



#SinAtaduras

# 6° JORNADAS DE MARKETING

EL VIERNES 7 Y SÁBADO 8 DE SEPTIEMBRE DE 2012 SE LLEVÓ A CABO EN EL AULA MAGNA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNLP LA SEXTA EDICIÓN DE LAS JORNADAS ORGANIZADAS POR LAS CÁTEDRAS DE ADMINISTRACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN I Y ADMINISTRACIÓN III – COMERCIALIZACIÓN DE ESTA CASA DE ESTUDIOS.

Una vez más las jornadas de Marketing en la Facultad de Ciencias Económicas despiertan en los que forman parte del evento una capacidad sumamente movilizadora. No sólo para quienes presencian en dos días consecutivos la actividad, sino por todo el movimiento y trabajo que genera en las dos cátedras que organizan el evento. La casa de estudios se viste distinta y se prepara año a año para recibir a expertos del área que cuentan a la audiencia sus casos de éxito y los tics más relevantes del mundo del marketing.

Este año el slogan elegido fue #SinAtaduras que, como en ediciones anteriores, convocó a estudiantes de las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas, Comercialización, Marketing, Diseño en Comunicación Visual, empleados, emprendedores, profesionales y docentes en general.

La apertura de las jornadas se realizó pasadas las 9.30 horas del viernes 7 y contó con la presencia del decano de la Facultad, Mg. Martín López Armengol, autoridades de la casa de estudios y los profesores María Elena Saccone y Aníbal Cueto en representación de las cátedras organizadoras del evento.

“Nosotros hemos seleccionado oradores de primer

nivel, son dos días que nos tomamos para conversar, intercambiar, vivir y sentir no solamente marketing, sino que también sirven para analizar todo lo que corresponde a áreas comerciales en una empresa. Y así poder, a partir de ahí, analizar los casos, conocerlos por dentro y poder tener idea de nuevos conocimientos y tendencias”. Con estas palabras la Lic. Elena Saccone se refería al auditorio, al comienzo del evento, el cual colmó durante los dos días que duró la actividad el Aula Magna de la Facultad.

Martín López Armengol, inauguró formalmente las jornadas diciendo: “El trabajar sin ataduras es, en alguna medida, tener mayor grado de libertad, y la educación de calidad es el gran medio para lograrlo”. Luego agregó: “Hay dos protagonistas que forman parte de este proceso, el núcleo fuerte de la educación son los alumnos y los docentes y el grado de motivación que ambos tienen, posibilita llevar a cabo estas actividades que hoy estamos inaugurando”.

## EXPOSICIONES

La primera fue la del presidente de la Asociación Argentina de Marketing (AAM), Jorge Colombatti

“El trabajar sin ataduras es, en alguna medida, tener mayor grado de libertad, y la educación de calidad es el gran medio para lograrlo”.

Martín López Armengol

“Nosotros hemos seleccionado oradores de primer nivel, son dos días que nos tomamos para conversar, intercambiar, vivir y sentir no solamente marketing, sino que también sirven para analizar todo lo que corresponde a áreas comerciales en una empresa”.

Elena Saccone

quien habló sobre el “Perfil y responsabilidades del CMO: un cambio de paradigma. El expositor se refirió principalmente a los cambios en los hábitos de consumo y como impactan esas transformaciones en las lógicas del mercado. “Cuando hablamos de la vertiginosa marcha de cambios me refiero, por ejemplo, a que en una sola hora podemos atravesar diferentes medios de información”. “Desde que me levanto y escucho la radio hasta la propaganda que me pueden dejar en cualquier esquina o semáforo...” “Este es el impacto que se da en las sociedades, esa modificación de paradigmas hace que migremos los perfiles y nuestras propuestas tienen que ver con el grado de fragmentación de la sociedad”. Luego agregó: “tenemos una visión de lo que vamos a hacer para afuera y para adentro y esto se acentúa en cuanto a la cantidad de personas de las organización. Todos nosotros vamos de una tendencia a otra como un péndulo, los hombres tienen la capacidad de ir de un punto a otro y no tienen vergüenza de ese cambio. Hoy la visión del marketing es centrarse en las personas no en el consumidor y tratar de entender esta lógica pendular y sus transformaciones”.

Seguidamente el presidente de CLAVES, Nelson Pérez Alonso habló sobre la información para decisiones de marketing y Mariano Fernández Madero, director ejecutivo de la AAM hizo lo propio en su presentación titulada: “El valor de la desesperación”. Madero abrió su conferencia diciendo “En todo plan de marketing es necesario un diagnóstico para saber que queremos hacer con un objetivo determinado”. “Muchos de nosotros pedimos enfocar nuestra mirada, pero podemos mirar las cosas más estratégicamente, pero debemos observar la realidad tal cual es, y eso es lo más difícil porque cada uno la mira con sus propios ojos...” “Hay que preparar la vista para tratar de descifrar mejor la realidad y dejar de ver sombras y el marketing también nos entrena para eso”.

Por la tarde se llevaron a cabo las tradicionales exposiciones de los Premios Mercurio. El primer caso, CAPA-CROSSOVER contó con el aporte de Guillermo Caballero quien se refirió también a “Como romper los paradigmas, El Marketing de Commodities ¿Es posible y puede ser exitoso?”. El segundo, fue sobre

la propaganda: ¡Quiero! del Banco Galicia. En esta exposición disertó la Lic. Cira Giacomuzzi la cual explicó al auditorio las particularidades y estrategias de comunicación y marketing utilizadas en el caso.

La jornada del viernes finalizó con la exposición de Rodrigo Castiglione en representación de Radio Continental quien habló sobre: “Marketing: Deseo y Comunicación”. Su exposición se basó en las ambiciones y los deseos de las personas y como estas cuestiones están atravesadas por el propio mercado y la naturalidad del hombre. “El marketing inventa necesidades y deseos, cuando nacemos y adquirimos el lenguaje, hubo algo que se perdió, la naturalidad con el objeto, nos ha quedado un hueco en nuestra estructura psíquica, y ese vacío es el que intentamos todo el tiempo tapar”, destacó.

### DE LA CAJA BOBA A LAS AULAS

En esta oportunidad para el cierre del día fue elegida la figura reconocida de Juan Gujis, quien se autodefine como un apasionado de la publicidad. El conductor del programa “El Show Creativo”, disertó sobre: “Las Claves de la Publicidad”. Durante su exposición cuestionó algunas publicidades que utilizan modelos extranjeros que no mantiene una relación de proximidad frente a los consumidores. Luego hizo hincapié a través de imágenes y casos de publicidad de los principales mandamientos para que los creativos logren una comunicación efectiva y un mejor posicionamiento de sus marcas.

### AL OTRO DÍA...

El sábado se desarrollaron las exposiciones del Caso platense - Flux It, de Guadalupe Riccombeni quien habló sobre cómo manejar la comunicación con clientes de una marca a través de sus canales digitales, caso Renault Argentina y de Roberto Serra sobre: “Marketing y Complejidad”.

Como cierre de las jornadas se proyectó un video sobre todas las actividades realizadas antes y durante las jornadas. A su vez, la Lic. Elena Saccone junto con la secretaria de Asuntos Académicos Cra. María Laura Catani, felicitaron y agradecieron a los presentes e invitaron al auditorio al próximo encuentro que seguirá marcando huella en la Facultad. ■