



ASOCIACIÓN
AGENCIAS
DE MEDIOS



ANUARIO **2024**



ÍNDICE

INSTITUCIONAL 03

Mensaje de la presidencia	03
Directorio 2024-2025	05
Principios Corporativos	06
Trayectoria AAM	07
Socios e inversión publicitaria actual	09
Principales hitos institucionales 2024	11
Asamblea Anual de Socios	11
Cambios en el Directorio	11
Nuevo Socio	11
Actualización de imagen comunicacional	12

GESTIÓN 2024 13

Mensaje Gerencia General	13
Estructura Organizacional	14
Principales Hitos de nuestra gestión 2024	17
AAM Media Day	17
Nuevo Software de Inversión Publicitaria	18

ANTECEDENTES GENERALES 32

MENSAJE DE LA PRESIDENCIA

Iniciamos 2024 y con ello, mi segundo período consecutivo al frente de esta Asociación Gremial. Según lo establecido en nuestros estatutos, se eligió un nuevo Directorio para el período 2024-2025. Durante estos dos años, y junto a destacados colegas de la industria, conformamos una mesa directiva unida por principios y objetivos comunes para esta nueva etapa que viene cargada de desafíos.

Desde el inicio de mi presidencia, nos propusimos renovar la imagen de la Asociación, otorgarle protagonismo, estrechar vínculos con la industria y fomentar su crecimiento mediante la entrega de información más completa y relevante, así como trabajar por elevar la educación y conocimiento de nuestros profesionales, abriendo espacios de diálogo y colaboración.

Quiero comenzar agradeciendo a todos los socios que han confiado en la AAM y se han sumado a este camino. Gracias a las agencias de medios, consultores de datos y medios de comunicación. Recientemente se incorporó un actor clave del retail media: CENCOSUD MEDIA, cuya participación sin duda generará un círculo virtuoso para ambas partes y contribuirá a atraer a nuevos referentes del sector.

Uno de los hitos más importantes fue darle vida a un sueño albergado hace unos cinco años: la primera versión del AAM MEDIADAY, un seminario de marketing y medios que contó con tres speakers, más de 300 asistentes y el valioso apoyo de aliados estratégicos. La vara quedó tan alta como nuestra convicción de haber sido un aporte, por lo que junto al Directorio decidimos desarrollar la versión 2025, instancia que confiamos supere todas las expectativas.

En línea con nuestros compromisos lanzamos un nuevo software de inversión publicitaria. Esta herramienta permite procesar datos y generar información inédita y clave para la industria. Estamos seguros de que será muy valorada, al igual que nuestros informes mensuales de inversión en sus distintos formatos: Inversión Total Industria, Inversión Digital y Soporte (exclusivo para socios). Adicionalmente, nos permitirá elaborar y lanzar, justamente en nuestro MediaDay, un nuevo informe exclusivo para socios por industrias.

Sabemos que tenemos la responsabilidad de potenciar el valor del servicio que entregan las agencias de medios, promover el uso de datos para una mejor toma de decisiones, y elevar el conocimiento de nuestros profesionales. Apostamos por integrar inteligencia artificial en la planificación, automatizar reportes conectados al negocio y al



valor de marca. Valoramos el poder de las audiencias y la tecnología como recurso para alcanzar mejores resultados. En todos estos frentes, trabajamos para asegurar que la industria de las comunicaciones comerciales se conecte de forma más significativa con los consumidores y aporte más valor a quienes invierten en medios.

Finalmente, quiero agradecer sinceramente a todas las personas que hacen posible que la gestión de la AAM pase de ser una aspiración a una realidad tangible. Agradezco a mis colegas del Directorio —tanto a los actuales como a quienes hoy cierran un ciclo tras haber entregado su tiempo y compromiso a esta Asociación desde sus inicios—, así como a los integrantes del Comité Ejecutivo, las Comisiones, el equipo AAM, nuestros aliados estratégicos, ejecutivos de otras asociaciones, proveedores, medios y auspiciadores de nuestras iniciativas.

Gracias por todo. Seguiremos trabajando con compromiso y energía para estar a la altura de los desafíos de esta industria, y así seguir contribuyendo al desarrollo y crecimiento de todo un país.

Gonzalo Parra

Presidente AAM

Managing Director Havas Media Network

DIRECTORIO 2024-2025

El martes 30 de abril de 2024 y según normativa vigente, se realizó la Asamblea Extraordinaria de la Asociación, en cuya ocasión se constituyó el Directorio correspondiente.



Gonzalo Parra

Presidente y Director Comercial
Havas Group
(2do. periodo consecutivo)



Marcela Robledo

Directora Secretaria y Gerenta General
de PHD y OMG Intelligence



María Soledad Salgado

Directora Tesorera y Managing
Director Wavemaker Chile



Patricio Salas

Manager Director,
Initiative



Karla Quintero-Bonilla

Gerente Comercial
& Research Megatime



Patricio Cerda

Managing Director &
Head of Trading Dentsu X



Mike Castillo

Gerente
OMD Chile

*Vigente al 31 de diciembre de 2024.

PRINCIPIOS CORPORATIVOS



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.

TRAYECTORIA AAM

2013

Se constituye AAM con su 1er Directorio y se designa la Gerencia General. Se instala el Comité Ejecutivo y Comisiones.

Socios fundadores: Universal McCann (UM) - Igroup Comunicaciones (Iniciative) - GroupM (Mindshare) - Mec (Wavemaker) - Omnicom Media Group (OMG) - PHD-MMS Comunicaciones (Starcom).

2014

Lanzamiento Sitio Web y RRSS. Estudio de Compensación. Evaluación Servicio Megatime.

2015

Lanzamiento 1er informe mensual Inversión Publicitaria Total Medios. Creación AAMTV. Lanzamiento Overview Medios.

2016

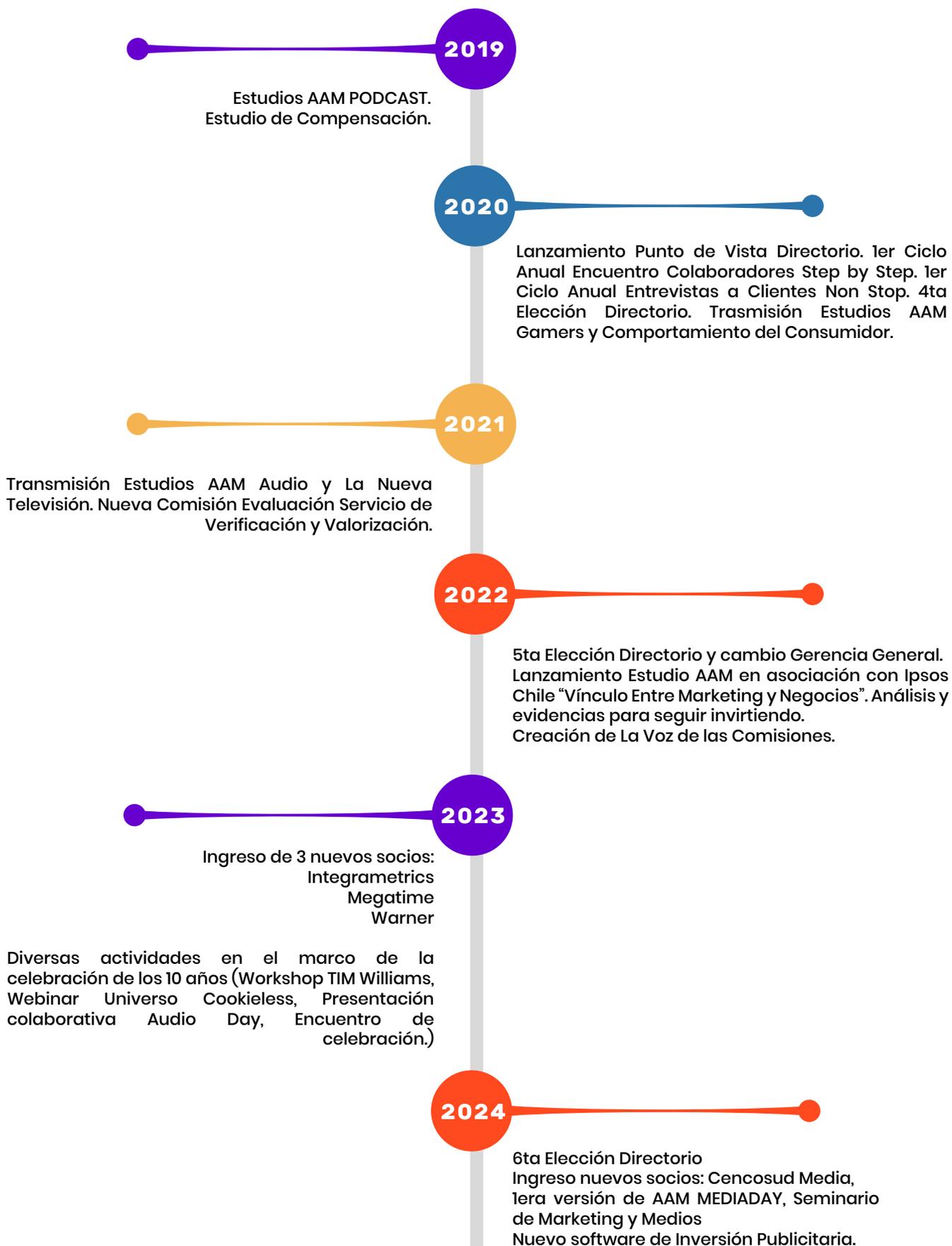
Lanzamiento Estudio AAM Publicidad en Tiempos de Incertidumbre. 2da Elección Directorio.

2017

Ingresa VALIDA como Socio y Director. Comisión Multigremial Nuevo GSE.

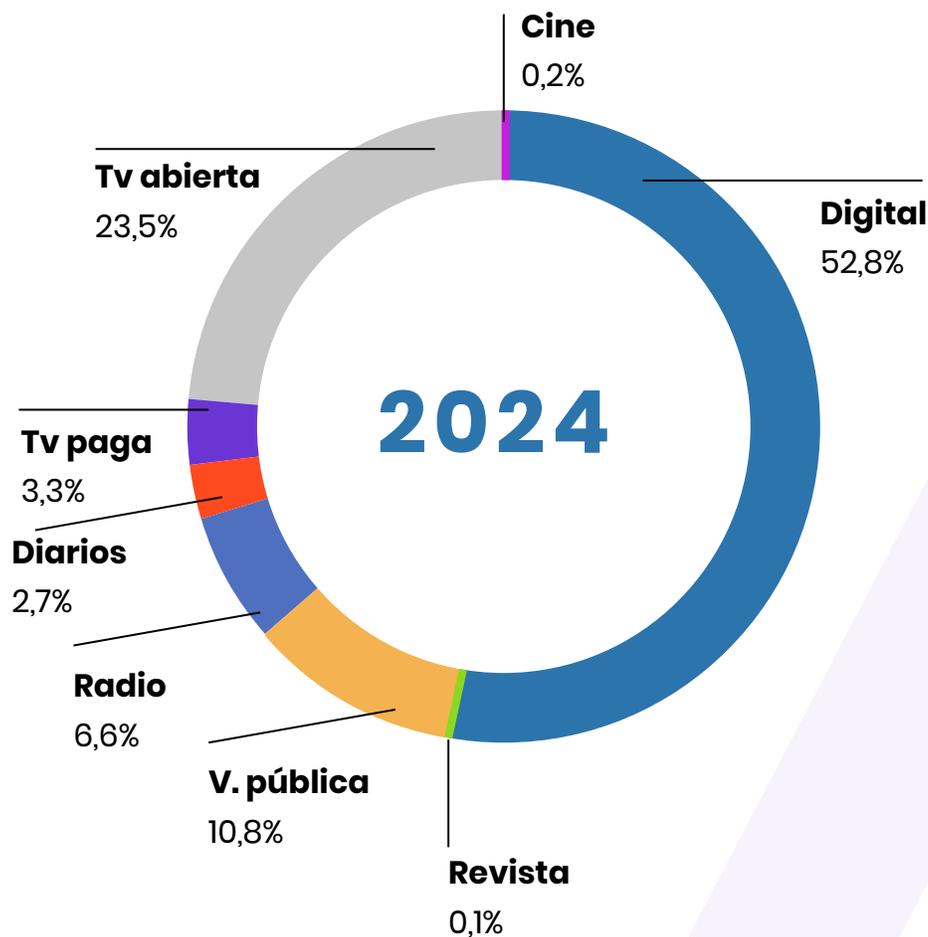
2018

Lanzamiento 1er Informe Inversión Digital. Creación Informe Inversión por Soporte. Creación Mitos y Verdades. Cambio Logo AAM. 3era Elección Directorio. Incorporación de Havas Media como Socio AAM.



SOCIOS E INVERSIÓN PUBLICITARIA ACTUAL

El año 2024 se registró una inversión publicitaria por parte de nuestras Agencias asociadas equivalente a \$967.847MM.- (cifra nominal neta), acumulado enero-diciembre. Esto representa una leve baja de -0,8% respecto del ejercicio 2023. Una vez más dicha inversión constituyó cerca del 80% dentro de un total consolidado industria.



Fuente: AAM | Asociación Agencias de Medios
Inversión Proyectada con Megatime
Inversión Digital Proyectada con Metodología AAM-Admetrics-IAB

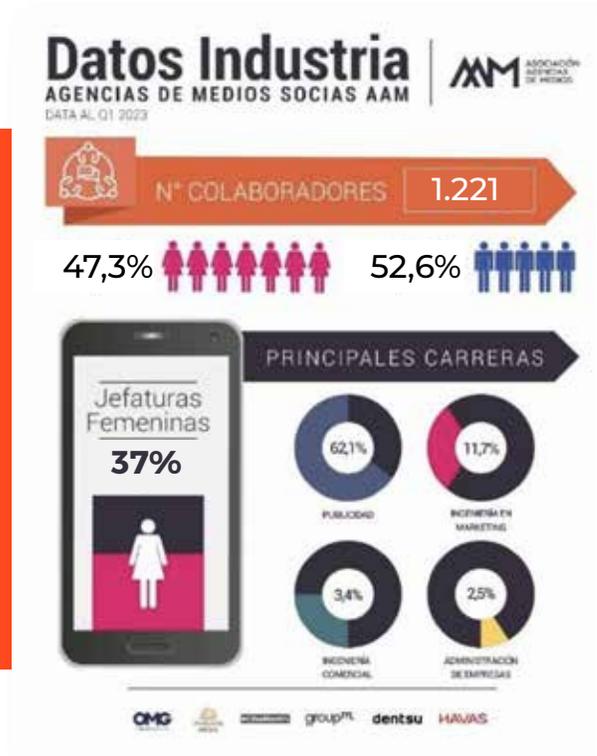
No incluye Comisión Agencia e IVA

SOCIOS



*Vigente al 31 de diciembre de 2024.

En cuanto a la cifra total de colaboradores que agruparon nuestros socios, a diciembre de 2024 dieron cuenta de 1121 colaboradores, con el siguiente detalle:



PRINCIPALES HITOS INSTITUCIONALES 2024

Asamblea Anual de Socios

En la Asamblea Ordinaria del 30 abril se constituyó el nuevo Directorio. En dicha ocasión quedó conformado por: Gonzalo Parra de Havas Media Network como Presidente (2do periodo consecutivo), Gema Berríos Lacroix de Publicis Media como Vicepresidenta, y Marcela Robledo como Directora Secretaria, en representación de PHD y OMG Intelligence. Se integró a la mesa directiva Soledad Salgado como Directora Tesorera desde Wavemaker Chile.

En calidad de Directores: Karla Quintero-Bonilla de Megatime, Mike Castillo desde OMD Chile, Patricio Cerda de Dentsu X, y Patricio Salas de Initiative.

Cambios en el Directorio

En esta oportunidad destacó la salida del Director Carlos Martínez, quien se retiró de la industria siendo CEO de GroupM. Este destacado ejecutivo ejerció como presidente de la Asociación desde sus inicios y por varios periodos consecutivos, siendo una persona ampliamente valorada en la industria. También dejó su cargo como Vicepresidenta del Directorio Gema Berríos, quien desde el 1ro de abril de 2025 se desempeña como Gerenta General AAM.

Nuevo Socio

Este año le dimos la bienvenida a CENCOSUD MEDIA, entidad cuya sola presencia agrega valor a esta Asociación. Dicha entidad centra su quehacer en el desarrollo de campañas enfocadas en audiencias específicas para ayudar a rentabilizar la inversión de una marca, posee un enfoque multicanal 360° y alcance regional.



Confiamos que participar como socios de AAM será una valiosa oportunidad para compartir conceptos, experiencias, buenas prácticas y aportar al crecimiento del Retail Media”, comentó Claudio Pérez, Head Comercial de Cencosud Media en Chile.



Actualización Imagen Comunicacional

Durante 2024 seguimos actualizando nuestra imagen comunicacional, y esta vez le tocó a nuestras redes sociales. Cabe destacar que la iniciativa se centró en rediseñar la identidad y la estrategia de comunicación de AAM en sus principales plataformas (Linkedin e Instagram) con el objetivo de fortalecer la conexión con la audiencia y captar el interés de nuevos públicos en la industria, consolidándola como una institución cercana, moderna y dinámica. Para ello se definieron:

- Tono y estilo comunicacional
- Look & feel para informes, publicaciones en redes sociales, newsletters y otros formatos
- Optimización de la distribución de contenidos por plataforma, adaptándolos a las características y preferencias de cada soporte.

Coherente con nuestra filosofía de trabajo, la actualización descrita es el resultado de un ejercicio colaborativo con la Agencia Eureka, conformada por estudiantes destacados del Departamento de Publicidad e Imagen (DPI) de la Facultad Tecnológica de la USACH, quienes desarrollaron los lineamientos de nuestra imagen a través de un actualizado BrandBook.



GESTIÓN 2024

MENSAJE GERENCIA GENERAL

La labor de la Gerencia General consiste en dirigir una gestión que permita ejecutar los lineamientos establecidos por el Directorio, haciendo tangible la Misión de la institución. De esta forma, es la responsable de la marcha administrativa y vela por el cumplimiento de los Estatutos y los acuerdos adoptados por los máximos representantes de AAM.

Como Asociación Gremial, también responde a los intereses de toda una industria, trabajando en armonía con los vaivenes de la economía del país.

En este contexto, y según consta en nuestros Informes de Inversión Publicitaria Total, cerramos un cuarto trimestre de 2024 atípico, ya que tradicionalmente es el más relevante en cuanto inversión publicitaria. Esto refleja un entorno económico local ralentizado que marcó el segundo semestre.

La inversión publicitaria anual 2024 cerró dentro de los rangos estimados, dejando a Chile desfasado respecto a la región y el contexto global de crecimiento en inversión publicitaria. Esto nos presenta un escenario local cauteloso, que pese a la evidencia histórica, tiende a prescindir del valor de estimulación a la demanda que tiene la inversión publicitaria bien orientada.

En este escenario nuestra gestión continuará, desde sus distintas vertientes, orientada a poner en valor la gestión de la Asociación y de la actividad de marketing, medios, publicitaria y de las comunicaciones comerciales en general. Haremos lo que mejor sabemos hacer: aportar información de valor que contribuya a la toma de decisiones, ayudando a crecer y desarrollarse a los profesionales que se desenvuelven en la industria, promoviendo la asociatividad, las buenas prácticas y fomentando la innovación de una industria capaz de dinamizar una economía.

Les invito a revisar las páginas de este Anuario, que dan cuenta del alineamiento entre nuestra misión y gestión. Se trata de iniciativas con propósito, realizadas con rigor y dando fiel cumplimiento a los lineamientos que han inspirado a AAM desde sus orígenes y que han trascendido hasta hoy.

Gema Berríos

Gerenta General AAM



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Equipo AAM



Gema Berríos Lacroix
Gerenta General



Andrea Luna Luna
Growth Manager



Romy Barría Ojeda
Product Manager



Olaya Jiménez Peña
Asesora Comunicaciones

Comité Ejecutivo



Karla Quintero - Bonilla
Gerente Comercial
Megatime



Estrella Mermet
Research & Strategy
Director Initiative



Claudia Rousseau
Directora de
Cuentas Starcom



Rodrigo Sánchez
Director Estratégico y
Cuentas EssenceMediacom



Nicolás Escobedo
Director de Cuentas
EssenceMediacom



Marcelo Lazo
Director General de
Cuentas Havas Media



Magdalena Silva
Media Director Dentsu X



Enrique Aravena
Director General de
Cuentas OMD Chile

Comisión Estudio



Daniela Bugueño
Directora Research
OMG



Mónica Díaz
Head of knowledge
MediaCom Chile



Rodrigo Mira
Research & Insight
Director Publicis Groupe



Ramón Pérez
Asistente Comercial
Megatime



Francisco Muñoz
Director de Negociación e
Inversiones Magna Global



Ignacia Vidal
Strategy Analyst
Dentsu Chile

Comisión Digital



Álvaro Gómez
Head of Digital
MindShare



Carolina Reyes
Directora Digital
OMD Chile



Roberto Poblete
Director del equipo
Thrive Mediabrands



Álvaro Lacoste
Head of Digital
Havas Group



Agustín Gottfried
Ecommerce Director
Publicis Groupe



Consuelo Nieto
Paid Media Director
iProspect Dentsu

Comisión Capacitación y Formación



Natalia Torres
Directora de Integración
para Banco de Chile
Hearts & Science



Pamela Herrera
Head Havas
Market Chile



Germán Soro
Director de Cuentas Initiative



Macarena Caroca
Client Operations
Manager Dentsu Chile



Carolina Morales
Directora
Starcom

Comisión Recursos Humanos



Antonieta Vásquez
Business Partner GroupM



María Fernanda Ayllach
Directora Talento
Humano Mediabrands



Jennifer Bravo
Subgerenta de RRHH
Havas Media Group Chile



Jennifer Rivas
Gerente de Recursos Humanos
Megatime



Maira Soto
Talent Analyst
Publicis Groupe



Katherine Venegas
HR & Payroll Administration
Publicis Groupe



Pablo Carvajal
Director de RRHH OMG

PRINCIPALES HITOS DE NUESTRA GESTIÓN 2024



“UNA MIRADA
SOBRE LA
PUBLICIDAD
HOY”

AAM MEDIADAY 2024

En el mes de mayo, realizamos la 1ra versión del Seminario de Marketing y Medios AAM MEDIADAY, cuya consigna fue: UNA MIRADA SOBRE LA PUBLICIDAD HOY. Cabe destacar que el propósito de esta inédita iniciativa fue poner en valor la publicidad y la gestión de Medios para apoyar decisiones de negocio.

De esta forma fuimos protagonistas del más relevante encuentro de la industria publicitaria 2024. Asistieron más de 300 personas, todas profesionales del MKT y las comunicaciones comerciales, quienes se dieron cita en el Hotel W.

La iniciativa de AAM| Asociación de Agencias de Medios de Chile, contó con destacados conferencistas de nivel internacional:

- **TOM GOODWIN:** Cuatro veces número uno en “Voice in Marketing” en LinkedIn, quien expuso sobre El Futuro de la Publicidad.
- **DIEGO PLAZAS:** Antropólogo colombiano, Chief Strategy Officer Latam en Havas, nos habló sobre comercialización en la era del conocimiento y la revolución de la IA.
- **CRISTIAN FIGOLI:** Chief Product Officer Latam en Dentsu, nos compartió su exitosa experiencia vinculando marcas con audiencias.

La jornada culminó con un interesante panel de conversación liderado por Maricela Pastene, Planning & Strategy Director en Initiative, y en el que participó, además de los 3 conferencistas, Ignacio Mirchak, Country Leader para Chile de Kantar Ibope Media.

Finalmente, agradecemos el respaldo de importantes empresas y organizaciones de la industria y a todos quienes nos acompañaron en este encuentro, especialmente a nuestros auspiciadores, apoyos y media partners: **Warner Bros. Discovery, CHV, Kantar Ibope Media, Meta, Prisa, DF, Anda y Valora.**

INVERSIÓN PUBLICITARIA

EN MEDIOS | CHILE

\$94.663MM

-4,1% vs. diciembre 2023 (nominal)

Nuevo software de Inversión Publicitaria

Somos reconocidos en el ecosistema del marketing y la publicidad por ser el único ente especializado que entrega información sobre inversión en Medios a través de distintos Informes mensuales.

Es sabido también que para su desarrollo contamos con todas las garantías en cuanto calidad y oportunidad. Para tal efecto siempre hemos dispuesto de un software que permite encriptar los datos ingresados en el sistema por cada uno de los Socios.

Pero la tecnología avanza y ello demanda de parte nuestra mantenernos a la vanguardia para seguir liderando en cuanto a la entrega de información a una industria que la valida con su uso cotidiano.

En este contexto, durante 2024 trabajamos en un nuevo y específico software operado por una empresa externa, previa licitación y lanzamos nuestro nuevo software de inversión publicitaria. Se trata de una herramienta de última generación que permite el procesamiento de datos para generar información inédita y de relevancia a nivel industria.

Acorde con los avances tecnológicos y de la sofisticación y precisión de la información, esta herramienta de data analytics permite, entre otras cosas:

- Obtener las cifras de Inversión Publicitaria de una manera más automatizada, aportando no solo a la calidad de la información, sino también a su vigencia
- Consolidar información cada vez más compleja y detallada en un formato digerible para todos los actores de la industria
- Mejorar la visualización y contar con nuevos conectores de datos
- Disponibilizar datos de categorías por industria, lo que representa la posibilidad de conocer con mayor precisión los ajustes y tendencias de mercado, y homologable a nivel global, especialmente en el ámbito Digital
- Garantizar la confidencialidad y veracidad de los datos frente a los riesgos actuales en el ámbito de la cyber seguridad, al contar con estándares más elevados a nivel de data governance.

Este nuevo avance da fe de nuestra determinación por desarrollar soluciones que no solo satisfagan las necesidades de hoy, sino que también se anticipen a los retos del mañana.

AAM PRODUCTOS DESTACADOS



Informes de Inversión Publicitaria

Somos el único organismo especializado que proporciona este tipo de información a la industria, garantizando la máxima calidad y oportunidad. Para proyectar la inversión total, utilizamos la variación porcentual mensual de cada medio. Las cifras presentadas son nominales, expresadas en valores netos, sin incluir comisión de agencia ni IVA, y corresponden al cierre de cada mes calendario. Además, realizamos reprocesos en junio y diciembre de cada año.

- **Inversión Total Industria de Medios (desde 2014)**
- **Inversión Digital | Socios AAM (desde 2016)**
- **Informe por Soporte.** Solo disponible para Socios.

Comisiones en Voz Alta

Esta iniciativa tiene como propósito destacar la opinión profesional y competente de quienes dan vida a nuestras distintas Comisiones. Durante el año 2024 nos entregó interesantes reflexiones y análisis respecto de temas de interés y contingencia para quienes se desempeñan en la industria del marketing, los medios, la publicidad y las comunicaciones comerciales en general.

Va acá un recuento de su trabajo:





De evaluaciones a proyecciones 2024. De cara a 2024 dimos cuenta de las primeras proyecciones, y compartimos los factores o “drivers” en que debemos fijarnos a la hora tanto de hacer como de monitorear la evolución de dichos pronósticos. En 4 notas distintas, abordamos primero los aspectos macro y generales, para luego hacer un zoom a Televisión y Digital, y posteriormente a Audio, Retail Media y Vía Pública. Más tarde, en el mes de septiembre publicamos una actualización REDIRECCIONANDO: Actualización Forecast, 2do. semestre 2024.



Las Cookies de terceros vuelven a la cancha: Luego de haber abordado el tema con insignes artículos el año anterior, y dada la nueva impronta de Chrome, abordamos esta arremetida en cuanto a inversiones realizadas por las marcas en soluciones basadas en IDs, integración de la Zero Party Data, Customer Data Platform (CDP), procesos de enrichment de datos propios, publicidad contextual y más. No fueron recursos malgastados y te contamos las razones.



Abordamos la **Economía de la atención en la era digital** en 2 partes. ¿Por qué de su relevancia? Porque capturar la atención en un ecosistema abundante en mensajes es un desafío, pero no un imposible. Cada año, los presupuestos destinados a la comunicación y conexión de las marcas con los consumidores se enfrentan a nuevos desafíos y uno de los principales, es que tenemos más información que nunca y muy probablemente, también una atención más fragmentada. En ambas oportunidades contamos con recomendaciones de los especialistas en la industria.



[La era del Retail Media.](#) El tema fue abordado en dos instancias a través de interesantes artículos que describieron por qué no debería ser una sorpresa para quienes trabajamos en marketing que el Retail Media Networks (RMNs) sea una tendencia al alza, y que los principales retailers la están adoptando desde la perspectiva del negocio, comercializando sus espacios publicitarios y el potencial de sus audiencias.



[#TopicsCyberDay Octubre 2024.](#) Compartimos algunos de los principales registros y aprendizajes que nos dejó el último CyberDay, resultado del levantamiento realizado por las Agencias socias de AAM para sus clientes que participaron del evento. Compartimos los elementos más relevantes a la hora de planificar una próxima incursión.



[Una mirada al nuevo sistema de medición de audiencias Chile 2025.](#) El tema se abordó en el contexto de modificación del sistema de medición de la TV, pasando de un modelo Television Audience Measurement (TAM), a una nueva tecnología de medición Cross Media Audience Measurement (CMAM) en donde además de medir la audiencia de TV tradicional o lineal, se estimará el consumo de video streaming, permitiendo medir el consumo de videos en los diversos dispositivos conectados a la red del hogar (TV, tablet, smartphone). También se tocó la ampliación de la cobertura que trae algunas consecuencias interesantes.

AAM Conversa Con...

Profesionales destacados y vigentes en la industria nos entregaron sus puntos de vista, en dos grandes ámbitos:

1. El Académico

Investigar para saber y saber investigar. Zoom a la Investigación de Mercados Aplicada. ¿Cómo saber qué datos importan? ¿qué tan fiables o pertinentes son? o ¿qué tan adecuado fue el tipo de investigación del cual emanaron? Conversamos con Carina Sfeir, Socia Directora de la empresa de investigación de mercados SfeirZerega, y Directora del Diplomado en Investigación de Mercados Aplicada de la UNAB.

Invertir para Crecer. Conversamos con Claudio Carvajal, Director de un Magister y un Diplomado que la UDP ofrece a profesionales del MKT y la Publicidad. En ambos casos el acento estuvo en el conocimiento y la relación con el consumidor/audiencias, lo que no es casualidad, porque en un contexto digital y fragmentado de los medios, es fundamental sintonizar con los públicos, entendiendo sus motivaciones y comportamientos para desarrollar estrategias y mensajes que conecten.



2. Conociendo al Directorio AAM

Nos interesa que quienes participan del ecosistema en el que nos movemos conozcan un poco más a la persona detrás de el o la profesional. Fue así como repasamos los inicios, trayectorias, desafíos y motivaciones de algunos de nuestros máximos directivos: **Patricio Cerda**, Managing Director & Head of Trading Dentsu X; **Karla Quintero-Bonilla**, Gerente Comercial & Research en Megatime; **Soledad Salgado**, Managing Director de Wavemaker Chile; y **Marcela Robledo**, Gerenta General de PHD y OMG Intelligence.

COLABORADORES COMO PROTAGONISTAS

Lanzamiento del año y Encuentro camaradería AAM

En instalaciones del Hotel NODO lanzamos junto a los nuestros el 2024, dando al mismo tiempo, cierre simbólico a lo que fue nuestra 1ra década de vida. Fue una instancia donde en el ambiente de camaradería que nos caracteriza, nos reunimos con representantes de todas las organizaciones asociadas para repasar hitos, reconocer la colaboración de profesionales y ejecutivos que se la jugaron por sacar adelante diversas iniciativas relativas a la gestión de AAM y sin más pretensión, pasarlo bien entre amigos.

En el Medio de los Medios

Durante 2024 dimos vida a 3 encuentros de este ya emblemático programa dirigido al talento más joven y emergente que colabora con nuestros asociados. Es una instancia que busca traspasar experiencias, compartir inquietudes, ayudar a las nuevas generaciones a desarrollar sus habilidades blandas y vinculares, y en definitiva dar cuenta como esta industria, a través de sus asociados, puede ser una gran oportunidad de desarrollo profesional y crecimiento personal. Los temas tratados en esta oportunidad fueron:



- **Mujeres Power y su carrera en las Agencias de Medios.** En la ocasión se compartieron tips para crecer profesionalmente. Gracias a Soledad Salgado de Wavemaker, Pamela Vivar de IPG Mediabrands y Olaya Jiménez de AAM.



- **Estereotipos tradicionales de liderazgo en la industria.** En la oportunidad los ejecutivos dieron cuenta de cómo han vivido esta experiencia de evolución. Agradecemos a Claudia Rousseau de Starcom, Adrián Ramírez de Publicis, y a Julio Espinoza, de Initiative.



- **Evolución no lineal del publicista en Agencias de Medios.** Como cierre de la temporada exploramos las distintas alternativas de desarrollo de carrera que las Agencias ofrecen atendiendo a las inquietudes y talentos de las personas. La iniciativa no habría sido posible sin la participación de las panelistas Deborah Hevia de Spark Foundry, Roxana Martín de Mediacom y Camila Meza de OMD.

Para hacer de este encuentro, una instancia a la altura de los participantes, contamos con la especial colaboración de: Taptap Digital, Megatime, Massiva y Global Vía Publica Latam.

Programa de Actualización Profesional AAM – Universidad Los Andes

Interesantes frutos proporcionó la iniciativa que el año anterior tuvo su 1ra versión a instancias del Comité de Capacitación de AAM en alianza con la Facultad de Comunicaciones de la citada Universidad. El programa presencial, especialmente diseñado para colaboradores de las Agencias de Medios, y a cargo del cuerpo docente de dicha casa de estudios, en 2024 siguió centrado en entregar mejores y más eficientes respuestas de marketing y comunicaciones comerciales, poniendo en el mercado a profesionales cada vez más competentes y actualizados en temas de marketing y management.

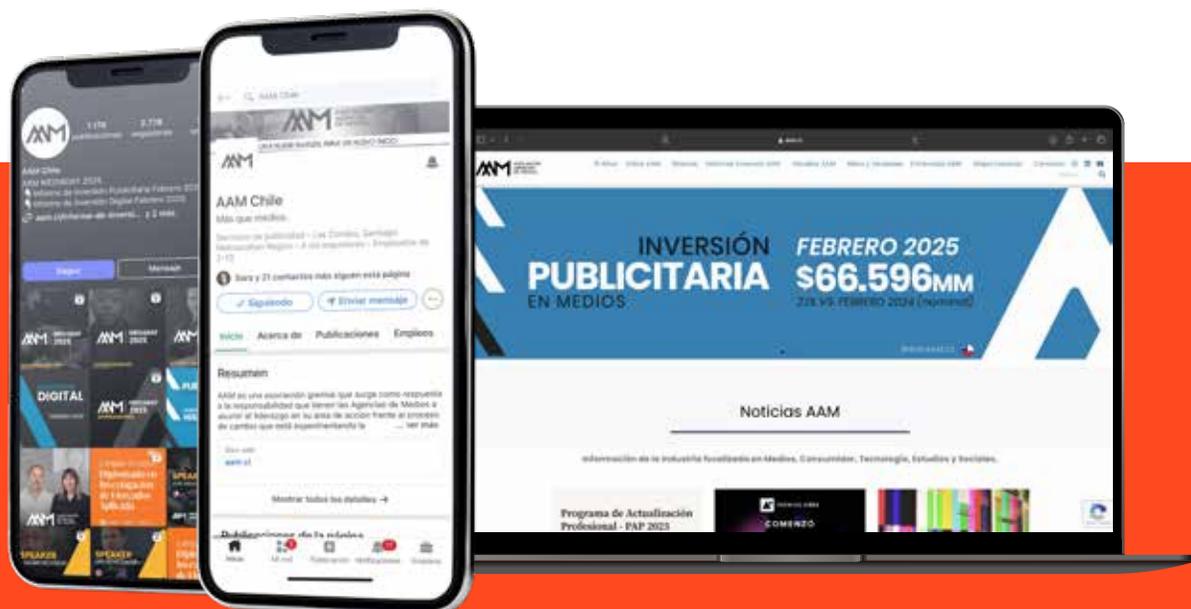
La segunda temporada del PAP vio pasar por sus aulas a más de 40 alumnos, todos profesionales que se desenvuelven en el contexto de nuestros asociados, distribuidos en 2 cursos, iniciados en los meses de abril y septiembre, respectivamente.

TRASCENDENCIA PÚBLICA

AAM, en el marco de la transparencia y colaboración, entrega información mensual sobre inversiones publicitarias a su público, incluyendo datos proyectados de inversión digital. Este enfoque colaborativo y transparente fortalece la confianza en la industria publicitaria chilena, proporcionando datos valiosos para la planificación estratégica y la evaluación del mercado.

AAM como Plataforma de Conocimiento y Networking realizó su Evento AAM Media Day, que reunió a más de 300 profesionales del marketing y las comunicaciones, destacando el papel de AAM como un centro de intercambio de ideas y tendencias en la industria. La organización de estos encuentros posiciona a AAM como un actor clave en la formación y actualización de profesionales, fomentando la innovación y el desarrollo continuo en el ámbito de los medios y la publicidad.

Las plataformas digitales de AAM reflejan una industria publicitaria en Chile que está en plena transformación digital, con una creciente dependencia de datos y métricas avanzadas para la toma de decisiones. La Asociación desempeña un papel crucial en proporcionar información, herramientas y espacios de colaboración que permiten a las agencias y anunciantes adaptarse a un entorno mediático en constante evolución.



Cobertura y otras publicaciones

Además de la difusión en nuestras diferentes plataformas de comunicación, en AAM promovemos de forma constante la cobertura de nuestros principales contenidos en medios especializados y ampliamente validados en el mercado como son: Bulb Magazine, Adlatina, Publimark y ANDA.

Por otro lado, el 2024 la presencia en medios estuvo marcada por el espacio dedicado “como es ya tradicional” a nuestra información de inversiones, así como a la cobertura que tuvo el AAM MEDIADAY2024. Esto no solo incluyó Medios de Comunicación, sino también a través de e-mailings y sitios webs de nuestras principales entidades en alianza.



AAM MEDIADAY 2025: Consolidando el marketing como una inversión

Ian Whittaker, Tashan Nicholas y José Miguel Ventura analizan cómo la publicidad es una inversión y la importancia de la analítica y manejo de datos en los profesionales de la industria.

Por: Equipo DF Publicado: Jueves 20 de marzo de 2025 a las 09:51 hrs.



Premios Ejecutivos y Agencias Asociadas

La participación en los premios y reconocimientos más validados de la industria cuentan con una importante convocatoria de nuestras entidades asociadas. Nuestro rol como AAM ya es parte obligada en los distintos jurados, así como en la calidad de ganadores que ostentan las Agencias Asociadas. Nos enorgullece participar activamente de estas iniciativas, contribuyendo a validar y dar visibilidad a los diversos actores de la industria y su gestión en tanto profesionales como empresas especializadas.



Best Branding Awards

Este Concurso representa una oportunidad de reconocimiento a destacadas estrategias y acciones de branding para sus marcas en 20 Categorías diferentes. En 2024 destacó como jurado la participación de Sebastián Abarca, parte del equipo de nuestro socio Warner Bros. Discovery. AAM| Asociación de Agencias de Medios también fue patrocinador del evento.



Effie Awards

Cada año nuestra industria publicitaria produce cientos de campañas, pero como señalan desde el Effie, solo algunas logran pleno éxito en vencer las barreras y en alcanzar sus objetivos. Effie Awards Chile constituye la única instancia profesional de evaluación en nuestro medio que centra su preocupación en la efectividad de las comunicaciones de marketing.

Una vez más AAM tuvo una participación destacada, en esta ocasión nuestro Presidente Gonzalo Parra, lideró el jurado donde participaron también otros destacados profesionales de nuestras entidades asociadas que tuvieron la responsabilidad de calificar el trabajo de sus colegas. La Asociación de Agencias de Medios también actuó como patrocinador institucional.

Ranking Top Agencias:

Initiative, Hearts & Science, y KINESSO

Jurados:

- Gonzalo Parra Presidente del jurado / Presidente AAM / Havas Group
- Karla Quintero-Bonilla / Directora AAM
- Mike Castillo / Director AAM
- Además de representantes de nuestros asociados: Starcom, BPN, Hearts & Science, Publicis Groupe Chile, OMD, GroupM Chile, UM, Havas+, iProspect, Dentsu X, y Warner Bros. Discovery.



Premiados EFFIE ORO

Agencia: **UM, Initiative / KINESSO**

Categorías Lanzamientos y Performance Marketing

Otros: **Arena Media, UM HAVAS + Hearts & Science e Initiative Media**

Categorías: Fidelización, Branded Content Marketing Estacional, Marketing Experiencial, y Productos.



Premiados EFFIE PLATA

Agencia: **Hearts & Science, Initiative / KINESSO, y PUBLICIS GROUPE**

Categorías: Cambio Positivo – Bien Social / Marca/Empresa, Inteligencia Artificial, y Lanzamientos

Otros: **Zenith Media, BPN, PHD, UM, Hearts & Science, HAVAS +, e Initiative Media**

Categorías: Bebidas alcohólicas, Bebidas no alcohólicas, Branded Content, Carpe Diem (Marketing de oportunidad), Éxito Sostenido, Extensiones de Línea, Marketing Juvenil, Medios de Comunicación y Marketing Estacional, Productos y Servicios Financieros, y Promociones y Telecom.



Premiados EFFIE BRONCE

Agencia: **Starcom Chile**

Categorías: Inteligencia Artificial

Otros: **Hearts & Science, Initiative Media, Hearts & Science, Zenith Media, Arena Medios, BPN, y PHD.**

Categorías: Branded Content, Cambio Positivo – Bien Social / Marca/Empresa, Influencer Marketing, Institucional / Corporativo, Marketing Estacional, Marketing Experiencial, Productos o Servicios Financieros, y Telecom.



MKT Best

Este reconocimiento anual distingue aportes de relevancia en el marketing, de las cuales se pueda aprender, contribuyendo así al desarrollo profesional de este ámbito en Chile. También es una forma de señalar ejemplos de desempeño profesional valioso a actuales y nuevas generaciones de ejecutivos. Una vez más la iniciativa contó con el patrocinio AAM.

Este 2024 fue distinguido como "Profesional de Agencia de Medios", Patricio Salas, Gerente General en Initiative y parte del Directorio AAM. Los otros 2 nominados fueron: Marcela Robledo y Mike Castillo, ambos también parte del Directorio de la Asociación de Agencias de Medios.

Profesionales de las Agencias de Medios más admirados - Estudio Agency Scope Chile 2023/24 de Scopen

El 100% se desempeñan en Agencias asociadas a AAM y parte importante es miembro de nuestro Directorio:

- Gonzalo Parra: Presidente AAM / Havas Group
- Marcela Robledo: Directora AAM / Gerente General de PHD y OMG Intelligence
- Patricio Salas: Director AAM / Initiative
- Mike Castillo: Director AAM / Gerente OMD Chile
- Gema Berríos: Gerente General AAM
- Martín Osorio: CEO IPG Mediabrands South Cone
- Mariana Caperochipe: CEO Publicis Groupe
- Iván Reyes: Business Development Director / Publicis Groupe Chil



IAB MIXX Awards

Es una iniciativa internacional que reconoce las mejores campañas y propuestas de comunicación de marketing que se desarrollan en el ecosistema digital. El Festival cuenta con 15 categorías diseñadas para cubrir todos los aspectos. Cabe destacar que el festival publicitario digital IAB MIX CHILE 2024 contó con el patrocinio de AAM.

La versión de este año contó entre los jurados a: Diego Abadie, Gerente General AAM; Karla Quintero-Bonilla, Directora AAM y Gerente Comercial y Research Megatime. También a los representantes de nuestros asociados: Pablo Greco, Ad Sales Senior Chile Warner; Maricela Pastene, Planning & Strategy Director en Initiative, Osvaldo Pavez, General Manager en Hearts & Science, y Michael Pontilli, Managing Parter en Kinneso.

En la categoría Digital Branding, felicitamos a nuestro asociado BPN,

En la categoría Digital Branding, felicitamos a nuestro asociado BPN, por su campaña acreedora de una PLATA, “Lugares Golden”, de Royal Guard.



Premios CREA

Desarrollado a finales de 2024 y a cargo de la Cámara de Empresas Creativas de Chile, se realizó con éxito el Festival de Empresas Creativas, espacio de vinculación, inspiración y reconocimiento que destaca la creatividad como motor de transformación económica, social y cultural. Cabe destacar que la iniciativa considera diversas categorías y subcategorías, en este último caso, dentro de la “subcategoría medios”, nuestro socio CARAT fue reconocido como Agencia de Medios del Año.



Leading Women Chile 2024

En su 1ra versión en Chile y en una industria altamente intensiva en talento femenino, las Agencias de medios se llevaron 2 de las 14 distinciones. Maricela Pastene, Directora Planificación y Estrategia Initiative Chile; y Mariana Caperochipe, CEO Chile de Publicis Group.

Cabe destacar que este reconocimiento es otorgado por Ad Age y Adlatina a ejecutivas de la industria del marketing, la publicidad y la comunicación que están dejando su huella profesional. Además, se posiciona en Chile para resaltar el impacto de las mujeres en la industria y subrayar la necesidad de continuar apoyando y visibilizando el talento femenino.

AAM EN RED

Generamos y participamos de diversas iniciativas especialmente dirigidas a nuestros socios y demás protagonistas de la industria.

- 01 Llevar la experiencia Effie al 100%.** Desarrollado en dependencias de nuestro socio Warner Bros. Discovery, el objetivo fue visibilizar el aporte de las Agencias de Medios al negocio de los clientes. Es el único reconocimiento en la industria que premia la efectividad en Marketing y Publicidad. El panel, conducido por Diego Abadie, Gerente General AAM, estuvo compuesto por Gonzalo Parra, Presidente de AAM, quien además presidió el jurado Effie 2024; Maricela Pastene, Planning & Strategy Director de Initiative, Osvaldo Pavez, Gerente General Hearts & Science y Pablo Oyarzún, Director de Programas en Valora.
- 02 Seminario La Televisión y sus Desafíos.** En la ocasión, Gema Berríos Lacroix, Vicepresidenta AAM participó de la V Mesa: Transformaciones en la industria televisiva. El encuentro fue organizado por el Consejo Nacional de Televisión y junto a otros destacados profesionales, compartieron opiniones sobre el futuro y evolución de la televisión.
- 03 Webinar CTV en Chile.** Iniciativa para conocer en profundidad al consumidor chileno de Connected TV de la mano del estudio desarrollado por Comscore. En la oportunidad participaron el Gerente General AAM Diego Abadie, María Estrella Mermet, Research & Strategy Director en Initiative y miembro del Comité Ejecutivo AAM, y Leónidas Rojas, Director Comercial Senior Sudamérica para Comscore. Asimismo, cabe destacar la participación de Rodrigo Niño, Head of Investment en Chile de GroupM, quien colaboró como experto en la investigación junto a otros 17 profesionales.
- 04 Video Podcast Retail Media.** Iniciativa de la AMDD, Asociación de Marketing Digital y Data de Chile, en su cuarto episodio tuvo como consigna “Así ven las Agencias de Medios la llegada de un nuevo medio publicitario”. En la oportunidad participaron también Alejandra Ravera, Gerente General de la AMDD y Sebastián Villalobos, Gerente General de Shop!

05 Walmart Connect Chile. A través de nuestra gerencia general participamos en la 2da temporada de su Podcast de Retail Media / Episodio 1 / Retail Media y Agencias: Claves para una alianza exitosa. También participaron de la iniciativa Esteban Peñaloza, Gerente General de Want Digital, y Pancho González, Co-Founder & Chief Creative Officer de Inbrax.

06 Semana de Medios UDP. Fueron tres jornadas dedicadas a los Medios en las que participaron parte de nuestros máximos representantes. A decir: Gema Berríos, Vicepresidenta AAM, Karla Quintero-Bonilla, Directora AAM y Gerente Comercial y Research Megatime, y Diego Abadie, Gerente General AAM. También contamos con la destacada participación de colaboradores de nuestras agencias socias: Santiago Garcés, Gerente General Universal McCann, y Mayi Tapia, Directora de Contenido en Publicis Groupe.

07 Webinar Media Class Audiencias 2024. Esta iniciativa fue organizada por Kantar Ibope Media, y certificada conjuntamente con AAM. Para hablar acerca del nuevo estudio de televisión / video y cómo se relacionará en el ámbito de medios participaron en calidad de speakers: Patricio Salas, Director AAM y Gerente General de Initiative Chile, Diego Abadie, Gerente General AAM, e Ignacio Mirchak, Country Leader Kantar Ibope Media.

08 Estudio sobre Igualdad de Género. AAM| Asociación de Agencias de Medios de Chile y la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes, condujeron una investigación cuyo objetivo fue conocer la percepción entre los colaboradores de los socios de AAM respecto del estado de la igualdad de género en la industria de Agencias de Medios. Nos interesaba saber cómo se sienten las mujeres y los hombres que trabajan en las Agencias de Medios de Chile con su trabajo y con la igualdad de oportunidades que perciben en el sector.

Cabe destacar que la citada industria se caracteriza por ser muy intensiva en la captación de capital humano femenino y que cuenta con una robusta proporción de mujeres en cargos directivos, lo que no es común en otros sectores económicos de Chile. Según información disponible, las Agencias de Medios socias de AAM cuentan con 49% de liderazgos femeninos, y a nivel de percepción los resultados son aún mejores.



ASOCIACIÓN
AGENCIAS
DE MEDIOS

 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

 www.aam.cl

 AAM Chile

 Chileaam

 AAM Chile