

ANUARIO 2022



 www.aam.cl

 AAM Chile

 Chileaam

 AAM Chile

I. INSTITUCIONAL

Mensaje de la Presidencia	02
Hitos	04
Directorio 2022- 2024	05
Cambio de Estatutos	05
Nueva Gerencia General	05
Actualización Principios Corporativos (Misión, Visión y Valores)	06
Estudio de posicionamiento Agencias de Medios	06
Resumen de nuestra trayectoria	07
Nuestros Socios	09

II. GESTIÓN 2022 – CONTRIBUCIÓN A LA INDUSTRIA

Mensaje Gerencia General	10
Equipo AAM	12
Productos especializados	
1) Informes de Inversión Publicitaria	
Total Medios	14
Informe de Inversión Digital Socios AAM	14
Informe por Soporte	14
2) Estudios de Mercado	14
3) Mitos y Verdades	15
Opinión Experta	16
1) Punto Vista Directorio	17
2) La Voz de las Comisiones	18
3) AAM Conversa con...	19
Colaboradores como Protagonistas	20
Ciclo Teletrabajando	20
Trascendencia Pública	21
1) Website y RRSS	21
2) Difusión y cobertura	21
3) Premios Ejecutivos y Agencias Asociadas	21
El valor del Trabajo Colaborativo	25
Alianzas estratégicas	25

ÍNDICE

MENSAJE DE LA PRESIDENCIA

Como es de conocimiento 2022 fue el año que me correspondió asumir la presidencia de AAM, por tanto, éste es el primer informe de gestión que me corresponde en representación del directorio, del equipo de la Asociación encabezado por su también nuevo gerente general y de sus comisiones especialistas. Y quiero hacerlo aludiendo a mi primer mensaje oficial, ocasión donde señalé que: “Estando consciente de la responsabilidad, tengo más ganas que dudas y estoy más entusiasmado que apremiado porque sé de nuestro valor como Asociación, del aporte que hacen las Agencias de Medios a la industria y del equipo humano que desarrolla y respalda nuestra labor.”

Ha pasado poco más de un año y habiendo revisado lo que hemos hecho en este tiempo esas palabras continúan plenamente vigentes. Hemos asumido los desafíos con ganas y entusiasmo y dado enormes pasos en forma y fondo, conservando también con afecto y cuidado aquello que nos ha permitido impulsar las reformas a las que me referiré:

En primer término y después de casi una década, llevamos a cabo un importante cambio en los estatutos inspirados por la convicción de que nuestro ámbito de gestión incorpora hoy una diversidad de actores que trascienden por mucho a las solas Agencias de Medios. Dichas modificaciones han permitido a la

fecha la incorporación de otro tipo de organizaciones en calidad de Socios de AAM, aportando con ello nuevas miradas a la hora de abordar las complejidades de nuestra industria.

En coherencia con lo expuesto, también revisamos nuestros **principios corporativos** (Visión, Misión y Valores), lo que derivó en su correspondiente actualización, de forma tal que siguieran cumpliendo a cabalidad su rol de guía a la hora de proyectar y gestionar nuestra labor, así como en términos de difusión y conocimiento de nuestro rol frente al mercado.

Gonzalo Parra
 Presidente AAM
 Director Comercial Havas Group



INSTITUCIONAL

Queremos que sepan hacia dónde nos dirigimos, qué hacemos, cómo lo hacemos y bajo qué principios, sabrán entonces qué podemos ofrecerles y la diversidad de iniciativas que podrían contar con nuestro apoyo.

Pero el ejercicio 2022 no solo nos hizo volcar nuestra mirada hacia el interior, también dio cuenta de nuestro interés por conocer cómo nos ven nuestros partners más tradicionales, tanto como Asociación y también a nuestros socios, las Agencias de Medios. Fue así como desarrollamos un primer estudio de posicionamiento con el objeto de conocer la percepción y expectativas de avisadores y medios de comunicación. Como era de esperar, los resultados nos trajeron interesantes hallazgos y por sobre todo, desafíos que decididamente fueron recogidos en nuestra estrategia 2023.

Dicho lo anterior y como podrán ver en las siguientes páginas, sin duda éste ha sido un año para dar continuidad a lo que está bien hecho, actualizar o reformular lo necesario para adecuarnos a los tiempos y asumir el desafío principal que es hacer de la AAM un Asociación más grande, más diversa, más opinante e incidente en la industria.

En ese camino **estamos convencidos de que nuestra fortaleza está en la capacidad de generar y articular nuestras redes de colaboración para ganar en relevancia, cuyo beneficio va más allá de las Agencias de Medios, de esta Asociación y de la industria de la que somos parte.** Porque es un hecho, somos un negocio que aporta al país tanto en ingresos como en empleo, y para ilustrar el punto, como somos gente de datos, me enorgullece decir que esta entidad gremial acoge hoy a los 6 grupos empresariales y agencias más importantes presentes en Chile.

Pero esto aunque importante no es suficiente para nosotros, queremos hacerlo en grande y por sobre

cualquier otra consideración queremos hacerlo bien. En este sentido sabemos que nuestros socios y por ende en AAM somos parte y reflejo de la comunidad, nuestra responsabilidad excede lo profesional, **debemos no solo cumplir con la legalidad vigente, sino también impulsar buenas prácticas en armonía con los cambios sociales y esto incluye también a las personas con quienes tenemos una primera responsabilidad, las y los colaboradores de las Agencias,** profesionales sin los que nada de lo que pueda aparecer en estas páginas sería posible ni tendría sentido.

Finalmente y como todo mensaje de estas características hay 2 cosas que no puedo dejar de hacer, la primera, invitarlos a revisar el contenido de esta Cuenta para que conozcan mejor lo que hacemos, y la segunda y más importante aún... AGRADECER... al directorio, al equipo, a nuestros antiguos y nuevos aliados estratégicos, a quienes nos siguen en redes sociales y a todos los que de distintas formas y en diferentes momentos nos han permitido llegar aquí. Nos vemos pronto.

Gonzalo Parra

Presidente AAM

Director Comercial Havas Group

HITOS

Como toda organización que ya exhibe cierta trayectoria, 2022 asumimos el desafío de revisar e incluso replantearnos algunas de nuestras principales definiciones y la forma como desarrollamos la gestión, inspirados y en coherencia con los cambios en nuestra dirección.

En este contexto, durante 2022 destacaron los siguientes 5 hitos:

1. NUEVO DIRECTORIO 2022 -2024

Constituido el día 14 de abril en sesión de Asamblea Ordinaria.



Gonzalo Parra
Presidente y Director
Comercial Havas Group



Gema Berríos
Vicepresidenta y Managin
Director Publicis Media



Gloria Lobos
Directora Tesorera y Gerenta
General Initiative



Marcela Robledo
Directora Secretaria y
Gerenta PHD

DIRECTORES



Carlos Martínez
CEO, GroupM



Marcelo Rivera
CEO Cono Sur
Mediacom-Wavemaker



Santiago Garcés
Managing Partner
UM Chile



Mike Castillo
Business Leader
OMD Chile

2. CAMBIO DE ESTATUTOS

Las modificaciones a las que se refiere aluden exclusivamente a la ampliación del tipo de organizaciones que formalmente pueden integrarse en calidad de Socios a esta Asociación Gremial. Dichos cambios nacen de la convicción de que en la actualidad nuestro ámbito de gestión incorpora diversos actores además de las Agencias de Medios, tales como Medios de Comunicación, Agencias de Publicidad no mediales, proveedores que formen parte o desarrollen alguna actividad de apoyo a la industria y anunciantes. Dichos cambios fueron realizados dando fiel cumplimiento a la normativa vigente (Decreto Ley 2757 de 1979, Ministerio de Economía) y rigen desde el 9 de septiembre del 2022.

3. CAMBIO GERENCIA GENERAL

Con fecha 1 de junio asume la Gerencia General **Diego Abadie**, ejecutivo con amplia trayectoria en el ámbito del marketing, la publicidad y las comunicaciones comerciales. Diego también se desempeña como docente y ocupa esta posición en reemplazo de Sonia Soler, quien ejerció el cargo desde que se constituyó esta Asociación Gremial en 2013. La designación consta en Acta N° 88 de abril 2022

4. ACTUALIZACIÓN PRINCIPIOS CORPORATIVOS

Como protagonistas de la industria de las comunicaciones sabemos de la importancia de estas definiciones en la medida que orientan el devenir de la organización y cómo lleva a cabo sus metas. Permiten alinear los objetivos y proyectos con las estrategias, al amparo de un marco valórico compartido, lo que contribuye a garantizar su crecimiento y desarrollo. En trabajo conjunto entre el equipo AAM, su Comité Ejecutivo y el Directorio, se realizó la actualización correspondiente para quedar como se indica:



VISIÓN

Ser un referente en la industria de las comunicaciones comerciales, agrupando y articulando iniciativas en colaboración con los demás actores del sector que contribuyan a validar el aporte de las comunicaciones comerciales al desarrollo económico y social del país.

MISIÓN

Contribuir al posicionamiento de todos los actores asociados, siendo un soporte a la gestión a través de servicios y productos de valor para la industria, promoviendo el uso de nuevas metodologías y tecnologías de vanguardia, y fomentando las buenas prácticas de mercado.

VALORES

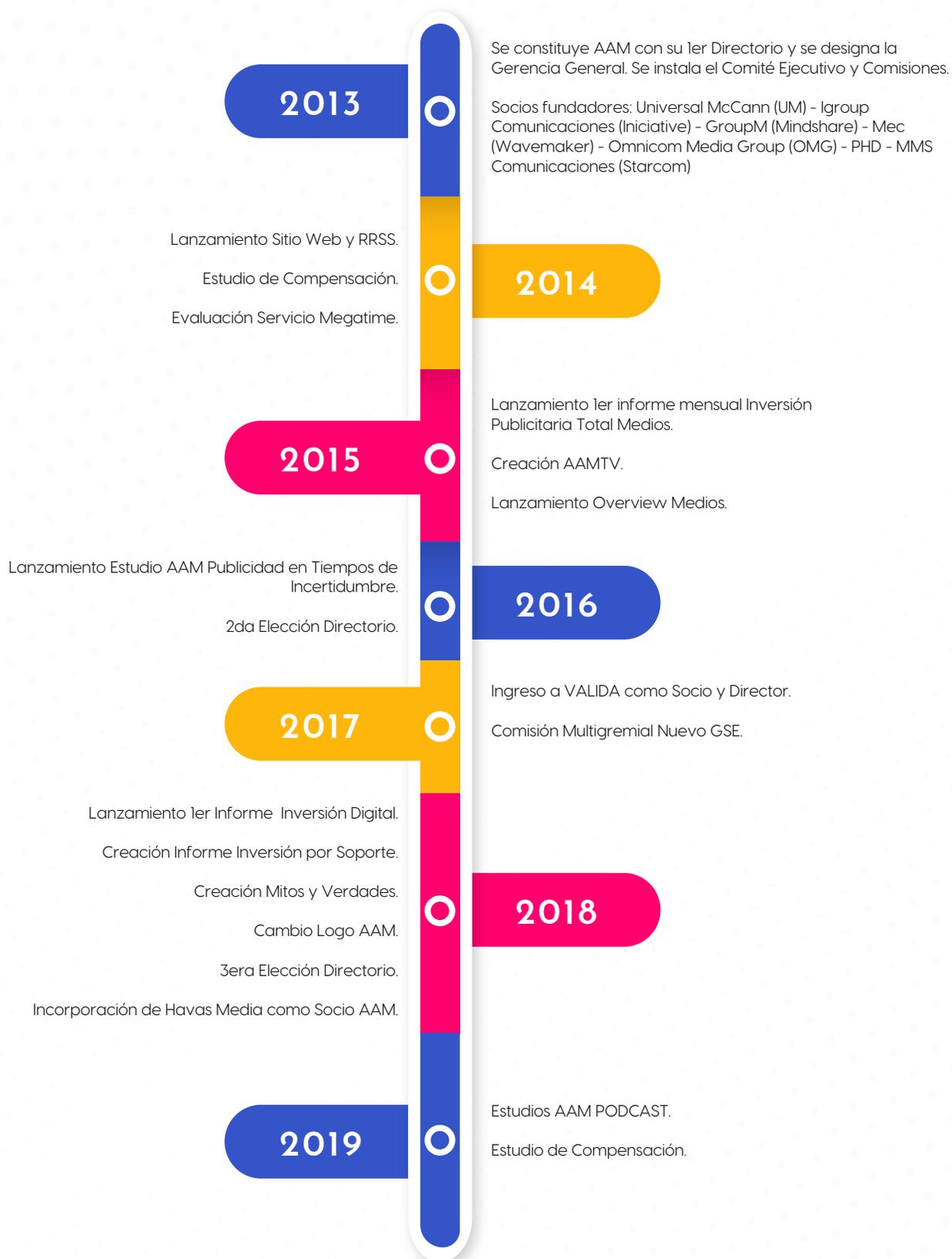
Adaptación, Colaboración, Comportamiento ético, Compromiso, Diversidad e inclusión, Formación, Innovación, Respeto, Sostenibilidad y Transparencia



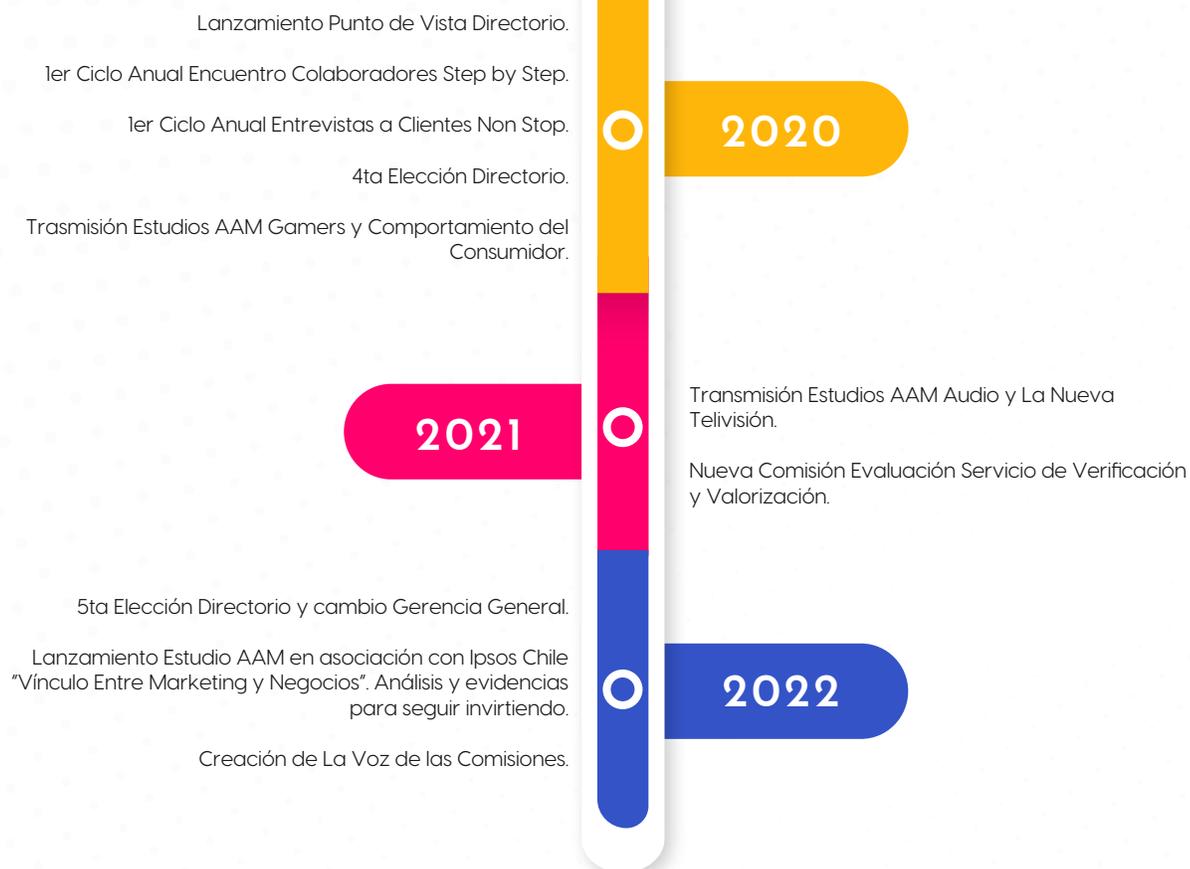
5. ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO: PERCEPCIÓN Y EXPECTATIVAS DE LAS AGENCIAS DE MEDIOS.

El objetivo principal fue conocer el posicionamiento, percepción y expectativas que tienen los avisadores y medios de comunicación de las Agencias de Medios. El estudio tuvo un carácter cualitativo en base a entrevistas en profundidad realizadas entre julio y agosto de 2022, y permitió conocer en detalle aspectos tales como: Cuáles son los tributos valorados en una Agencia de Medios, cómo es la relación de las empresas entrevistadas con su Agencia de Medios y finalmente cuál es la imagen y percepción de la AAM. Los resultados del estudio se constituyeron en un valioso insumo para el diseño e implementación de la estrategia 2023.

NUESTRA TRAYECTORIA



NUESTRA TRAYECTORIA



NUESTROS SOCIOS

Tradicionalmente nuestros socios son organizaciones cuyo giro principal es el estudio, análisis, planificación en medios de comunicación social, negociación, intermediación y compra de espacios o tiempos en dichos medios. En calidad de asesores expertos realizan recomendaciones a los avisadores acerca de la elección de los medios para la transmisión de los mensajes que sus empresas o marcas clientes desean transmitir, proyectando un retorno conforme los diferentes objetivos de venta y brand awareness que se plantean.

El ejercicio 2022 registró una inversión publicitaria por parte de nuestros socios equivalente a **MM\$942.484.- (valor neto sin comisión Agencia ni IVA), que representó un alza de 9,8% versus 2021 (nominal)**. Dicha inversión constituye más del 70% dentro de un total consolidado industria.

En cuanto a su contribución al empleo país, nuestros asociados en conjunto reúnen a más de 2.200 colaboradores.



MENSAJE DE LA GERENCIA GENERAL

Aunque siempre he sido un fiel defensor de la actividad gremial y había participado activamente cada vez que fui requerido por alguna de estas organizaciones representantes de la industria, la verdad es que nunca imaginé que un día mi compromiso sería a cargo de la gestión de AAM. Y pese a que en rigor asumí el 1 de junio de 2022, me siento tan responsable como complacido de poner de manifiesto lo ocurrido durante dicho ejercicio, fruto tanto del direccionamiento del directorio, como del trabajo del equipo, las comisiones y por cierto también de mi predecesora.

Y si bien como toda Cuenta Anual este documento hace un repaso por las principales iniciativas que desplegamos durante 2022, quisiera aprovechar esta instancia para dar poner de relieve los intereses que las han inspirado.

En primer lugar compartimos el convencimiento de que colaborar es la piedra angular de la actividad gremial, por tanto, todo lo que hacemos no lo hacemos solos, requiere y demanda el trabajo de nuestros socios, así como de otros miembros de esta industria, me refiero a proveedores especializados, medios de comunicación, anunciantes, y más. Sin duda el cambio en los estatutos vigentes a partir de 2023, facilita la integración formal y da pie para contar con esa diversidad que tanto hemos buscado.

En segundo término tenemos pleno conocimiento de cuáles son los atributos que a la fecha nos han dado valor en el mercado y han contribuido a nuestra imagen y posicionamiento. En este sentido continuamos desarrollando con rigor informes y estudios que entregan información pertinente y actualizada. Al respecto, actualmente nos encontramos trabajando en

Diego Abadie
Gerente General AAM



GESTIÓN 2022

establecer mejoras que redunden en mayor beneficio para los profesionales que los han hecho un insumo importante para su labor. En la misma línea y dado que reconocemos el valor de nuestra gente es que vamos más allá de los datos y es esa voz calificada la que promovemos en nuestras distintas publicaciones.

Asimismo y siendo parte del mundo de las comunicaciones, no podemos desconocer el rol de la difusión de lo que hacemos en la construcción de nuestra propia imagen como entidad gremial, lo que se logra tanto por las iniciativas que impulsamos, como por la actividad y trascendencia del trabajo de nuestros socios. Es por eso que destacamos nuestros logros tanto como socializamos nuestros desafíos y los compartimos con otros destacados gremios.

Finalmente y si de desafíos se trata, quisiera destacar nuestro compromiso con impulsar la actividad y reactivación de la industria, que ha sido una inquietud permanente del último tiempo, aprovechando toda tribuna a la que tenemos acceso para

reforzar el mensaje: Esta actividad tiene un rol incidente en el crecimiento de la economía y el desarrollo del país. Además la evidencia histórica avala nuestra posición, invertir en comunicaciones comerciales en tiempos de incertidumbre y contracción económica es una de las mejores estrategias para ganar en posiciones de mercado y recuperar rendimiento.

En este contexto hago la invitación para que sigan revisando la información que entregamos a través de nuestros distintos canales de comunicación, a que atiendan las recomendaciones de nuestros socios y asumamos un rol activo a la hora de hacer crecer nuestra industria.

A todos quienes he citado directa o indirectamente en esta misiva, no me queda más que agradecer por la confianza demostrada y decirles que pueden seguir contando con nosotros.

Diego Abadie
Gerente General AAM

EQUIPO AAM



Diego Abadie
Gerente General



Romy Barría Ojeda
Product Manager



Olaya Jiménez Peña
Asesora Comunicaciones

COMITÉ EJECUTIVO



Diego Abadie
Gerente General AAM



Estrella Mermet
Research & Strategy
Director Initiative



Claudia Rousseau
Directora de
Cuentas Starcom



Soledad Salgado
Managing Director
Wavemaker



Esteban García
Director General de
Cuentas Arena Chile



Vladimir Fuentes
Sub-Gerente de
OMD Chile

COMISIÓN ESTUDIO



Daniela Buguëño
Directora Research
OMG



Mónica Díaz
Head of knowledge
MediaCom Chile



Rodrigo Mira
Research & Insight
Director Publicis Groupe



Valentina del Río
Sub-Directora de
Planificación Estratégica
Havas Chile



Francisco Muñoz
Director de Negociación e
Inversiones Magna Global

COMISIÓN DIGITAL



Álvaro Gómez
Head of Digital
MindShare



Alejandra Negrón
Directora y Annalect
-OMG



Felipe Molina
Director General de Medios
Reprise - IPG Mediabrands



Álvaro Lacoste
Head of Digital
Havas Group



Gabriela Donoso
Digital Director
Publicis Media

COMISIÓN CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN



Carolina Aburto
Líder de integración
Publicis Groupe



Sebastián Orellana
Arquitecto de Audiencias
Havas Media Group



Germán Soro
Director de Cuentas
Initiative



M. Cristina Gutiérrez
Subgerenta PHD



Alejandra Martín
Account Director
Mindshare Chile

COMISIÓN RECURSOS HUMANOS



Gabriela González
People Operations
Generalist GroupM
y **Camila Parada**
CPO Chile & Director
People Latam GroupM



M. Fernanda Ayllach
Directora Talento Humano
Mediabrand



Carolina Policichio
Directora de RRHH
Havas Media Group



Pablo Carvajal
Director de RRHH OMG



Maira Soto
Talent Analyst
Publicis Groupe y
Katherine Venegas
HR & Payroll Administration
Publicis Groupe

PRODUCTOS ESPECIALIZADOS

1. INFORMES DE INVERSIÓN PUBLICITARIA

www.aam.cl/informes-inversion-aam/

Mes a mes continuamos entregando información exhaustiva a la industria con las garantías de reserva, veracidad y exactitud necesarias a través del desarrollo de informes ya tradicionales:

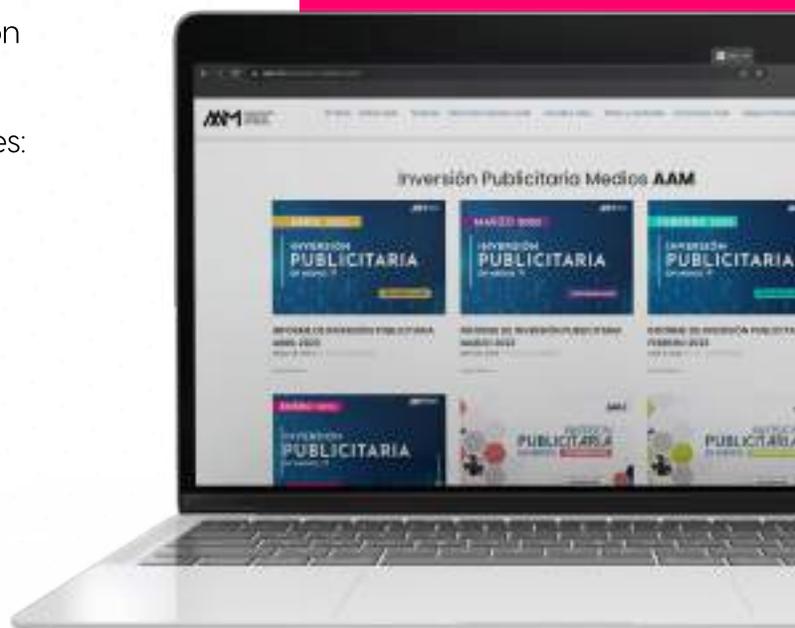
Inversión Total Industria de Medios

Inversión Digital | Socios AAM

Informe por Soporte. Solo disponible para Socios.

Las características más relevantes de dichos informes son:

- Poseen alcance nacional
- Son desarrollados usando un software encriptado a través de una empresa externa
- Cuentan con dos reprocesos en el año y sus indicadores son validados por AAM a partir de la inversión real entregada por sus Asociados.
- Las cifras se expresan en términos nominales no proyectados, con valores netos sin comisión agencia ni IVA y de acuerdo con el mes calendario.



2. ESTUDIOS

Por cuarto año consecutivo desarrollamos junto a la Comisión de Estudios de AAM relevantes iniciativas con el objeto de observar tendencias para facilitar la toma de decisiones de mercado en un período que se caracterizó por altos niveles de incertidumbre e indicadores inflacionarios muy por sobre lo registrado los últimos años.

Estudio "Redes Sociales".

www.aam.cl/estudio-redes-sociales/

El propósito del estudio fue medir e identificar el nivel de conocimiento y uso de Redes Sociales en Chile. El encuentro conducido por Gloria Lobos contó con la presentación de GONZALO DÍAZ, Analista Consumer Insights en Havas Media Group, e integrante de la Comisión de Estudios e Investigación de AAM, y en el análisis estuvieron representados Falabella Financiero, IMS Chile y OMG. El encuentro fue transmitido por 13Live a través de nuestras RRSS, donde la conexión con la audiencia estuvo a cargo de Rodrigo Mira.

"Vínculo entre Marketing y Negocios. Análisis y evidencias para seguir invirtiendo /Actualización 2022".

www.aam.cl/vinculo-entre-marketing-y-negocios/

La Iniciativa convocada conjuntamente entre AAM – IPSOS Chile fue una instancia de actualización donde se presentaron evidencias y analizaron las últimas investigaciones sobre la relación entre inversión en marketing / comunicaciones comerciales y performance de negocio. Consideró las ponencias de AAM e Ipsos y una mesa redonda moderada por el presidente de AAM y protagonizada por SMU, Google, Carozzi y Megamedia. El encuentro fue transmitido vía streaming por Mediastream y disponible en nuestro canal de YouTube.



3. MITOS Y VERDADES

Fruto del trabajo con la Comisión Digital desarrollamos 2 nuevas versiones de esta iniciativa que busca relevar información veraz por sobre mitos instalados que repercuten en la gestión del mundo digital. En esta ocasión los temas abordados fueron:

Estrategia de Marketing Digital

<https://aam.cl/estrategia-de-marketing-digital/>

Cambio de Google Analytics 4

www.aam.cl/cambio-de-google-analytics-4/



OPINIÓN EXPERTA

1. PUNTO DE VISTA DE DIRECTORIO

Las organizaciones exitosas las hacen las personas y dentro de ellas un rol fundamental es el que tienen sus principales directivos en los grandes direccionamientos a partir de cómo ven, más allá de sus respectivos negocios, la industria y el contexto en el que se mueven. Desde esta perspectiva y desde 2019, nos valemos de la opinión especializada de profesionales validados y plenamente vigentes para referirnos a temas contingentes, en esta oportunidad, los tópicos abordados fueron:

- **EL RATING Y LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS EN LA TELEVISIÓN**

www.aam.cl/el-rating-y-la-calidad-de-los-contenidos-en-la-television/

- **LAS AGENCIAS DE MEDIOS EN CHILE. Un aporte al negocio de las marcas y desarrollo país.**

www.aam.cl/las-agencias-de-medios-en-chile/

- **INVERTIR EN PUBLICIDAD EN TIEMPO DE CRISIS**

Parte 1: Crónica de un éxito anunciado

www.aam.cl/cronica-de-un-exito-anunciado/

Parte 2: ¿Qué debemos mirar al invertir? Sugerencias prácticas para abordar la contracción económica.

www.aam.cl/que-debemos-mirar-al-invertir/



2. LA VOZ DE LAS COMISIONES

2022 dió vida a una nueva iniciativa que busca poner de manifiesto la opinión experta de nuestra gente a través de las distintas Comisiones que conforman. En este contexto nos han compartido su conocimiento y experiencia lo que se tradujo en notas y artículos difundidos a través de nuestros distintos canales y con los cuales esperamos llegar a la diversidad de actores que componen la industria:

- **AAM PRESENTA: THE COOKIELESS UNIVERSE BEGINS** - Alejandra Negrón, Directora Annalect de OMG e integrante de la actual Comisión Digital AAM.
www.aam.cl/aam-presenta-the-cookieless-universe-begins/
- **SOLEADO VARIANDO A PARCIAL.** Pronósticos de las inversiones en medios 2022 - Francisco Muñoz, Director de Negociación e Inversiones Magna Global / Mediabrands y miembro de la Comisión Estudios de AAM.
www.aam.cl/soleado-variando-a-parcial/
- **HAY LUZ AL FINAL DEL TÚNEL.** Eficiencia y creatividad en la utilización de presupuestos Q1 2023 - Claudia Rousseau, integrante del Comité Ejecutivo de AAM y Directora de Cuentas de Starcom.
www.aam.cl/hay-luz-al-final-del-tunel/



3. AAM CONVERSA CON...

En las distintas ediciones 2022 desarrollamos entrevistas contingentes y de interés para la industria. La síntesis da cuenta de las opiniones de personalidades tanto de la industria como de nuestras propias Comisiones especialistas:

- **ÁLVARO GÓMEZ, HEAD OF DIGITAL DE MINDSHARE Y PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DIGITAL DE AAM.** Las ventajas de pertenecer.

www.aam.cl/las-ventajas-de-pertenecer/

- **CHRISTOPHER NEARY - SOCIO Y DIRECTOR EJECUTIVO DE NOTMEDIA.**

Si la industria del MKT y medios se mueve, sus ejecutivos también.

www.aam.cl/si-la-industria-del-mkt-y-medios-se-mueve-sus-ejecutivos-tambien/

- **GUIDO RESSIA, COFUNDADOR DE BAKIÁN.** Growth marketing o morir:

Vender en tiempos digitales.

www.aam.cl/growth-marketing-o-morir-vender-en-tiempos-digitales

- **PROTAGONISTAS DEL OOH.** Nos gusta la calle. Entrevista a representantes de CLEAR CHANNEL, JC DECAUX y MASSIVA.

www.aam.cl/nos-gusta-la-calle/

- **COMISIÓN DIGITAL AAM.** Lo que nos dejó el cyber 2022 (junio)

www.aam.cl/lo-que-nos-dejo-el-cyber-2022/

- **F. MEDIA** (Falabella). Producto de su estrategia omnicanal.

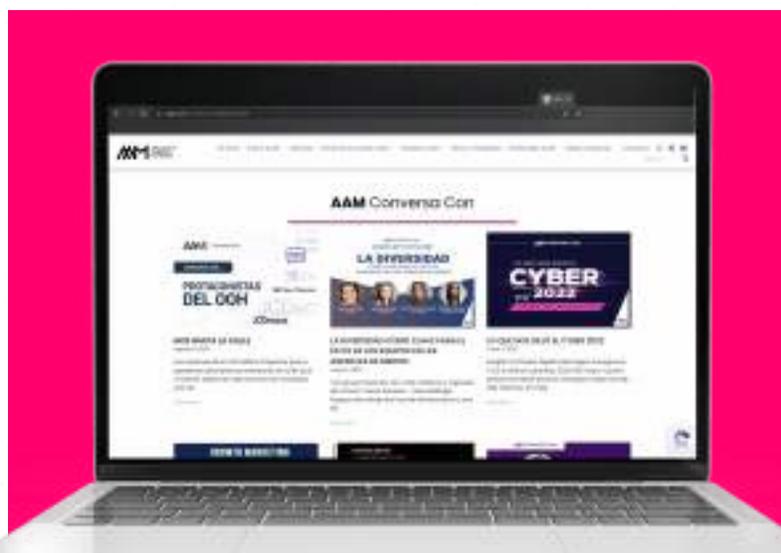
www.aam.cl/las-marcas-hablan-el-caso-fmedia/

- **COMISIÓN RRHH AAM.**

- La importancia del liderazgo de segunda línea
www.aam.cl/la-importancia-del-liderazgo-de-segunda-linea/

- La diversidad como clave para el éxito de los equipos en las agencias de medios.

www.aam.cl/la-diversidad-como-clave-para-el-exito-de-los-equipos-en-las-agencias-de-medios/



COLABORADORES COMO PROTAGONISTAS

CICLO TELETRABAJANDO

www.aam.cl/mira-lo-que-dijo/page/3/

La pandemia cedió al fin dando paso a una nueva etapa, el retorno progresivo y consolidándose la modalidad híbrida como la forma de integrar los mejores aprendizajes que dejó el COVID 19. En ese contexto reeditamos el Ciclo de Testimonios de Colaboradores para hablar sobre el Impacto y Madurez del Teletrabajo en las Agencias de Medios. Esta fue su novena y última edición, con los testimonios de colaboradores representantes **Hearts & Science, Wavemaker y Havas Media Group Chile.**

A partir de esta iniciativa rescatamos algunos de sus principales dichos a través de las distintas ediciones del ciclo que relanzamos en nuestras RRSS al amparo de **"MIRA QUIÉN LO DIJO"**. Van acá algunos de los participantes, lo que demuestra la diversidad en la cobertura.



Josue Vielma /
Media Assistant



Mario Vega /
Media Planner



Nataly Yáñez /
Planificadora de
Medios



Paz Arriagada /
Planner Cross Media



Gokión Lai /
Head of Digital WAVEMAKER



Araceli Ortiz /
Integradora Digital



Rito Sarria/Director de
Cuenta Digital (UM)



Catalina Castillo/SEM Lead y
Nicole Muñoz/ Directora de Nuevos
negocios para División Digitas



Jennifer Bravo –
Subgerente RRHH



Javier Bustos/
Analista Research



Carolina Morales/
Supervisora de Medios

TRASCENDENCIA PÚBLICA

1. WEBSITE Y REDES SOCIALES

Nos interesa difundir nuestros contenidos y otras informaciones relevantes debidamente verificadas. Durante el ejercicio 2022 realizamos un análisis de la pertinencia de la diversidad de RRSS que manejamos, a partir de lo cual se definió concentrar nuestras audiencias realizando publicaciones principalmente en LinkedIn e Instagram, quedó congelado Facebook (previo aviso en la misma red social) y YouTube se mantiene activo para privilegiar transmisiones online y on demand.

2. DIFUSIÓN Y COBERTURA

Además de la difusión que realizamos a través de nuestras propias plataformas, gestionamos nuestros principales contenidos y noticias en diversos medios especializados como Bulb Magazine, Portal Adlatina, Publimark, y revista ANDA.

3. PREMIOS EJECUTIVOS Y AGENCIAS ASOCIADAS

A través de nuestros socios tenemos una activa participación en destacadas iniciativas de la industria que permiten visibilizar su aporte y reconocer tanto sus mejores resultados como a los y los profesionales responsables.





CATEGORÍA
BEST BRAND STRETCHING /
EXTENSIÓN DE LÍNEA

- **Avisador:** Soprole
- **Nombre del Caso:** Lanzamiento Soprole Protein +
- **Agencia:** Puerto
- **Otros involucrados:** Mediacom

CATEGORÍA
BEST REBRAND /
NOMBRE IDENTIDAD VERBAL

- **Avisador:** Scotiabank
- **Nombre del Caso:** Somos Scotia
- **Agencia:** Lafamilia
- **Otros involucrados:** OMD



ELIGE A LOS MEJORES



Gloria Lobos

Directora AAM y Gerenta General Initiative,
 ganadora del premio Gerente de
 Agencias de Medios

GANADORES EFFIE 2022

ORO



AVISADOR	NOMBRE CASO	CATEGORÍA	AGENCIA	OTROS INVOLUCRADOS
Caja los Andes / Caja los Andes	Crédito Consciente	Institucional / Corporativo	Dittborn & Unzueta	Initiative
Caja los Andes / Caja los Andes	Crédito Consciente	Productos y Servicios Financieros	Dittborn & Unzueta	Initiative
Pepsi / Eccusa	Ben Brereton - Atrévete a ir por más	Carpe Diem (Marketing de Oportunidad)	BBDO	BPN Chile
Limón Soda / Eccusa Soprole Yogurt / Soprole	Haz todo, haz nada Yoghito Cajita	Éxito Sostenido Extensiones de Línea	LOCA Santiago Agencia Playa	BPN Chile MediaCom (Chile)
Pisco Mistral / Compañía Pisquera de Chile	Barrica tostada, añejado en roble con Alma de Humo	Extensiones de Línea	Aldea Santiago	BPN Chile
Bci / Bci	Bci Vertical Deportes	Fidelización	Agencia Bond	UM Marketing
Unimarc / Unimarc	El Asaito del 18 es de Unimarc	Promociones	VMLY&R	Arena Media
Banco Estado / Banco Estado	Compraquí	Relanzamientos	Promoplan	Mindshare

GANADORES EFFIE 2022

PLATA



AVISADOR	NOMBRE CASO	CATEGORÍA	AGENCIA	OTROS INVOLUCRADOS
Pepsi / Eccusa	Ben Brereton - Atrévete a ir por más	Alimentos Bebidas y Licores	BBDO	BPN Chile
Budweiser / ABInBev Chile Burger King / Burger King Chile	Back to Life Clean Whopper Sessions	Brand Experience Branded Content	VMLY&R WolfBCPP	MediaCom (Chile) Arena Media
Banco de Chile / Banco de Chile	Teletón	Cambio Positivo - Bien Social / Marcas- Empresas	BBDO	Hearts & Science
Falabella.com / Falabella.com	Aprobado por Expertos	E-commerce	David Buenos Aires	Initiative
Banco Falabella / Banco Falabella	Banco Falabella Éxito Sostenido	Éxito Sostenido	Opendor	Initiative
Movistar / Movistar	Movistar Fibra Simétrica	Extensiones de Línea	In House - Movistar	Havas Plus Chile
Salcobrand / Salcobrand	Mi Salcobrand	Fidelización	PJYD	Initiative
Super Pollo / Agrosuper	Propósito	Institucional / Corporativo	BBDO	PHP
Unimarc / Unimarc	Las celebraciones de Fin de año Unimarc	Marketing Estacional	VMLY&R	Arena Media
Banco de Chile / Banco de Chile	Día de la mujer	Marketing Estacional	BBDO	Hearts & Science
Confort / Softys	Rollo Medio Lleno	Productos	VMLY&R	Initiative
Banco Estado / Banco Estado	Avanzar es para todos	Productos o Servicios Financieros	Promoplan	Mindshare
Watt's / Watt's	Relanzamiento Néctar 200ml	Relanzamientos	Porta	Havas Media

GANADORES EFFIE 2022

BRONCE



AVISADOR	NOMBRE CASO	CATEGORÍA	AGENCIA	OTROS INVOLUCRADOS
Nescafé / Nestlé	Hecho con Respeto	Alimentación, bebidas y licores	Publicis Groupe	Thrive
Educación Digital / Movistar	Campus Fundación Telefónica Movistar	Cambio Positivo / Bien social / Marcas- Empresas	VMLY&R	Havas Plus Chile
Paris / Paris	Ropa x Ropa	Cambio Positivo - Medioambiental / Con Fines de Lucro	BBDO	Hearts & Science
Paris / Paris	Recibe Hoy	E-commerce	BBDO	Hearts & Science
Cachantún / Aguas CCU	Agua mineral Cachantun, el sabor de la naturaleza	Éxito Sostenido	Porta	BPN Chile
Hellman's / Unilever	Control+Alt+Supreme	Extensiones de Línea	Initiative	MRM
Banco Estado / Banco Estado	Avanzar es para todos	Institucional / Corporativo	Promoplan	Mindshare
Unimarc / Unimarc	El asaito del 18 es de Unimarc	Marketing Estacional	VMLY&R	Arena Media
Downy / Procter & Gamble	Downy, Vístete de perfume todo el día	Productos	Starcom (Chile)	
Ladysoft / Softys	Juntas en todos los ciclos	Relanzamientos	VMLY&R	Initiative

EL VALOR DEL TRABAJO COLABORATIVO

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

El trabajo colaborativo nos inspira y se ha convertido en uno de los sellos de nuestra gestión, abriendo paso a iniciativas que cuentan con la comunión de diversos actores en distintos ámbitos como lo son lo técnico, respaldos, difusión y otros.

En dicho contexto durante 2022 se realizaron distintas experiencias que contaron con el concurso de:



Por nuestra parte, hemos hecho lo mismo con los Effie Awards Chile, Best Branding Awards, Mkt Best (Valora), Marketers y Shop! Awards.

Dentro de los desafíos para el ejercicio próximo, proyectamos nuevos acercamientos y reforzamiento de nuestros vínculos con otras Asociaciones Gremiales de la industria y medios de comunicación.



 **Domicilio:** La Capitanía 80 Of. 108,
Las Condes

 **Rut:** 65.078.475- 8

 **Razón Social:** Asociación Chilena de Agencias
de Medios, Asociación Gremial

 **Contacto:** contacto@aam.cl / +56 9 4209 2957