGGI de la Huerta tiene una propuesta de valor que se basa en el equilibrio entre la naturalidad y el sabor. En ese sentido, la marca creó la submarca “MAGGI De la Huerta” y diseñó una experiencia enfocada en las motivaciones racionales y emocionales de todos sus consumidores, desde el concepto “Armonía natural todos los días”.

Este nace de un insight cultural que conecta la nueva propuesta de MAGGI con los consumidores que tienen mayor consciencia sobre el impacto de la alimentación en un sentido holístico, y son cada vez más las personas que buscan activamente el equilibrio y la armonía física y emocional a través de lo que eligen

comer y cocinar.

Por ello, para mejorar atributos de innovación y percepción de uso de ingredientes naturales, la marca partió desarrollando un nuevo logo para MAGGI de la Huerta. “Nos despegamos del color amarillo; introdujimos el blanco y minimalismo, ocupando texturas de papel y preocupándonos de generar un look & feel mucho más artesanal, pero a la vez moderno, que reflejará la naturalidad del producto; además de una comunicación fuera de lo convencional que destacara el appetite appeal de los productos y, por ende, la experiencia sensorial de estos”, detalla Jair Dellafiori.

Las nuevas Cremas MAGGI de la Huerta han tenido una excelente recepción, lo cual se ha visto reflejado en las ventas y comentarios de los consumidores. En esa línea, la búsqueda de productos más saludables y de valor agregado es constante, y MAGGI de la huerta con sus tres variedades: Crema Zapallo Cúrcuma, Crema Espinaca Puerro y Ciboulette, y Crema Champiñones a las finas Hierbas, busca seguir desarrollando y sorprendiendo en la categoría de sopas y cremas.



Ximena Corbo, Daniela VonBischoffshausen, Jair Dellafiori y Marcelo Oclander.

**Premiación Best Branding Awards 2021**

# Orgullosos de recibir cada distinción

En una ceremonia presencial y reducida a la que asistieron ganadores y patrocinadores del programa, Best Branding Awards en su primera versión, distinguió casos en nueve categorías. En la ceremonia se entregó también la distinción Branding Challenge.



▲ Ganadores Best Branding Awards 2021.



▲ Equipo Nestlé y Publicis. Caso "Nuevas Maggi de la Huerta".



▲ Equipo Dominó y Raya. Caso "Sorry Burger".



▲ Equipo Fastandgood y Fuego Company. Caso "De Fast & Good a Cubeta Gang!".



► Equipo Tempo y Pullpo. Caso "Tempo - Financracia".



▲ Equipo Simplex y Fuego Company. Caso "Simplex, un Branding escalable".



▲ Equipo Santiago2023 y b2o. Caso "Santiago2023".



▲ Equipo Santander y Porta. Caso "Banco Santander Chile".



▲ Equipo Santander y Porta. Caso "WorkCafe.cl".

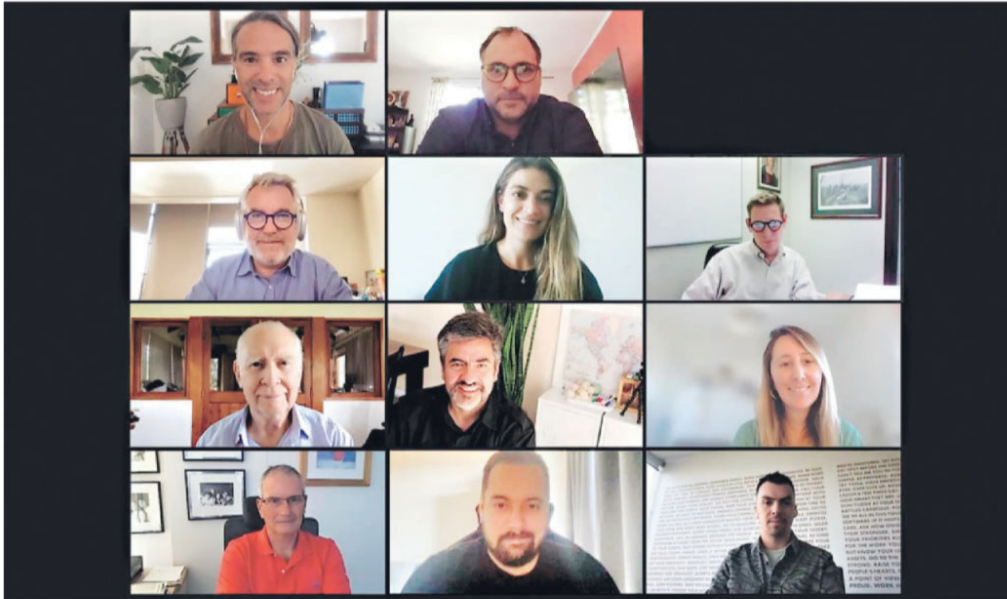


◀ Equipo Polpaico e Imax. Caso "Nueva Identidad Polpaico".

**Branding Challenge**

# Desafíos reales de branding para estudiantes de postgrado

Se trata de un concurso realizado entre grupos de alumnos de postgrados de marketing de las Facultades seleccionadas.



Entrega Branding Challenge: **Catalina Romo, Tatiana Riesle, Germán Gleisner, Magdalena Zárate y Javiera Córdova.**

**En su primera versión, el Branding Challenge distinguió a los ganadores con una iniciativa que este año trabajaron en conjunto con Unimarc.**

## GANADOR 2021

CATEGORIA	UNIVERSIDAD	CARRERA	NOMBRE ALUMNOS
Unimarc	Facultad de Economía & Negocios de la Universidad de Chile	Magister en Marketing	Jaime Abarca Germán Gleisner Catalina Romo Alejandro Saavedra Magdalena Zárate

## JURADO BRANDING CHALLENGE 2021

Gabriel	Badagnani	Socio	Pulpo
Luis Hernán	Bustos	Socio	B2O
Cristián	García	Director de Planning	McCann Santiago
Sebastián	Gold sack	Académico de la Facultad de Comunicaciones	Universidad de Los Andes
Jorge	Jarpa	Consultor	
Christopher	Neary	Director Comercial	Canal 13
Sergio	Olavarrieta	Prof. Marketing Estrategia del Depto. Administración, Prof. Cátedra de Branding, y Director Doctorado en Administración	Fac. de Economía y Negocios Universidad de Chile
Tatiana	Riesle	Gerente de Marketing	SMU
Luis	Ruiz	Director de Planning	Agencia Pedro Juan y Diego S.A.
Catalina	Undurraga	Subgerente de Marketing	SMU
Raúl	Vargas	Consultor	

**Best Branding Awards®**

**CELEBRAMOS A LOS BRAND THINKERS DE CHILE.**

**Best Branding Awards® 2021**

**NOS VEMOS EN 2022**

**Patrocinio Institucional** Anda AI ADAP **aim** AMDD **iab Chile** AAMI ASOCIACION ARGENTINA DE MARKETING ST>RT-UP CHILE

**Patrocinio Académico** UNEGOCIOS FEN-UCHILE MKT UCHILE MAGISTER EN MARKETING diseño|uc

**BrandBuilders®**

ChileVisión alma brands McCANN SANTIAGO

Nestlé Good food, Good life falabella.com webpay. transbank. KANTAR

iPROSPECT cooperativa COOPERATIVA PODCAST Otra forma de escuchar

un programa **Valora®**