

Felipe Gabriel Gaete Vilches

Tel.: +56 999293066 Mail: felipegaetevilches@gmail.com

Resumen

Publicista y comunicador con 25 años de experiencia trabajando en destacadas agencias internacionales como Ogilvy, Leo Burnett y Prolam Young & Rubicam (VML). Durante mi carrera he liderado campañas para importantes marcas regionales, entre las que destacan Unilever, Procter & Gamble y Falabella.

Mi trabajo se ha destacado en aportar a la construcción de propuestas de valor para marcas como Entel, Falabella, Jumbo, Lucchetti, Banco de Chile, Tottus, Claro, Carozzi, Shell, Emiliana Vineyard, ING, Goodyear y Mitsubishi Motors. He conseguido premios en festivales publicitarios como Achap, El Ojo de Iberoamérica, FIAP, FICE y WINA. Y he tenido la oportunidad de ser jurado creativo internacional en los Festivales de FIAP, WAVE (Brasil), FICE (México), PHNX (AdForum), WINA (Colombia), ADSTARS (Corea) y ACHAP (Chile). Como docente UDP he realizado la tutoría de alumnos ganadores de Effie College 2024, Effie College 2025, y de Young CREA 2025.

Las empresas saben que deben construir marca. Lo declaran en su plan estratégico. Pero cuando revisan el presupuesto y el calendario, el performance pasa por encima de todo.

No es descuido. Es un síntoma de algo más profundo: vivimos en un mundo saturado de impactos, pero con una escasez más grave: No solo de atención, sino que de confianza.

Hasta cuándo repetimos que "las marcas están desconectadas". La causa es más simple y más incómoda: **las personas están cansadas de marcas que piden conexión sin mantener una postura clara.** "Conectar" se volvió la palabra más facilista de la industria: suena muy humana, pero no se casa con nada ni con nadie. Las personas no piden cercanía. **Piden claridad. Piden coherencia.**

Y la industria respondió de forma equivocada: más contenido, más canales, más optimización, más segmentación. Y terminó premiando la velocidad de la irrelevancia. Confundimos hipersegmentar con entender la multiplicidad de lenguajes. Alcance con impacto real. **Demasiadas marcas dejaron de ser culturales para convertirse en panaderías digitales: producción incesante, sin diferenciación ni relevancia.**

Mi postura es simple: la comunicación debe estar a la altura de la inteligencia de las personas. **No creo en el marketing que interrumpe ni persigue. Me interesa el que aporta, el que explica en simple, sobre analiza menos y cumple lo que promete.**

Para mí, la confianza no se optimiza. Se construye. **Y la creatividad no es una ejecución: es un sistema integral de decisiones estratégicas y valientes que alinean negocio y cultura.**

Y la ventaja ya no está en tener ideas. Está en generar las condiciones donde las ideas puedan vivir: foco, criterios, experiencias y el coraje de defenderlas.

Sobre la inteligencia artificial: **dejemos de hablar de ella como herramienta "aceleradora". Hoy es infraestructura.** Nadie compite por tener luz. Compites por el criterio con que usas esa infraestructura al servicio de los objetivos de marca, y no del trend del día.

En una crisis de confianza, no se trata de ganarla. Se trata de merecerla.

La pregunta no es cómo comunicarlo mejor. Es si lo que haces hoy, merece ser comunicado.

Antecedentes Laborales

- **Consultor Creativo Independiente (Marzo 2025 -)**

- Liderar diagnósticos de marca basados en metodología BAV para identificar brechas de diferenciación, relevancia y confianza en mercados B2B y B2C.
- Desarrollar estrategias de posicionamiento y arquitectura de mensajes alineadas con los objetivos de negocio del cliente, desde el brief hasta la implementación.
- Desarrollar asesorías estratégicas de branding para empresas en etapas de lanzamiento, relanzamientos o desarrollo de productos.
- Diseñar y presentar pitches de consultoría ante directorios y equipos de marketing, integrando evidencia de mercado, diagnóstico competitivo y propuesta de valor diferenciada.
- Estructurar sistemas de identidad de marca — tono de voz, arquitectura de mensajes.

Me he desempeñado como Consultor Creativo de las siguientes marcas: **Salcobrand, Zapping, Remote Waters, The Clan, Finis Terrae, Clínica Alemana, Lider, Turistik.**

- **Docente Universidad Diego Portales (Marzo 2024 -)**

Facultad de Comunicación y Letras - Escuela de Publicidad.

- Tutoría de equipos de estudiantes, ganadores de Effie College 2024 y 2025. Ganadores de Premios Young Crea 2025.

- **Director Creativo, Promoplan Chile (Junio 2012 – Febrero 2025)**

Encargado de:

- Dirección y formación de equipos creativos.
- Desarrollo de estrategias de marca.
- Creación y conceptualización de campañas de Publicidad en 360°.
- Gestión y supervisión en la implementación de campañas e identidad de marca en medios on y offline.
- Dirección creativa en producciones audiovisuales.
- Inspirar a los clientes y a compañeros para evitar la zona de confort y fomentar el desarrollo de sus capacidades.

Me he desempeñado como Director Creativo de las siguientes marcas: **Falabella, Tottus Chile, Tottus Perú, Fazil, Claro Chile, TVN, Mitsubishi Motors, Trek Bikes, Spyder, Emiliana Vineyards, Shell, Upa Stores, Sony Mobile, Costa, Carozzi, Samsonite, Gacel&Guante, Gobierno de Chile, WWF, WorldVision, Amnesty International.**

- **CoFundador, Director Creativo General, Madresanta (Mayo 2010 – Mayo 2012)**

Encargado de:

- Dirección y formación de equipos creativos.
- Dirección y gestión de clientes.
- Desarrollo de estrategias de marca.
- Creación y conceptualización de campañas de Publicidad en 360°.
- Gestión y supervisión en la implementación de campañas e identidad de marca en medios on y offline.
- Dirección creativa en producciones audiovisuales.
- Creación de identidad de marca, arquitecturas de marca y manual de identidad corporativa.

Me he desempeñado como Director Creativo de las siguientes marcas: **ACHS - Consorcio - Grupo IASA - Recicla 100 - Curad - Comparte Fair Trade.**

- **Director Creativo, Agencia Blink (Extend Comunicaciones) (Julio 2008 – Marzo 2010)**

Encargado de:

- Dirección y formación de equipos creativos.
- Desarrollo de estrategias de marca.
- Creación y conceptualización de campañas de Publicidad en 360°.
- Gestión y supervisión en la implementación de campañas e identidad de marca en medios on y offline.
- Dirección creativa en producciones audiovisuales.

Me he desempeñado como Director Creativo de las siguientes marcas: **ACHS - Mall Plaza - Total Brand - Grünenthal - Clinica Ivi.- Chile Transparente.**

- **Supervisor Creativo, Prolam Y&R (Febrero 2007 – Febrero 2008)**

- **Arte / Redactor Creativo (Noviembre 2003 – Febrero 2007)**

Encargado de:

- Creación y conceptualización de campañas de Publicidad en 360°.
- Redacción y supervisión en la implementación de campañas e identidad de marca.
- Supervisión en producciones audiovisuales.
- Creación de identidad de marca, arquitecturas de marca.

Me he desempeñado como Supervisor Creativo de las siguientes marcas: **Jumbo - Lucchetti - Naturezza - Miraflores - CAT - Banco Credichile - Banco de Chile - Laboratorios Maver - Iberoamerican Radio - Asoc. Fondos Mutuos.**

- **Director de Arte, Leo Burnett (Febrero 2002 – Noviembre 2003)**

Encargado de:

- Creación y conceptualización de campañas de Publicidad.
- Dirección de Arte y supervisión en la implementación de campañas e identidad de marca.

Me he desempeñado como Director de Arte de las siguientes marcas: **Ace - Always - Scotiabank - Entel - Nature Valley - Haggen Dazs - Falabella – ING.**

- **Dirección de Arte, Ogilvy (Enero 2000 – Enero 2002)**

Encargado de:

- Creación y conceptualización de campañas de Publicidad.

Me he desempeñado como Asistente de Arte de las siguientes marcas: **Dove - Pepsodent - Le Sancy - Malloa - Nestlé - ABN AMRO - Huggies – Kotex.**

Formación Profesional

- Publicidad UNIACC, 1996 – 1999 Mención en Publicidad.
 - Licenciatura en Comunicación y Marketing UNIACC, 1999-2000.
 - Gastronomía CIES, 1995 – 1996.
 - Alianza Francesa Santiago, Chile, 1991 – 1994
 - Alianza Francesa Caracas, Venezuela, 1983 - 1991
-

Información Adicional

Docente Universidad Diego Portales:

Facultad de Comunicación y Letras
Escuela de Publicidad
Clínica Profesional.

Honors

- Member of the Jury, AdStars, Korea.
- Member of the Jury, FIAP, México.
- Member of the Jury, ACHAP, Chile.
- Member of the Jury, WAVE, Brasil.
- Member of the Jury, FICE, Colombia.
- Member of the Jury, WINA, World Independent Advertising Awards.
- Member of the Jury, AdForum, PHNX.

Idiomas:

- Castellano escrito y oral avanzado
- Francés escrito y oral avanzado.
- Inglés escrito y oral medio.

Otros:

- Seminario de Escritura de Géneros, Robert McKee (2010)

- **Linkedin**

<https://www.linkedin.com/in/felipegaetevilches/>

<https://www.linkedin.com/in/felipegaetevilches/details/certifications/>

- **Behance**

<https://www.behance.net/felizpegaete>