

Fecha: 06-08-2025
 Medio: Diario Financiero
 Supl. : Diario Financiero
 Tipo: Columnas de Opinión
 Título: **Columnas de Opinión: Branding Challenge: Inspiración compartida**

Pág. : 17
 Cm2: 180,8

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

SOLICITADA POR



Branding Challenge: Inspiración compartida



Por Cecilia Rojas
 Head of Marketing Tempo

En la construcción de marcas, la comprensión profunda de las audiencias es clave. Como industria publicitaria, buscamos —en agencias, consultores y ejecutivos de marketing— ideas y plataformas que conecten adecuadamente con los públicos. Sin embargo, a medida que nos profesionalizamos, tendemos a alejarnos de los segmentos más jóvenes, generando una brecha entre lo “esperado” y lo “entregado”.

Motivados inicialmente por comprender mejor el ecosistema universitario actual y en busca de inspiración, surge el interés de Tempo por participar en Branding Challenge de Valora, un Concurso dirigido a estudiantes de Administración y Negocios, orientado a resolver briefs publicitarios y requerimientos de marcas reales. En nuestro caso, el desafío fue presentado a los alumnos del profesor Hernán Palacios, de Ingeniería Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

A medida que avanzábamos en el proceso, fuimos comprendiendo la importancia de este Programa para el desarrollo e inspiración de futuros talentos. Entregar a estudiantes un brief real para una marca real no solo los prepara e inspira para el futuro, sino que también ofrece a las marcas la posibilidad de recibir propuestas frescas, con una visión distinta en términos de análisis y estrategia. Todo esto, con la satisfacción de haber sido parte activa en la formación de estos alumnos.

Extiendiendo la invitación a otras marcas a participar en este Programa. Sin duda, nos llevamos una experiencia positiva, una idea ganadora que nos inspira a impulsar nuevas acciones de branding, y la satisfacción de ser parte de un ecosistema participativo para las nuevas generaciones.