LITORALPRESS

Fecha: 03-05-2026
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: RICARDO ORSINI, EL PADRE DE LA EXDIPUTADA DEL FA QUE PRODUCE LOS GRANDES EVENTOS CORPORATIVOS

Pág. : 15
Cm2: 671,1
VPE: $ 5.946.828

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

POR ÍTALO SCIARAFFIA

RICARDO ORSINI, EL PADRE DE LA EXDIPUTADA DEL FA QUE PRODUCE LOS GRANDES EVENTOS CORPORATIVOS

El seminario de BTG de la semana pasada, donde el Presidente Kast ahondó en su plan económico, fue sólo uno de los tantos eventos que ha producido Ricardo Orsini, padre Maite Orsini, quien lleva más de dos décadas, con su productora Imak, organizando los eventos corporativos de gran escala en nuestro país.

En el salón de conferencias del Hotel W de Santiago, más de 800 asistentes y otro número similar conectado via streaming escucharon el miércoles pasado al Presidente José Antonio Kast delinear su proyecto de reactivación económica. Era la decimotercera versión del seminario Latam Focus de BTG Pactual, uno de los encuentros más influyentes del mundo financiero nacional, donde también participaron el canciller Francisco Pérez Mackenna, el chairman de BTG, Andrè Esteves, y el editor del Financial Times para América Latina, Michael Stott.

El seminario, que incluyó pantallas de última generación, un montaje que replicaba la oficina de BTG dentro del hotel y una operación que involucró cerca de 80 personas entre producción técnica y servicios, fue diseñado, producido y ejecutado íntegramente por Imak, la productora liderada por Ricardo Orsini, padre de la exdiputada Maite Orsini.

"Somos el opuesto políticamente, 100% el opuesto, pero unidos porque fui papá a los 19 años. Entonces, tenemos súper poca diferencia de edad", dice Orsini de la relación con su hija. De hecho, el 30 de marzo, la exdiputada publicó en sus redes sociales un video con el mensaje: "Orgullosa de mi papito amado @orsini.ricardo y de lo mucho que ha crecido @imak.eventos".

La productora del padre de la exdiputada ya lleva más de 25 años especializándose en eventos corporativos masivos: seminarios, congresos, lanzamientos, inauguraciones y celebraciones empresariales. "Hacemos cenas de 3.000 personas como si fuera un matrimonio", explica Ricardo.

Hacen cerca de 60 eventos al año, todos de gran escala, en algunos proyectos incluso han llegado a coordinar más de 600 trabajadores. Todo con un núcleo de tan sólo 12 personas que trabajan de forma permanente. "Con nuestro pequeño equipo podemos hacer dos o tres eventos grandes el mismo día", afirma.

Imak realiza todo el proceso de los eventos, desde el concepto creativo hasta la operación total, incluyendo logística, invitados, montaje técnico, iluminación, pantallas, catering, seguridad y coordinación general. Todo esto sin ser dueños ni de equipos ni de infraestructura ni cocina. Todo lo coordinan a través de proveedores.

Actualmente mantienen clientes constantes a Santander, Entel, Enel, Itaú y Walmart. Sin embargo, según cuenta Orsini, el modelo de negocio se basa mayoritariamente en licitaciones: "Nuestra vida es licitación, licitación, licitación", resume.

Del buceo a los eventos

Antes de fundar Imak, Ricardo Orsini fue padre -recién salido del colegio- junto a la actriz Maite Pascal, a quien conoció en 1986 participando en la sección *Solteras sin compromisos* del programa *Sábado Gigante*. Ese mismo año ingresó a estudiar Publicidad en la Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

En paralelo a sus estudios, se certificó como instructor de buceo en Chile, México y Estados Unidos, organizó viajes a Isla de Pascua, Juan Fernández y recorridos por naufragios en la costa chilena, además de tener su propia escuela en Las Tacas durante los veranos de su época de estudios. "Armaba grupos, les enseñaba a bucear y después los llevaba a viajar. Fuimos hasta La Esmeralda", recuerda.

Sin embargo, al terminar la carrera decidió dejar el buceo: "Sabía que no era algo eterno y que tenía que cambiar. Tuve un accidente también con un amigo que se murió y eso me tiró para abajo".

Ahí entró a trabajar a una agencia de publicidad llamada IDB (Israel y De Bianchi), donde al poco tiempo se le encargó que hiciera una activación para Telefónica en un mall en Santiago. La activación salió bien , así que le propuso al dueño hacer un área relacionada sólo a eventos. "Y me compró la idea", cuenta. Esa área la llamó Imak, por "Intelligent Marketing".

En el 2000 decidió independizarse junto a su amigo de infancia e hijo del dueño de IDB, Giancarlo De Bianchi. "Le compramos el nombre a IDB y partimos tres personas en una oficina arrendada que tenía una sola pieza", recuerda Orsini.

Los primeros años partieron haciendo activaciones menores -"como poner seis promotoras en un mall"-, hasta que a inicios de 2004 y casi sin ninguna experiencia se adjudicaron la inauguración de la Central hidroeléctrica Ralco. Era un evento tan grande que implicó habilitar un aeropuerto en desuso cercano a la central, incluyendo salas de embarque, baños y toda la infraestructura necesaria, para recibir vuelos charter con invitados. "Tuvimos que hacer todo menos la pista", recuerda Orsini.

El evento salió bien y se convirtió en uno de los de mayor facturación en la historia de la empresa. A partir de eso, comenzaron a ser considerados en nuevas licitaciones: "Fue muy *power*, salió en todos los medios. Cuando yo llegaba y decía que hice ese evento, quedaba en otro nivel".

Así, Orsini y su socio entraron al mundo de los eventos corporativos masivos.

Entre medio, los socios plantaron un campo de pistachos en Pumanque. En 2014, De Bianchi le propuso a Orsini cambiarle la mitad de la productora por la mitad del campo. Y el publicista aceptó. Quedó en Imak -hasta hoy- con otros dos socios: Ángel Pascual, a cargo del área comercial y Carlos Guerrero a cargo de finanzas. Él es el gerente general.

La llegada a BTG

Ricardo Orsini buscaba trabajar con BTG Pactual desde hace tiempo. El vínculo se generó a través de uno de sus "secuaces" -universitarios de entre 21 y 25 años que apoyan la operación de los eventos- cuya madre estaba en el área de comunicaciones del banco. "Le dije: 'Dale mi nombre a tu mamá, en algún momento me puede invitar a una licitación'", cuenta.

Así el año pasado entró al proceso. Como parte de la licitación, BTG le envió material de referencia con registros de eventos anteriores. "Me mandan un video y me dicen: 'Quiero un evento de excelencia, de primer nivel al estilo de nosotros'. Pero yo creía que podíamos hacerlo mejor", cuenta. Con ello, para su presentación, Orsini mostró las mismas imágenes de los eventos pasados y fue marcando lo que, según él, había que mejorar. A partir de eso propuso cambios completos en el evento: cómo se veía, cómo se armaba el espacio y cómo se vivía la experiencia.

Se adjudicó el proyecto y estuvo cuatro meses preparando el seminario. "Les dije: les voy a hacer la oficina en el W". Para eso, intervino todos los muros del recinto: los recubrió con elementos visuales que replicaban la estética de BTG. "Todos los muros los forré con estos palitos típicos, con corpóreos BTG", explica. La idea era que el espacio dejara de parecer un hotel y funcionara como una extensión de la oficina del banco.

Además, organizaron el montaje de las pantallas y la iluminación, también la gestión de invitados con la base de datos del banco: "Tuvimos que parar las confirmaciones de asistencia 8 o 10 días antes, porque ya no cabía más gente", señala Orsini. El catering lo manejó el hotel: hubo coffee en la mañana y un brunch al final con 40 garzones .

"La verdad es que sí, fue bien hecho, pero es uno más de los que hacemos nomás", declara Orsini. +

www.litoralpress.cl