



ASOCIACIÓN
AGENCIAS
DE MEDIOS



CUENTA ANUAL AAM 2025



ÍNDICE

01. INSTITUCIONAL	3
Mensaje Presidencia AAM	4
Directorio 2025 - 2026	6
Principios Corporativos	7
Trayectoria AAM	8
Inversión Publicitaria Anual	10
Socios AAM	11
• Empresas Asociadas	12
Hitos 2025	13
• Asamblea Anual de Socios	13
• Cambio Gerencia General	14
• Nuevos Socios	15
• Estrenamos Nueva Comisión AAM "Content & Influencers"	16
02. GESTIÓN 2025	17
Mensaje Gerencia General AAM	18
Estructura Organizacional	20
Principales Hitos de Nuestra Gestión 2025	22
• Lanzamiento de "El Medio Podcast"	22
• Lanzamiento 1 ^{er} Informe de Inversión por Industrias	27
• 1 ^{er} Encuentro WAMP! (When Academy Meets Praxis)	28
AAM Productos Tradicionales	29
• Informes de Inversión Publicitaria	29
• Comisiones en Voz Alta	30
Colaboradores Como Protagonistas	32
Trascendencia Pública	35
AAM Colaboraciones	48
ANTECEDENTES GENERALES	54



INSTITUCIONAL



MENSAJE

PRESIDENCIA AAM

2025 fue para la AAM | Asociación de Agencias de Medios, un período de convicción y proyección. En un entorno marcado por la transformación tecnológica, la fragmentación de audiencias y la creciente exigencia por resultados medibles, reafirmamos una certeza que nos guía como directorio: **la industria de medios no solo gestiona inversión publicitaria, sino que impulsa el crecimiento económico, la sostenibilidad de las marcas y la rentabilidad de los negocios.**

Nacimos con un propósito claro: representar, articular y fortalecer a las agencias de medios como actores estratégicos dentro del amplio ecosistema de las comunicaciones comerciales. Hoy, con nuevos y más actores, representantes de una industria cada vez más diversa, esa misión adquiere una dimensión trascendente. Nuestro rol no se limita a acompañar los cambios del mercado; **buscamos anticiparlos, interpretarlos y convertirlos en oportunidades.**

En cuanto a lo realizado durante 2025 quisiera destacar algunos aspectos que dan cuenta de aquello que nos inspira y enmarca nuestro actuar:

La confianza. De cara a los anunciantes, entre socios y en su valor profesional. En tiempos donde la abundancia de datos puede generar confusión y donde las métricas requieren mayor rigurosidad, creemos que el conocimiento técnico, la ética y la transparencia son irrenunciables. Desde AAM procuramos promover estándares, impulsar buenas prácticas y resguardar el prestigio de una industria que opera con responsabilidad y visión de largo plazo.

La colaboración. Entendemos que el verdadero crecimiento ocurre cuando la industria actúa de manera articulada. Por ello, fortalecimos el trabajo de nuestras Comisiones, promovimos espacios de diálogo y consolidamos alianzas con anunciantes, medios, asociaciones y la academia. Nuestro compromiso es contribuir a una cadena de valor integrada, donde cada actor comprenda su impacto en el resultado y donde la cooperación sea el motor de la innovación.

La excelencia. La gestión de nuestros socios es estratégica en la toma de decisiones de inversión, planificación y optimización de recursos. En un escenario donde cada peso invertido debe demostrar retorno,

nuestra industria aporta análisis, estrategia y eficiencia. La rentabilidad no es abstracta, es el resultado de decisiones informadas, planificación rigurosa y creatividad aplicada con inteligencia. En este contexto, impulsamos estudios, contenidos y formación, ya sean propios como desde nuestros aliados estratégicos, que elevan el estándar profesional y fortalecen la competitividad del sector.

Finalmente, nos guía la **trascendencia institucional**. Queremos una Asociación sólida, representativa y proyectada al futuro. Esto implica atraer nuevos talentos, abrir espacios de participación y comunicar con claridad el aporte económico y social de la comunicación publicitaria. La inversión en medios dinamiza mercados, fomenta la competencia, impulsa el emprendimiento y contribuye al desarrollo del país. Defender su valor es también defender la vitalidad del ecosistema empresarial chileno.

De aquí en adelante sabemos que los desafíos son significativos. La automatización, la inteligencia artificial, la regulación y los cambios en los hábitos de consumo exigen adaptación. Para acometerlos contamos con el talento, la experiencia y la capacidad estratégica que nos permiten liderar en esta nueva etapa.

La Asociación de Agencias de Medios es, ante todo, una comunidad profesional que comparte estándares, aprende colectivamente y entiende que la competencia no excluye la colaboración. Ese espíritu inspiró la gestión 2025: **consolidar una asociación influyente, técnicamente rigurosa y estratégicamente relevante**.

Agradezco el compromiso del directorio, el trabajo permanente de la gerencia general, del equipo y la activa participación de nuestros socios. La invitación es a seguir construyendo con visión y propósito.

GONZALO PARRA

Presidente



DIRECTORIO

2025 - 2026

Electo según normativa vigente, actualizado y en ejercicio al 31 de marzo de 2026.



GONZALO PARRA
 Presidente
 Managing Director
 Havas Media Network
 (2do. periodo consecutivo)



KARLA QUINTERO-BONILLA
 Vicepresidenta
 Gerenta Comercial
 & Research
 Megatime



MARCELA ROBLEDO
 Directora Secretaria
 CEO
 OMD



MARÍA SOLEDAD SALGADO
 Directora Tesorera
 Client President
 WPP Media Chile



PATRICIO SALAS
 Director
 Gerente General
 Initiative



MARÍA CRISTINA GUTIÉRREZ
 Directora
 General Manager
 PHD

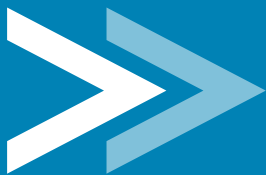


PATRICIO CERDA
 Director
 Managing Director
 & Head of Trading
 Dentsu X



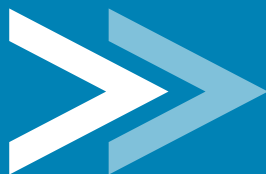
MARÍA JOSÉ ESPINOZA
 Directora
 Media Managing Director
 Publicis Groupe

PRINCIPIOS CORPORATIVOS



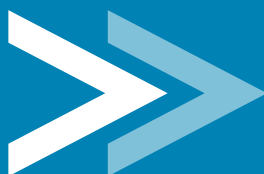
Visión

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

A lo largo de más de una década de trayectoria son muchos los hitos que podríamos destacar, pero sin duda son los que se exponen a continuación, los más relevantes:

2013

- **Constitución AAM:** 1er Directorio, se designa la gerencia general, se instala Comité Ejecutivo y Comisiones
- **Socios fundadores:** Universal McCann (UM) - Igroup Comunicaciones (Initiative) - GroupM (Mindshare) - Mec (Wavemaker) - Omnicom Media Group (OMG) - PHD-MMS Comunicaciones (Starcom)
- Se instala **comité ejecutivo y comisiones.**

2015

- **Nuevos productos:** Lanzamiento Informe Inversión Publicitaria Total Medios (mensual).

2014

- Lanzamiento Sitio **Web y RRSS.**

2018

- **Nuevo socio:** Havas Media
- 1er **cambio de imagen** corporativa
- **Nuevo producto:** Lanzamiento Informe Inversión Digital (mensual)
- Creación **Informe Inversión** por Soporte.

2022

- Modificación de los estatutos para incorporar **nuevas categorías de socios**
- Nueva **gerencia general**
- **Cambio de logotipo** AAM.

2024

- **Nuevos socios:** Dentsu, Integrametrics, Megatime y Warner Bros. Discovery
- **Conmemoración 10 años.**

2023

- **Nuevos socios:** Cencosud Media
- Nuevo **software de Inversión** Publicitaria
- **Nuevo producto:** 1ra versión AAM MEDIADAY, seminario de Marketing y Medios.

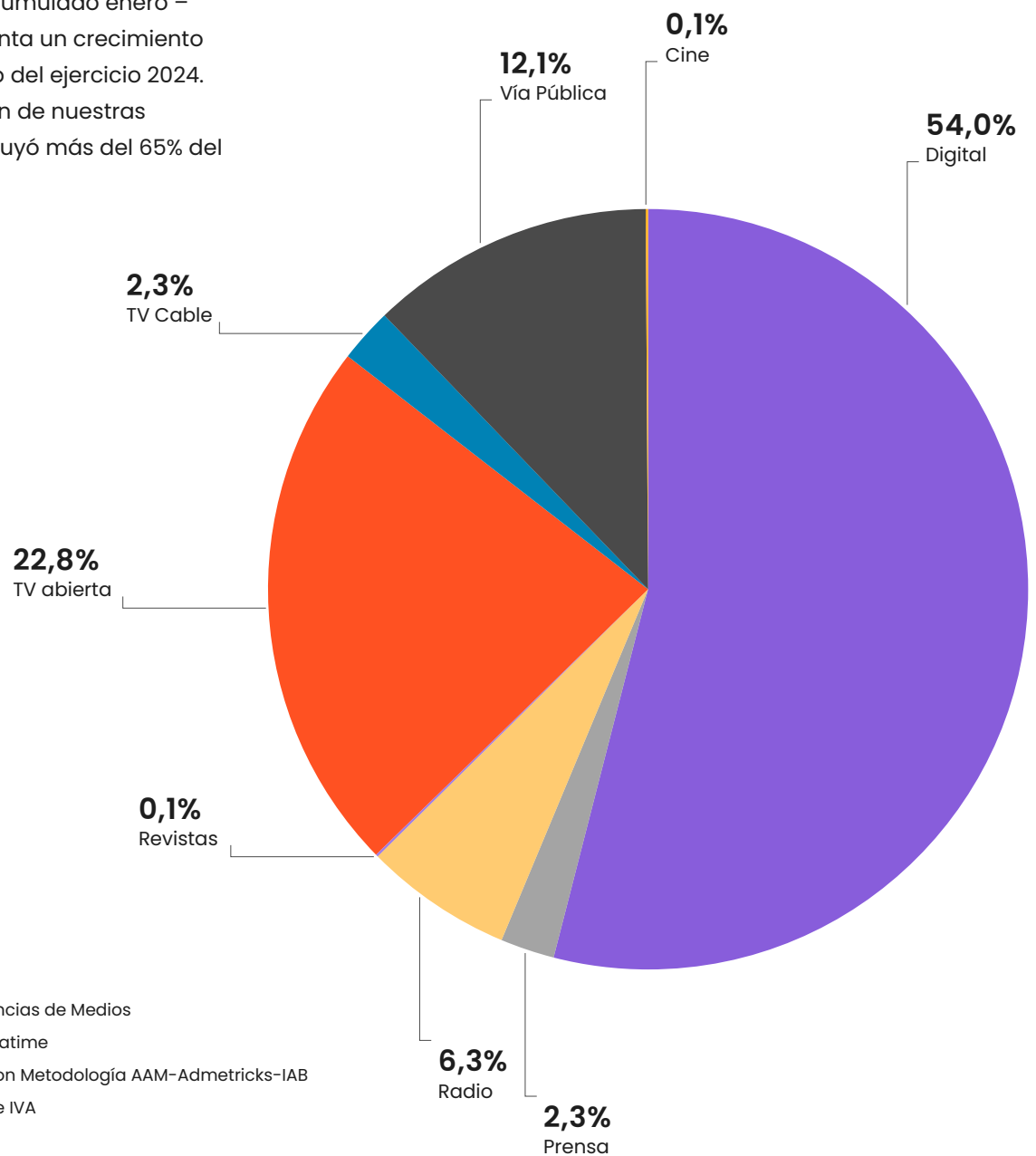
2025

- **Nuevos socios:** Medistream, Moov Media Group | Metrix, MOW Player y Walmart Connect
- Nueva gerencia general
- **Nueva Comisión:** Content & Influencers
- **Nuevos productos:** Lanzamiento Informe de Inversión por Industrias, El Medio Podcast y 1era versión de Encuentro WAMP!(academia & praxis)
- Creación de **Reconocimiento** a la Trayectoria Profesional
- Firma de **alianza AAM - UDD.**



INVERSIÓN PUBLICITARIA ANUAL

El año 2025 se registró una inversión publicitaria equivalente a **\$1.006.572MM.-** (cifra nominal neta), acumulado enero – diciembre. Esto representa un crecimiento nominal de 4% respecto del ejercicio 2024. Una vez más la inversión de nuestras agencias socias constituyó más del 65% del total industria.



Fuente: AAM | Asociación Agencias de Medios
 Inversión Proyectada con Megatime
 Inversión Digital Proyectada con Metodología AAM-Admetricks-IAB
 No incluye Comisión Agencia e IVA

SOCIOS

AAM

Como asociación gremial, AAM es una institución que reúne exclusivamente a personas jurídicas que comparten una actividad laboral afín y complementaria en el amplio ecosistema del marketing, la publicidad y los medios.

Nuestro objetivo principal es defender los intereses comunes de nuestros miembros y promover el desarrollo de sus actividades.

A la fecha y en conformidad con nuestros estatutos, AAM cuenta con socios en distintas categorías, los que trabajan como un cuerpo único en beneficio de toda la industria.

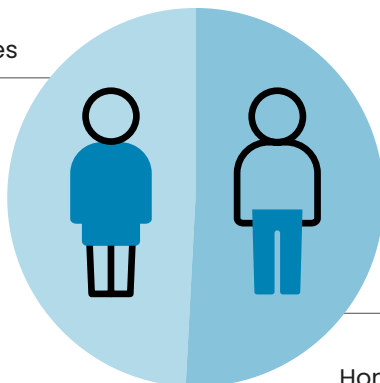
Y de la misma forma que el valor de nuestro gremio está dado por nuestros socios, cada uno de ellos hace un aporte a la empleabilidad y desarrollo de un significativo número de profesionales de distintos ámbitos, conformando equipos multidisciplinarios y con una amplia participación femenina.

TOTAL COLABORADORES



1.871

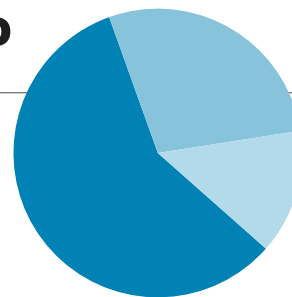
49%
Mujeres



51%
Hombres

58%
Generación Y

28%
Generación Z



14%
Otras generaciones

28% JEFATURAS FEMENINAS



**Sobre 83,3% de los socios*

EMPRESAS ASOCIADAS

*Vigentes al 31 de diciembre 2025



HITOS

2025

Asamblea Anual de Socios

El viernes 11 de abril de 2025, se llevó a cabo la Asamblea Ordinaria de Socios de AAM Chile dando cumplimiento a nuestros estatutos. En dicha oportunidad y con una amplia asistencia, se ratificó el Directorio para el período correspondiente.

La mesa directiva quedó conformada de la siguiente manera:

- Gonzalo Parra, Presidente
- Karla Quintero-Bonilla, Vicepresidenta
- Marcela Robledo, Directora Secretaria
- María Soledad Salgado, Directora Tesorera

Directores: Mariana Caperochipe, Patricio Cerda Luengo, Patricio Salas y Mike Castillo Fredes.



**Nota: Directorio actualizado al 31 de marzo de 2026. Ver página N°6*

Cambio Gerencia General

Con fecha 1 de abril de 2025 Gema Berríos asumió como nueva gerenta general de la Asociación. Comunicadora Social y Publicista de profesión, destaca su compromiso en la labor gremial, la colaboración y asociatividad en favor de la validación y crecimiento de las Agencias de Medios y demás organizaciones del sector. *“Mi propósito es potenciar los proyectos estratégicos de AAM, fomentar la innovación y fortalecer la relación con todos los actores del sector”*, señaló al momento de asumir el cargo.

Entre algunas de las características determinantes para su nombramiento están su reconocido nivel profesional y dentro del ecosistema. Su trayectoria incluye la Vicepresidencia de AAM (2022 – 2024) y su participación en el Directorio desde 2013; se desempeñó como Managing Director en Publicis Media, fue gerenta general en Spark Foundry y directora de planificación estratégica en Starcom, entre otros cargos de alta responsabilidad.

Finalmente, destacamos que este cambio en la dirección se realizó con estricto apego a los estatutos de la Asociación y legalidad vigente.

Nuevos Socios

Este año le dimos la bienvenida a destacados actores del ecosistema publicitario, del marketing y los medios:

Mediastream

Empresa de streaming líder en Iberoamérica, con más de 12 años de experiencia. Expertos en administración y distribución de contenidos, monetización y experiencia de usuario. Ofrece una solución integral para conectar a clientes con sus audiencias de una manera simple y efectiva y crear una nueva fuente de ingresos para su negocio.

Mow Player

Plataforma tecnológica que se especializa en formatos publicitarios de video, audio, display e inteligencia artificial aplicada al contenido editorial. A través de soluciones creativas y fáciles de integrar, permite a medios digitales y agencias optimizar sus estrategias de monetización, contenido y performance.

Moov Media Group |Metrix

Reconocidos por sus servicios de marketing y tecnología, al amparo de un modelo de integración colaborativo, se unió a esta gremial con el propósito de aportar a la industria impulsando el crecimiento y la transformación digital de las marcas.

Walmart Connect

Empresa de retail media, enfocada en crear conexiones significativas a través de soluciones de publicidad online y offline que permitan a las marcas llegar a sus clientes en el lugar y momento correcto. Se incorporan comprometidos con la innovación y el crecimiento de la industria.

Estrenamos nueva Comisión AAM “Content & Influencers”

El marketing que combina contenido e influenciadores se ha vuelto fundamental para atraer y retener clientes mediante la creación de valor real y no solo de promoción directa.

En el contexto digital, de la mano de la tecnología y la IA las marcas usan distintas plataformas para conectar con audiencias más segmentadas y mejor perfiladas (nivel de compromiso, demografía, intereses y su alineación con los objetivos de la marca). Esto ha llevado a un aumento en

la confianza de los consumidores en las recomendaciones de personalidades y referentes en distintos ámbitos.

En sintonía con el mercado y dando impulso a la profesionalización, a las comisiones ya existentes, la Asociación definió sumar esta nueva unidad especializada que comenzó a operar en el mes de agosto. El objetivo, fortalecer la gestión y visión estratégica de la Asociación en un ámbito tan contingente de la actividad publicitaria y de medios.



WARNER BROS. DISCOVERY™



MENSAJE

GERENCIA GENERAL AAM

Estimados socios, colaboradores, aliados y demás actores de la industria:

La Asociación de Agencias de Medios Chile enfrenta un escenario de alta complejidad y transformación, donde la comunicación cumple un rol estratégico para posicionar a la industria, construir confianza, articular miradas y generar valor colectivo.

Durante el período que recoge esta Cuenta, definimos un camino claro, entendiendo que una asociación sólida requiere una narrativa consistente, relevante y alineada con las expectativas de sus públicos. El foco ha sido fortalecer la imagen y el posicionamiento de la AAM como un actor relevante, confiable y articulador en la industria. Para ello, trabajamos principalmente en tres propósitos estratégicos:

Primero, **generar confianza y sentido de pertenencia entre nuestros socios y el sector**. Creemos que el valor se construye promoviendo una asociación activa, participativa y representativa. A través de instancias de diálogo, reconocimiento al trabajo de las Comisiones y espacios de encuentro mostramos un liderazgo con visión de futuro, anticipando tendencias y generando impacto colectivo.

En segundo lugar, **aumentar la visibilidad de los estudios, proyectos y contenidos desarrollados por nuestras Comisiones**.

El conocimiento técnico y experiencia de los socios son un activo. Poner en valor ese trabajo, difundirlo y contribuir a su posicionamiento ha sido prioridad, entendiendo que el rigor técnico es vital para la toma de decisiones y el desarrollo sostenible del sector.

Finalmente, nos propusimos **actuar como puente entre distintos actores**: anunciantes, medios, asociaciones, el mundo académico y otras entidades públicas y privadas. Desde esta mirada, impulsamos alianzas, colaboraciones y espacios que demuestran el aporte de la comunicación comercial al desarrollo económico y al fortalecimiento de la industria.

Estos objetivos se abordaron considerando a nuestros principales públicos de manera diferenciada y estratégica. **Con los actuales socios**, reforzamos el liderazgo gremial, la colaboración y la generación de valor compartido. **Con los potenciales**, hemos proyectado a la AAM como un espacio de prestigio, rigurosidad técnica y participación en la construcción de industria.

En nuestra relación con los **anunciantes y otras organizaciones aliadas**, el énfasis ha sido aportar claridad, respaldo técnico y una mirada experta sobre planificación, inversión y uso eficiente de herramientas. Asimismo, fortalecimos el vínculo con el **mundo académico**, convencidos de la importancia de conectar la formación de capital humano con las necesidades reales de la industria.

Finalmente, hacia la **opinión pública**, el desafío ha sido comunicar una visión integradora, que destaque nuestro rol como impulsores del desarrollo de toda la cadena de valor de medios y comunicaciones.

Este documento da cuenta de un trabajo coherente y refleja una convicción: **la comunicación estratégica, ética y colaborativa, se transforma en una herramienta capaz de liderar un futuro**. Seguiremos avanzando con esta mirada, fortaleciendo vínculos, generando conocimiento y consolidando una Asociación cada vez más relevante para Chile.

GEMA BERRÍOS

Gerenta General



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Equipo AAM



- **Gema Berríos**, Gerenta General
- **Andrea Luna**, Growth Manager
- **Romy Barría**, Product Manager
- **Olaya Jiménez**, Communications Advisor
- **Ignacio Latorre**, Marketing & Digital Consultant

Comisión Content & Influencers



- **Cristian Márquez**, Publicis Groupe
- **Evelyn Carrasco**, Omnicom Media
- **Gustavo Nobre**, Warner Bros. Discovery
- **Gustavo Rothkegel**, Omnicom Media
- **Mayi Tapia**, Publicis Groupe

Comité Ejecutivo



- **Gema Berríos**, Gerenta General AAM
- **Karla Quintero-Bonilla**, Megatime
- **Claudia Rousseau**, Publicis Groupe
- **Claudio Pérez**, Cencosud Media
- **Diego Fuentes**, Omnicom Media
- **Estrella Mermet**, Omnicom Media
- **Geraldine Betancourt**, Havas Media
- **Magdalena Silva**, Dentsu Chile
- **Nicolás Escobedo**, WPP Media
- **Rodrigo Sánchez**, WPP Media

Comisión Digital



- **Adrián Ramírez**, Publicis Groupe
- **Álvaro Gómez**, WPP Media
- **Álvaro Lacoste**, Havas Media
- **Carolina Reyes**, Omnicom Media
- **Fabio Raúl Traverso**, Megatime
- **Luciano Larín**, Cencosud Media
- **Mario Flores**, Dentsu Chile
- **Roberto Poblete**, Omnicom Media
- **Sebastián Abarca**, Warner Bros. Discovery

Comisión Estudio



- **Daniela Bugueño**, Omnicom Media
- **Erika López**, Dentsu Chile
- **Ignacia Vidal**, Dentsu Chile
- **Estrella Mermet**, Omnicom Media
- **Fernanda Parada**, Cencosud Media
- **Fernando Roca**, Warner Bros. Discovery
- **Fredy Graterol**, Havas Media
- **Gabriel Arriagada**, Omnicom Media
- **Mónica Díaz**, WPP Media
- **Ramón Pérez**, Megatime
- **Rodrigo Mira**, Publicis Groupe

Comisión Talento y Capacitación



- **Alcides Vergara**, Megatime
- **Antonieta Vásquez**, WPP Media
- **Carolina Pizarro**, Publicis Groupe
- **Constanza Orellana**, Dentsu Chile
- **Jennifer Bravo**, Havas Media
- **Karina Martínez**, Omnicom Media
- **Karina Santibáñez**, Omnicom Media
- **Katherine Venegas**, Publicis Groupe
- **Maira Soto**, Publicis Groupe
- **Macarena Caroca**, Dentsu Chile
- **María Fernanda Ayllach**, Omnicom Media
- **Natalia Torres**, Omnicom Media
- **Pamela Herrera**, Havas Media

**Vigente al 31 diciembre 2025*

PRINCIPALES HITOS DE NUESTRA GESTIÓN 2025

Lanzamiento de “El Medio Podcast”

Se trata de un proyecto ampliamente anhelado y que nace al amparo de la Comisión Digital AAM, un espacio que la Asociación de Agencias de Medios ha creado para conversar en torno a los temas que apasionan a la industria del marketing, la publicidad y los medios.

En su temporada de estreno, El Medio Podcast contempló 6 capítulos de media hora cada uno, más el programa piloto, todos en formato VODCAST (audio y video), donde los invitados: representantes de los avisadores, especialistas en cada tema, socios de AAM y otros destacados profesionales, analizaron casos, compartieron sus opiniones, experiencias y desafíos, en un diálogo distendido que condujo **Gema Berríos, gerenta general AAM.**

A través de esta instancia la Asociación busca informar, entretener y educar a sus diferentes audiencias, las que van desde públicos muy especializados y con una basta trayectoria, hasta estudiantes de diferentes carreras y que sabemos que el día de mañana ocuparán un espacio en una industria que es cada vez más multidisciplinaria.

Desde su génesis este proyecto tiene un sello colaborativo que nos enorgullece: hicimos un concurso en nuestras redes sociales para ponerle nombre, los diferentes capítulos fueron grabados en distintos estudios y con el apoyo de profesionales de amplia experiencia en la producción de contenidos en este formato como son **Warner Bros. Discovery, Mediastream y RDF.** En este último aspecto destacamos la generosidad tanto de nuestros socios como de aliados estratégicos.

La disposición y acogida de los diferentes invitados fue también increíble, y contamos con el apoyo de las diferentes Comisiones AAM, ya sea en calidad de panelistas, poniéndonos en contacto con otros profesionales del mercado o curando el contenido de los diferentes capítulos conforme sus respectivas experticias.

Sin duda, El Medio Podcast nace de nuestra pasión por contar historias, compartir conocimientos y conectar con la audiencia a través de un formato que aporta facilidad de consumo, buen contenido y versatilidad. Los invitamos a seguirnos en YouTube y Spotify.

Va acá el resumen de los capítulos y sus protagonistas:



CAPÍTULO 1

Métricas Publicitarias

INVITADOS: Constanza Ballesteros, Digital Commerce Senior Manager South Cone de PepsiCo y Roberto Poblete, Business Lead en The Hive e integrante de la Comisión Digital de la Asociación.



CAPÍTULO 2

Influencers

INVITADOS: Francisco Ackermann, Influencer de las finanzas, emprendedor y escritor. Y Gustavo Rothkegel, Business Lead en MBCS, experto en estrategias de contenido y miembro de la Comisión Content & Influencers de la AAM.



CAPÍTULO 3

Audio

INVITADOS: Luis Ahumada, CEO y fundador de Mediastream, y Gabriel Polgati, director ejecutivo de RDF.



CAPÍTULO 4

Hipersegmentación

INVITADOS: Victoria Gil, Head de CSA (Customer Science & Analytics) de Havas Media Network y Sebastián Goldsack, Publicista, Licenciado en Comunicación Social y Académico de la Universidad de Los Andes.



CAPÍTULO 5

Marca Digital

INVITADOS: Cecilia Rojas, Gerente de Marketing TENPO, primer neobanco de Chile. Samir Rosolem, Gerente de Marketing Wild Foods, marca chilena de snacks saludables. Y Sebastián Abarca, Digital Account Manager Warner Bros. Discovery Chile e integrante de la Comisión Digital AAM.



CAPÍTULO 6

Retail Media Networks

INVITADOS: Natalia Romero Marketing Manager de Walmart Connect y Phronesis, Luciana Barchini Co-Founder Digital Boosters, y Juan Pablo Cortés Digital Commerce OMG.



CAPÍTULO 0 / PILOTO

Análisis de la Competencia

INVITADOS: Gabriel Arriagada, Director de Cuentas y Nuevos Negocios de Initiative, y Maricela Pastene, Head of Publicis Flame.

SPOTIFY



274

Reproducciones

42

horas de consumo

YOUTUBE



980

Reproducciones

63,6

horas de consumo

TOTALES

1.254

Reproducciones

105,6

horas de consumo

AAM | MEDIADAY 2025

El encuentro puso en valor el marketing, los medios y la publicidad.

Con fecha 05 de mayo, en el hotel W, más de 500 personas, en su mayoría profesionales del MKT y las comunicaciones comerciales, asistieron a la 2da versión de AAM MEDIADAY, encuentro organizado por la Asociación de Agencias de Medios, el que desde distintas ópticas respondió a una interpelación siempre contingente: POR QUÉ EL MARKETING ES UNA INVERSIÓN Y NO UN GASTO.

En la oportunidad, destacados conferencistas internacionales entregaron evidencia y análisis especializados desde mercados donde este ámbito de gestión se encuentra más desarrollado. Fue a IAN WHITTAKER, asesor de la Bolsa de Londres, y a TASHAN NICHOLAS, reconocido marketero inglés, a quienes les correspondió esta responsabilidad. Al cerrar no podía estar ausente la bajada a la realidad local, expuesta por JOSÉ MIGUEL VENTURA, consultor y socio fundador de La Vulca.

Cabe destacar que, además de las ponencias, AAM MEDIADAY 2025 fue escenario de grandes momentos. Por primera vez, se hizo entrega de un **Reconocimiento a la Trayectoria Empresarial**, como forma de honrar y valorar el compromiso y esmero de profesionales que dedicaron su carrera a construir y fortalecer una empresa o marca. En esta oportunidad, se hicieron acreedores de la distinción GLORIA LEDERMANN, por su trayectoria en Empresas Copec y PAULO MOLINA por Banco Santander.

También fue la ocasión en que el presidente de la Asociación, GONZALO PARRA, presentó a la nueva Gerenta General, GEMA BERRÍOS, quien a su vez estuvo a cargo de lanzar el nuevo **Informe de Inversión por Industrias** que AAM pone a disposición de sus Socios.

Finalmente, agradecemos el respaldo de importantes empresas, aliados estratégicos y otras organizaciones de la industria que nos acompañaron en este encuentro y entregaron su apoyo concreto a la iniciativa en calidad de auspiciadores, apoyos y media partners.



Algunos de los principales aprendizajes de la jornada fueron:



Publicidad como motor de crecimiento:

La publicidad no es un lujo, es una palanca estratégica. Recortar el presupuesto puede aliviar el corto plazo, pero debilita el negocio a futuro.



Marca fuerte = poder de precio:

Empresas con marcas sólidas sobreviven mejor en contextos inflacionarios y mantienen su lugar en el "shopping list" de los consumidores.



El mix ideal:

60% branding / 40% performance:

Las campañas más efectivas integran construcción de marca y activación. Invertir únicamente en performance limita el crecimiento y conduce al estancamiento.



El branding hace que tu marketing digital funcione mejor:

Mejoras en CTR, CPC y tráfico orgánico: construir marca potencia cada canal de performance.



Los marketers están unificando el lenguaje de negocio:

Entender estados financieros, métricas clave y presentar propuestas con lógica de inversión es fundamental para marketers, agencias y medios.



Nuevas rutas, mismos principios:

Ya sea con TV, video online, creadores de contenido o los múltiples puntos de contacto disponibles, lo importante es construir conexión, recordación y confianza.

“ No se trata de ser recordados hoy, se trata de seguir siendo elegidos mañana ”

Lanzamiento 1er Informe de Inversión por Industrias

El citado AAM MEDIADAY2025 fue el escenario perfecto para dar a conocer y compartir un extracto de dicho informe, el cual permite un análisis más exhaustivo por sectores específicos, ofreciendo una radiografía detallada con distribución de inversión por medios y plataformas, periodos de estacionalidad, entre otros. De esta forma, AAM reiteró su compromiso de seguir entregando información de valor a la industria.

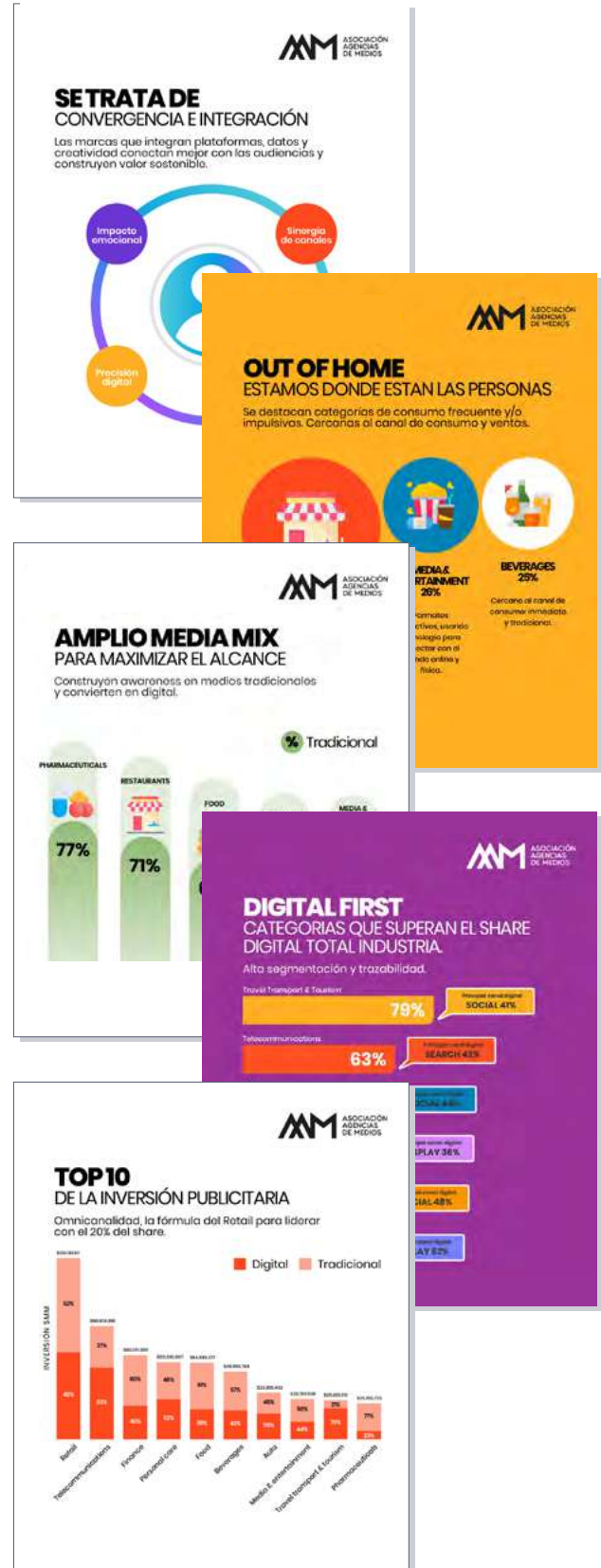
Sabemos que el análisis por industria es fundamental para garantizar que nuestra inversión en marketing y de medios sea estratégica y esté alineada con las dinámicas del mercado, esa fue en gran medida la inspiración que se materializó en este nuevo informe. En él se puede encontrar información que entre otras cosas favorece la personalización, un marketing más dirigido, la gestión de riesgos, y otros datos que se traducen en tendencias, desafíos y oportunidades para las marcas.

Cabe destacar que dicho documento ha sido elaborado con la información que nos proveen las Agencias de Medios socias de AAM, la cual es tratada con la confidencialidad que merece. Se emite mensualmente y su acceso es exclusivo para nuestros socios, como uno de los tantos beneficios a los que tienen derecho.

Algunos datos que entrega:

- Sectores que más invierten en publicidad
- Industrias que lideran en inversión digital
- Industrias con mayor % inversión por medio

Todo lo anterior disponibilizado a través de una dashboard digital interactivo.



1^{er} Encuentro WAMP! (When Academy Meets Praxis)

Para AAM la academia es pieza fundamental en el desarrollo del sector y parte de nuestros ejes estratégicos, de acá deriva el interés por potenciar su visibilidad y conexión con quienes trabajamos día a día en el mercado.

En este contexto hicimos un llamado a las principales universidades del país y les invitamos a compartir sus investigaciones, proyectos o estudios que marcan pauta y aportan valor a la industria del marketing, los medios, y la publicidad, con el objeto de ofrecerles un espacio para difundirlos y reconocerlos.

En esta primera versión, realizada iniciando el año (enero) en las instalaciones de Cinemark Alto Las Condes, contamos con la participación de tres destacados académicos, quienes compartieron investigaciones que aportaron conocimiento, reflexión y tendencias a los asistentes.

Sus presentaciones versaron sobre:

- **Persuasión Algorítmica en Chile**
Cristian Buzeta
FEN – Universidad de Chile
- **Propósitos que sacan un 7**
Francisca Olivares
Universidad Adolfo Ibáñez
- **Decodificación de Identidades de los Consumidores Chilenos**
Sebastián Goldsack
Universidad de los Andes

Dicho encuentro fue difundido en nuestras redes sociales, y el contenido en extenso puede revisarse en el canal de YouTube de AAM: WAMP! 1er Encuentro entre la Praxis y la Academia.



AAM

PRODUCTOS

TRADICIONALES

Informes de Inversión Publicitaria

Si bien los informes de inversión publicitaria no nos dicen exactamente qué hacer, sí nos entregan el marco estratégico para decidir mejor. En dicho contexto son relevantes en la medida que cumplen varios roles estratégicos, entre los que destacan:

- **Entregar una visión real del mercado:**

Entender dónde, cuánto y cómo invierten las marcas, por industria, medio y formato. Ayuda a dimensionar el estado y evolución del ecosistema publicitario.

- **Orientar decisiones estratégicas:**

Referencia para definir el mix de medios, presupuestos y prioridades, especialmente al planificar campañas o justificar inversiones.

- **Identificar tendencias y**

comportamientos: Revelan las principales tendencias de consumo de medios.

- **Facilitar el benchmarking competitivo.**

- **Reducir el riesgo en la inversión:** Invertir con datos de contexto disminuye la improvisación y permite respaldar decisiones con evidencia.
- **Aportar insumos para la innovación:** Al mostrar nuevas categorías, formatos emergentes o redistribuciones del gasto.

En este contexto, AAM es el único organismo especializado en Chile que proporciona este tipo de información a la industria, garantizando la máxima calidad y oportunidad.

➤➤ **Inversión Total Industria de Medios**
(desde 2014)

➤➤ **Inversión Digital | Socios AAM**
(desde 2016)

➤➤ **Informe por Soporte**
Exclusivo para socios

➤➤ **Informe de Inversión por Industria**
(desde 2025) Exclusivo para socios.

Comisiones en Voz Alta

Esta iniciativa tiene como propósito relevar la visión técnica y el aporte estratégico de las y los profesionales que integran las distintas Comisiones de la Asociación de Agencias de Medios. Durante 2025, sus análisis y reflexiones abordaron temas de contingencia y desarrollo del mercado, aportando contexto, datos y criterios especializados para una mejor comprensión de la evolución de los medios, la inversión publicitaria y las comunicaciones comerciales en Chile.

Comisiones en Voz Alta reafirma así el rol de la Asociación como un espacio de referencia para el análisis informado, la colaboración gremial y la generación de conocimiento relevante para la industria.

En este contexto se generaron interesantes artículos difundidos a través de nuestros distintos canales institucionales.



INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Zoom en plataformas de publicidad

Artículo de opinión, creado por nuestra Comisión Digital AAM detalló en su primera parte cómo las plataformas publicitarias ya están usando la IA para crear campañas que rompen esquemas; y en su segundo capítulo y final te contamos cuáles son las principales soluciones de IA para conectar con tu audiencia y mejorar tus resultados.



CIBERDAY

Resultados y principales insights

Compartimos resultados del Cyber Day 2025 en sus dos fechas y algunos de los principales insights que recogimos como industria mediante encuestas realizadas a nuestras agencias socias referidas a sus campañas. Cabe destacar que en esta oportunidad y según la Cámara de Comercio de Santiago, las ventas superaron en un 4,6% las cifras de 2024 y mostrando un crecimiento del 21% respecto al último Cyber Monday de septiembre-octubre.

»» **Punto de Vista Estratégico AAM sobre el Nuevo Sistema de Medición de Audiencias de Video – Kantar IBOPE Media, Chile 2025**

Este documento nos entregó una mirada acerca de la industria del marketing y las comunicaciones en Chile, destacando su profunda transformación dada la digitalización, la multiplicidad de pantallas y los nuevos hábitos de consumo que reconfiguraron la manera en que las audiencias se relacionan con los contenidos.

En este contexto, el nuevo sistema de medición de audiencias de video en el hogar, desarrollado por Kantar IBOPE Media, representó un hito metodológico y estratégico para el mercado nacional, al integrar por primera vez, la medición de televisión abierta y de pago, las plataformas de streaming y los entornos digitales en un mismo marco de análisis.

Visto lo anterior queda en evidencia el desafío para las agencias, donde el énfasis está puesto en diseñar experiencias audiovisuales, desarrollando la capacidad de orquestar un ecosistema integrado con roles específicos y complementarios por pantalla.

»» **ARRANCADO EL AÑO Proyecciones Económicas 2025**

Como ya es una tradición, desde hace un tiempo venimos revisando con los especialistas dentro de nuestros asociados las proyecciones económicas con el objeto de anticipar estrategias para afrontar los vaivenes propios de una economía global.

El tema es de particular interés en la industria del Marketing y la Publicidad dada la incidencia de nuestra gestión en los resultados de negocio de marcas y clientes.



COLABORADORES COMO PROTAGONISTAS

Lanzamiento de año y encuentro camaradería AAM

¡Dimos el puntapié inicial al 2025! Compartimos como nos gusta, en un ambiente de camaradería, buena comida y conversación. Repasamos hitos del año anterior, reconocimos a los nuestros, especialmente a quienes se la jugaron por sacar adelante diversas iniciativas, y también nos dejamos planteados los desafíos para este año.

En el Medio de los Medios

Siempre impulsados por la Comisión RRHH y Capacitación de la Asociación, durante 2025 se llevaron a cabo tres nuevas ediciones de este ya emblemático programa, orientado al talento joven y emergente que forma parte de las agencias y empresas asociadas a la AAM. Cabe destacar que esta iniciativa nace desde la convicción de que el principal activo de la industria son las personas y que el desarrollo temprano del talento resulta clave para su sostenibilidad y proyección futura.

Estos encuentros se consolidan como un espacio de formación, diálogo y acompañamiento, donde se promueve el intercambio de experiencias, la reflexión colectiva y el fortalecimiento de habilidades blandas, vinculares y de liderazgo. A través

de conversaciones abiertas y contenidos relevantes, se busca no solo responder a las inquietudes de las nuevas generaciones, sino también potenciar su sentido de pertenencia a la industria y su comprensión del impacto que su trabajo tiene en el ecosistema.

Asimismo, el programa refleja el compromiso de la AAM y de sus socios con la formación integral de sus colaboradores. Atendiendo a los contenidos tratados, este año por primera vez exploramos el formato de taller que se unió al de conversatorio, lo que fue muy bien recibido por los asistentes.

Los encuentros 2025 abordaron los siguientes temas:

De la X a la Z: Juntos en la diversidad generacional

Sabemos que la interacción entre Baby Boomers, Generación X, Millennials y Z en el entorno laboral trae múltiples ventajas, como la diversidad de perspectivas y la transferencia de conocimiento, aunque también presenta desafíos como la comunicación y los valores divergentes entre los grupos de diferentes edades. En la oportunidad conversamos sobre cómo la colaboración intergeneracional potencia la creatividad, mejora la ejecución de campañas y enriquece la cultura de equipo.

El encuentro fue facilitado por Maira Soto, Talent Coordinator de Publicis Groupe y miembro de la Comisión de Talento y Capacitación AAM quien conversó con Isabel González, Talent Lead de la misma compañía y Jaime Gómez, Director de Estrategia de OMD. Agradecemos el auspicio y colaboración de Adsmovil.

➤ Pasos del estrés al flow

Abordamos este tema en respuesta a las inquietudes y desafíos de un entorno laboral cada vez más rápido, cargado de incertidumbre y competitivo, lo que nos obliga a repensar estrategias de prevención y cuidado emocional, entregando herramientas prácticas a los asistentes. Realizamos este primer taller convencidos de que gran parte del éxito y del bienestar radica en nuestra capacidad de administrar nuestros desafíos personales y laborales. En la ocasión el foco estuvo puesto en “nuestra fortaleza mental” y cómo ella nos habilita para ser los protagonistas de nuestra vida y desarrollo profesional.

Facilitadora: Olaya Jiménez, Coach Organizacional y Communications Advisor AAM.

Gracias a la Universidad Autónoma de Chile y MOW Player quienes auspiciaron el encuentro.

➤ Gestión del tiempo y la energía

En la búsqueda de rendimiento, alinear el tiempo con los niveles de energía es una estrategia fundamental. Este enfoque se basa en el reconocimiento de que nuestra energía fluye y cambia a lo largo del día, influenciada por múltiples factores que incluyen ritmos biológicos, estilos de vida y demandas laborales. Aprovechar esta cadencia natural permite optimizar las tareas, alineándolas con momentos de alta energía para aumentar tanto la eficiencia como la productividad.

Facilitadora: Romina Lavín, Socióloga
Un agradecimiento especial a nuestro auspiciador Adsmovil.



Programa de Actualización Profesional AAM – Universidad Los Andes

Esta alianza consolida el compromiso de ambas instituciones con la excelencia de los profesionales de la industria. Mientras AAM aporta la experiencia del sector, la Facultad de Comunicaciones de la universidad entrega solidez académica y visión innovadora.

Agradecemos a los socios de AAM por su compromiso al impulsar esta iniciativa y facilitar el acceso de sus colaboradores.

Gracias también a Cristóbal Benavides, decano, a Gonzalo Parra y Gema Berríos, presidente y gerenta general AAM, respectivamente, por promover con su presencia la nueva edición de un programa que nos permite seguir construyendo un ecosistema cada vez más competente y competitivo.

La cuarta versión del PAP congregó a 20 alumnos, todos profesionales que se desenvuelven en el amplio ecosistema de las comunicaciones comerciales. Destacamos que este año, el Programa se constituyó también en un reconocimiento y estímulo a colaboradores destacados por su compromiso con esta Asociación: Claudio Rousseau (Publicis Groupe), Rodrigo Mira (Publicis Groupe) y Rodrigo Sánchez (WPP Media).



TRASCENDENCIA PÚBLICA

Para la Asociación de Agencias de Medios de Chile la divulgación de contenidos es estratégico, en cuanto permite visibilizar el aporte de la industria al desarrollo del mercado, fortalecer la transparencia, generar conocimiento y contribuir activamente a la formación de opinión informada. A través

de la difusión permanente de información relevante, la AAM reafirma su compromiso con el valor de los datos, el análisis riguroso y la construcción de una mirada experta que aporte a anunciantes, medios, agencias y al ecosistema en su conjunto.

MÉTRICAS LINKEDIN



127.200

Impresiones de contenidos



1.589

Visualizaciones de la página de AAM



4.717

Seguidores

MÉTRICAS INSTAGRAM



117.000

Visualizaciones de contenidos



38.000

Cuentas alcanzadas



1.600

Interacciones con el contenido



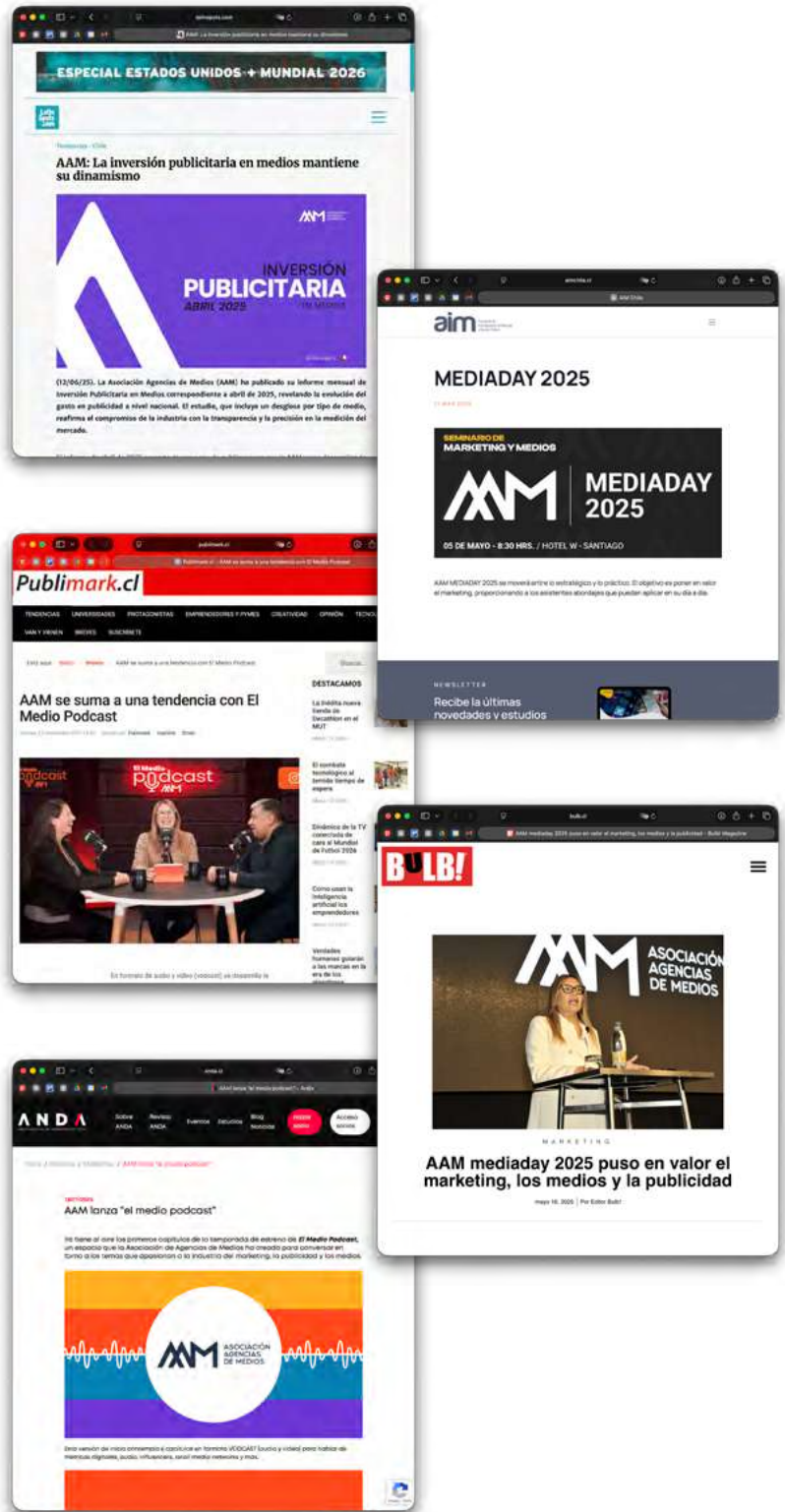
3.041

Seguidores

Cobertura y otras publicaciones

En este contexto, además de la difusión realizada a través de nuestras distintas plataformas de comunicación, la AAM promueve de manera constante la cobertura de sus principales contenidos en medios especializados y ampliamente validados por el mercado, como Bulb Magazine, Adlatina, Publimark y ANDA, entre otros, ampliando así el alcance y la relevancia de sus iniciativas.

Durante 2025, la presencia en medios estuvo especialmente marcada por el espacio dedicado —ya de forma tradicional— a la información de inversión publicitaria, así como por la cobertura del encuentro AAM MEDIADAY 2025 y a nivel institucional el cambio en la gerencia general. Esta difusión consideró no solo la publicación en medios de comunicación, sino también acciones complementarias a través de e-mailings y la visibilización en los sitios web de nuestras principales entidades en alianza, fortaleciendo el impacto y la circulación de estos contenidos clave para la industria.



Premios ejecutivos y agencias asociadas

La participación en premios y reconocimientos ampliamente validados por la industria constituye una instancia clave para visibilizar la excelencia, el profesionalismo y la evolución permanente de las agencias de medios, empresas socias y sus equipos. Para la Asociación de Agencias de Medios de Chile, estas instancias no solo representan un espacio de reconocimiento, sino también una oportunidad para reafirmar estándares de calidad, buenas prácticas y liderazgo dentro del ecosistema de las comunicaciones y el marketing.

En este sentido, las entidades asociadas a la AAM mantienen una presencia relevante y sostenida en los principales certámenes del sector, tanto a nivel de ejecutivos como de agencias. Asimismo, el rol de la AAM se ha consolidado como un actor activo y necesario en los distintos jurados, aportando una mirada experta, independiente y representativa de la industria.

La Asociación participa con orgullo en estas iniciativas, contribuyendo a la validación y visibilidad del trabajo desarrollado por los diversos actores del sector, y poniendo en valor la gestión profesional de quienes, desde sus distintos roles, impulsan el desarrollo de una industria cada vez más especializada, estratégica y orientada a generar impacto.



Best Branding Awards

Reconocimiento a estrategias y acciones de branding destacadas en 20 categorías diferentes. Con la asistencia de más de 200 profesionales de la industria, se llevó a cabo la Premiación de la 5ta edición de Best Branding Awards Chile, concurso anual organizado por Valora que reconoce las estrategias de branding más destacadas desarrolladas por empresas, startups, consultoras, agencias de comunicaciones de marketing y profesionales independientes.

Además de nuestra participación como patrocinadores institucionales del certamen, y después de meses de calificaciones en distintas fases, 7 casos ganadores se destacaron entre los finalistas, elegidos por un jurado ampliamente calificado y al que representantes de nuestros socios fueron convocados; a todos ellos les cupo la responsabilidad de elegir a los mejores: Federico Casagrande, Franchise Development Senior Manager LATAM, Rodrigo Contardo, Marketing Manager Sports y Sebastián Ureta, Senior Director Marketing Max, todos de Warner Bros. Discovery; Ricardo Corsaro, Chief Creative Officer de Publicis Groupe; y Magdalena Silva, Directora de Planificación de Dentsu X.

» Effie Awards

Distinguen ideas que realmente funcionan: grandes conceptos que dan origen a estrategias sólidas y generan resultados comprobables al combinar un insight relevante, la ejecución creativa sobresaliente y un desempeño en el mercado que valida su impacto y efectividad.

La relevancia de este certamen ha trascendido las fronteras de su país de origen, consolidándose como referente internacional en más de 40 países de Europa, Asia, América del Norte y Sudamérica.

Cada año, el ecosistema publicitario da vida a cientos de iniciativas y campañas, solo unas pocas logran superar las barreras del entorno y cumplir de manera consistente con los objetivos propuestos. En este contexto, la efectividad en las comunicaciones de marketing se mantiene como uno de los principales desafíos para avisadores, agencias y medios.

Este reconocimiento se desarrolla con el patrocinio conjunto de las principales

asociaciones gremiales del sector y de destacadas instituciones académicas, reafirmando su rol como un estándar de excelencia y rigor para la industria. En este contexto, por supuesto estuvimos presentes como parte del jurado evaluador y damos cuenta en este documento de nuestros socios premiados en las distintas categorías.

Finalmente, y en cuanto al Effie College, fuimos testigos de la pasión, la creatividad y las ideas innovadoras de los estudiantes. Propuestas frescas y audaces para desafíos de grandes marcas que demuestran que están listos para brillar en el mundo profesional.

Realizaron labores de curatoría en representación de AAM Gonzalo Parra, presidente del directorio, Gema Berríos, gerenta general, y Andrea Luna, growth manager. También lo hicieron representantes de algunas de nuestras empresas socias: Patricio Cerda, de Dentsu X y miembro del directorio AAM, Sebastián Abarca, de WBD, y Camila Trujillo, de Arena Media.




METAL
 ORO

CATEGORÍA	CAMPAÑA	MARCA	AGENCIA PRINCIPAL	OTRAS AGENCIAS
Cambio Positivo-Bien Social / Marcas-Empresas	Nunca bajemos los brazos	Rexona		Initiative
Cambio Positivo-Bien Social / Sin Fines de Lucro	Cuidemos Los Coquimbanos	Havas	Havas Play	
Éxito Sostenido	Teletón	Banco de Chile		Hearts & Science
Marketing Experiencial	Gamers por Chile 3: Aventura en el mundo oculto	Banco de Chile		Hearts & Science
Marketing Interno	Sodimac Trends	Sodimac		Initiative Media
Relanzamientos	Dale que es easy	Easy	Hearts & Science	
	Vas a querer volver a Mallplaza	Mallplaza		Initiative Media


METAL
 PLATA

CATEGORÍA	CAMPAÑA	MARCA	AGENCIA PRINCIPAL	OTRAS AGENCIAS
Bebidas Alcohólicas	Sabor a nuevo	Pisco Capel		OMD
Comunidad activa	Si lo imaginai, ganai	Becker		Zenith Media
Éxito Sostenido	Las acobacias de un elefante	Watt's		BPN
Higiene & Cuidado Personal	Nunca bajemos los brazos	Rexona		Initiative Chile
Institucional Corporativo	Nunca bajemos los brazos	Rexona		Initiative Chile
Inteligencia Artificial	Si lo imaginai, ganai	Becker		Zenith Media
Marketing Estacional	Huele a asaíto	Unimarc		Arena Media
Media Content Partnership	Talento Mallplaza	Mallplaza		Initiative Media
Retail	Aniversario 30 años Easy	Easy	Hearts & Science	
Salud & Bienestar	Cuidemos lo nuestro	Laboratorio Chile Teva		Dentsu
Snacks, Confites & Postres	El primer Mega que se come con cuchara	Mega		Thrive
Social Media	Si lo imaginai, ganai	Becker		Zenith Media
Telecom	Llamadas con historia	Entel		PHD
Viajes & Turismo	Elige viajar mejor	Latam airlines		Initiative Chile


METAL
 BRONCE

CATEGORÍA	CAMPAÑA	MARCA	AGENCIA PRINCIPAL	OTRAS AGENCIAS
Bebidas Alcohólicas	Chaleco de piscola	Alto del Carmen		OMD
Cambio Positivo-Medioambiental / Con Fines de Lucro	Don't stop	Toyota		Dentsu X / iProspect
Carpe Diem (Marketing de oportunidad)	Vas a querer volver a Mallplaza	Mallplaza		Initiative
David vs. Goliat	Resistiré	Cemento San Juan		PHD
Extensiones de Línea	Quix máxima espuma	Quix		Moov / Initiative Media
Idea/ Innovación en Medios	Dale Pin a tu hogar: De la inspiración a la estrategia	Sodimac	Initiative	
Influencer Marketing	Alaniz by María Pombo	Paris		Hearts & Science
Institucional / Corporativo	Cuidemos lo nuestro	Laboratorio Chile Teva		Dentsu
Lanzamientos	Nueva leche con avena	Soprole		Initiative
Marketing Experiencial	Bajo cero	Open Plaza	Initiative	
Presupuesto Reducido - Productos	Chaleco de piscola	Alto del Carmen		OMD
Promociones	Sahne-Nuss: 4,5 kilos de deseo	Sahne-Nuss		Thrive
Promociones	BCI Todo vuelve	BCI		UM
Retail	Talento mallplaza	Mallplaza		Initiative Media
Telecom	Club Entel - 60 años	Entel	McCann Santiago	PHD
	Arrepentidoos	Entel	McCann Santiago	PHD




JURADOS

Nº	NOMBRE	CARGO	EMPRESA
1	Gema Berríos	Gerente General	AAM
2	Álvaro Gómez	Head of Planning & Buying	WPP Media
3	Ángela Caro	Ad Sales	Warner Bros. Discovery
4	Araceli Ortiz	Directora de Cuentas	Hearts & Science
5	Camila Fuenzalida	Gerente Operaciones	Moov Media Group
6	Camilo Paul	Director de Planning	Publicis Groupe
7	Carla Contreras	Directora de Medios	Hearts & Science
8	Carla Cornejo	Account Executive	Paramount
9	Carla De la Rivera	Directora de Cuentas	OMD
10	Constanza Vargas	Directora de Integración	OMD
11	Cristián Márquez	Supervisor	Publicis Groupe
12	Cristián Pavez	Director Creativo	Havas Chile
13	Daniela Correa	Digital Director	PHD
14	Daniela López	Directora de Cuentas	Havas Chile
15	Diana Meinhardt	Head of Intelligence and Product	Havas Media Chile
16	Diego Fuentes	Strategy Director	PHD
17	Eduardo García	Manager Branded Content	Paramount
18	Felipe Rojas	Director Digital	Paramount
19	Florencia Susaeta	Ejecutiva Comercial Digital Sr.	Paramount
20	Gabriel Castillo	Subgerente Comercial de Deportes	Warner Bros. Discovery
21	Gustavo Nobre	Creative & Strategy Director	Warner Bros. Discovery
22	Hugo Latorre	Director de Cuentas	Havas Creative Network
23	Javier Henríquez	Managing Director	BPN
24	Javier Ugarte	Director Creativo Promociones	Paramount
25	José Luis Ortuzar	Account Executive	Paramount

Nº	NOMBRE	CARGO	EMPRESA
26	Laura Flores	Gerente General	iProspect
27	Macarena Caroca	Client Operations Manager	iProspect
28	Manuel Morales	Director de Medios Digitales	PHD
29	Marcelo Oclander	Director Creativo	Publicis Groupe
30	Estrella Mermet	Research & Strategy Director	Initiative
31	María José Espinoza	Media Managing Director	Publicis Groupe
32	Mariana Caperochipe	CEO	Publicis Groupe
33	Maricela Pastene	Head of Publicis Flame	Publicis Groupe
34	Pablo Castillo	Head of Performance	Dentsu
35	Pablo Feliú	Branded Content Account Executive	Warner Bros. Discovery
36	Paula Menares	Integration Director	PHD
37	Ricardo Corsaro	Chief Creative Officer	Publicis Groupe
38	Roberto Wittig	Subgerente Comercial	Paramount
39	Rodrigo Andrade	CEO & Co-Founder	Moov Media Group
40	Rodrigo Calderán	Subgerente Comercial	Paramount
41	Sebastián Abarca	Digital Account Manager WBD Chile, Perú y Ecuador	Warner Bros. Discovery
42	Stefano Aristondo	Trade Marketing Specialist	Paramount
43	Tomás Madriaza	Executive Assistant to the CEO	Havas Chile
44	Valentina del Río	Subdirectora de Estrategia	Havas Chile
45	William Dettleff	Director de Medios	OMD
46	Yanira Núñez	Integration Supervisor	OMD

➤ MKT Best

La iniciativa pone en valor a los profesionales más influyentes del marketing en Chile. El programa distingue a personas que, desde diversos roles, especialidades y ámbitos de acción, han generado un aporte concreto y relevante al desarrollo de la industria durante los últimos dos años en las siguientes categorías: Profesional de Marketing, Profesional de Creatividad, Profesional de Inteligencia de Mercados, Directivo(a) de Agencia de Publicidad, Profesional de Medios de Comunicación, Profesional de Agencia de Medios, Profesional de Consultorías de Marketing y/o Branding, Profesional de Planificación Estratégica y Académico(a) de Marketing. Adicionalmente, se otorga la distinción "Joven Talento", a profesionales menores de 30 años que demuestran un desempeño sobresaliente y proyección acorde a los valores de un MKTG BESTer.

En su versión 2025, miembros de nuestras empresas asociadas fueron nominados y distinguidos en las siguientes categorías:



CATEGORÍA

MEJOR PROFESIONAL DE
AGENCIA DE MEDIOS

NOMINADOS

Marcela Robledo, Directora Secretaria AAM y CEO OMD; María Cristina Gutiérrez Directora AAM, General Manager, PHD; y Santiago Garcés, Managing Partner / Global Media Lead, UM Chile

GANADORA

Mariana Caperochipe, CEO Publicis Groupe Chile



CATEGORÍA

MEJOR PROFESIONAL DE MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

GANADOR

Pablo Greco, VP Ad Sales Región Andina, Warner Bros. Discovery



CATEGORÍA

MEJOR PROFESIONAL DE
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

NOMINADO

Diego Fuentes, Strategy Director, PHD Chile



>> Estudio Agency Scope Chile 2025/26 de Scopen

En su 5ta edición, se entrevistaron a más de 400 profesionales del sector, 54 de ellos ejecutivos de agencias de medios. Dentro de sus resultados destacan:

- En términos de satisfacción, el 72% de los avisadores se declara conforme con el trabajo de sus agencias de medios y una menor intención de cambio en comparación con otros mercados. Los avisadores también estiman que las agencias de medios contribuyen al crecimiento de sus negocios, reafirmando su rol estratégico dentro de la cadena de valor del marketing.
- Havas Media, OMD e Initiative fueron las agencias con mayor reconocimiento espontáneo, percepción de excelencia y cercanía al modelo de “agencia ideal”. Asimismo, en los rankings de valoración de clientes y percepción entre competidores, sobresalen agencias como Carat, UM, PHD, OMG y Hearts & Science, siendo Dentsu X e iProspect las que mejoran más posiciones con respecto a la edición anterior.
- Finalmente, y en cuanto a ejecutivos, destacaron: Álvaro Becker (BBDO), Marcela Robledo (OMD), Patricio Salas (Initiative) y Mariana Caperochipe (Publicis Groupe).

>> IAB MIXX Awards

IAB Chile (Interactive Advertising Bureau) forma parte de un programa de alcance internacional presente en más de 40 países, que convoca a los principales profesionales de la industria publicitaria y del marketing para reflexionar, visibilizar y reconocer las mejores prácticas e iniciativas desarrolladas en el ecosistema digital.

A través de la presentación de tendencias, tecnologías emergentes, estrategias disruptivas y propuestas creativas, IAB MIXX se consolida como un espacio de aprendizaje, conexión y puesta en valor de la innovación, impulsando la evolución constante del marketing digital.

Cada edición constituye un reflejo del momento y la madurez de la industria local. La comparación con festivales de otros mercados de Latinoamérica y del mundo evidencia el nivel profesional alcanzado en nuestro país y actúa como un estímulo

para seguir elevando los estándares de excelencia.

En su versión 2025, nos representaron como jurados:

Karla Quintero-Bonilla, Vice Presidenta AAM y Gerenta 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 Partner en Kinneso.

También fueron parte de los casos ganadores de PLATA:

- Uso de Tecnologías: Sin Lay's no hay partido – OMD
- Audio Digital: GraciaShhh... Hyundai – Groenlandia/Havas



➤ Premios CREA

Iniciativa impulsada por la Cámara de Empresas Creativas de Chile, orientada a reconocer y poner en valor la creatividad de excelencia en disciplinas como publicidad, audiovisual, diseño y marketing. Este certamen se ha consolidado como una instancia relevante para visibilizar el talento y la calidad del trabajo creativo desarrollado en el país.

En su edición 2025, el concurso distinguió 65 metales (16oros, 24 platas y 25 bronces), además de 5 Grand Prix, reflejando la diversidad y el alto estándar de las propuestas evaluadas. Los Premios CREA están abiertos a todas las piezas, ideas, acciones o campañas concebidas en Chile, promoviendo una participación amplia y representativa del ecosistema creativo nacional.





Tanto AAM, como representantes de sus empresas asociadas fueron parte del jurado:

- Gema Berríos, Gerente General AAM
- Claudio Cadagan, Director General Creativo Moov Media Group
- Fernando Condeza, Executive Creative Director Groenlandia by Havas
- Daniela Cori, Managing Director Carat
- Ricardo Corsaro, Director General Creativo Publicis Groupe
- Nicolás Escobedo, Director de Cuentas WPP Media
- Esteban Ibarra, Gerente General Dentsu Creative
- Gustavo Nobre, Creative Ad Lab Sr. Manager Chile Warner Bros. Discovery
- Gustavo Rothkegel, Director de Negocios Client & Regional Partner IPG Mediabrands
- Patricio Salas, Gerente General Initiative
- Magdalena Silva, Media Director Dentsu Creative
- Mayi Tapia, Directora de Contenido Estrategia y Branded Content Publicis Groupe

Asimismo, algunos de nuestros socios jugaron un rol destacado dentro de los casos ganadores:


METAL ORO

CATEGORÍA	Entretenimiento / Tecnologías emergentes aplicadas al direct
CASO	Si lo ImaginAi GanAi
OTROS INVOLUCRADOS	Zenith


METAL PLATA

CATEGORÍA	Direct / Tecnologías emergentes aplicadas al direct
CATEGORÍA	Social e Influencers / Uso innovador de la comunidad
CASO	Si lo ImaginAi GanAi
OTROS INVOLUCRADOS	Zenith

CATEGORÍA	Medios / Mejor uso de influencers
CASO	NOT NAYA (NOT CHORI)
OTROS INVOLUCRADOS	Zenith


METAL BRONCE

CATEGORÍA	Film y Video / Viral Film
CASO	NOT NAYA (NOT CHORI)
OTROS INVOLUCRADOS	Zenith

CATEGORÍA	Print y Publicaciones / Campañas de cualquier tipo
CASO	No te gastes todo en el pasaje
OTROS INVOLUCRADOS	HAVAS Media Group

>> Leading Women Chile

El reconocimiento, impulsado por Ad Age y Adlatina, se realizó por segunda vez en el país, distinguiendo a 15 profesionales del marketing, la publicidad y la comunicación que destacan por su liderazgo, trayectoria reciente e impacto en el desarrollo del sector.

En la ceremonia se homenajeó a ejecutivas que, desde posiciones estratégicas y de alta responsabilidad, han dejado una huella tanto en su desempeño profesional como en la conducción de equipos y organizaciones, convirtiéndose en referentes e inspiración para nuevas generaciones.

Durante la premiación, se destacó el valor del liderazgo femenino como motor de transformación, innovación y construcción de relaciones más sólidas en la industria.

Leading Women, fue creada hace más de dos décadas por Advertising Age en Estados Unidos, y ha consolidado una comunidad

global que reúne a más de 600 mujeres líderes, con presencia sostenida en diversos mercados de América Latina. La edición chilena se enmarca en la expansión regional de este reconocimiento, reafirmando su propósito de visibilizar el talento, la excelencia profesional y el compromiso de mujeres que impulsan el crecimiento, la diversidad y el fortalecimiento de la industria del marketing y las comunicaciones.

Un reconocimiento especial, para aquellas ejecutivas que son parte de AAM y representantes de nuestros socios:

- Marcela Robledo, miembro del Directorio AAM y Gerenta PHD
- Geraldine Betancourt, Business unit lead de Havas Media Network
- Laura Flores, Gerenta General de iProspect



**MARCELA
ROBLEDO**
CEO
OMD



**LAURA
FLORES**
Gerenta General
IPROSPECT



**GERALDINE
BETANCOURT**
Business Unit Lead
Havas Media Network

AAM

COLABORACIONES

Por su naturaleza, la asociatividad es fundamental para el desarrollo y la efectividad de un gremio. Dicha colaboración excede a los socios de AAM, y se extiende a otros actores del sector, sean estas organizaciones gremiales o empresas especialistas que hacen parte del ecosistema y con las cuales compartimos intereses. El trabajo en red nos permite adaptarnos a los cambios del mercado y a las necesidades de sus miembros, lo que es crucial en un entorno de negocios en constante evolución. Como AAM generamos y participamos de iniciativas en beneficio directo de nuestros socios y demás protagonistas de una industria cada vez más diversa.

Dentro de nuestras iniciativas destacadas estuvieron:

Ipsos Chile

Es una de las empresas líderes en estudios de mercado, proporciona información fiable para la mejor toma de decisiones.

- Taller “La Nueva Radiografía de Chile 2025”. Diseñado específicamente para agencias de medios y socios de la AAM, reveló cómo transformar los datos más frescos en campañas inteligentes, eficientes y con un impacto realmente medible.

El estudio en que se basó es sin duda la fotografía más actualizada de nuestra sociedad en la última década e insumo crucial para la planificación estratégica. Desde los datos ya publicados hasta el cronograma de entregas y cómo manejar las plataformas del INE, cada detalle fue explorado para tomar decisiones fundamentadas.

- Colaboramos con la difusión del estudio “La radio sigue siendo el medio más confiable en 2025”. La investigación destaca, la radio se proyecta fuerte y relevante, alcanzando al 81% de los adultos y demostrando un impacto transversal en todas las edades; su integración en la rutina de los chilenos; y alta valoración de la diversidad de sus contenidos.
- Según este estudio, este medio mantiene confianza y cercanía incluso en momentos de crisis.

➤ Kantar Ibope Media

Líder en el mercado de investigación de medios de comunicación en América Latina. Forma parte de Kantar Media, líder global en inteligencia para la toma de decisiones sobre medición, el monitoreo y la planificación de medios.

- Programa de Certificación Media Class 2025. A través de nuestra gerenta general, Gema Berríos, quien formó parte de un interesante panel, participamos de la jornada de lanzamiento de este

programa, caracterizada por su amplia convocatoria y la relevancia de sus contenidos, y donde los expositores concordaron en que es el conocimiento lo que potencia el valor de la data.

- Asimismo, desarrollamos y difundimos un documento sobre la nueva medición de audiencias de video hogar de Kantar, en base al contenido proporcionado por la Comisión de Estudios AAM y los datos de la consultora.



»» La Vulca

Empresa especializada en actividades de gestión y consultoría. Se destaca en investigación de mercado y marketing para el crecimiento de negocios.

Participamos de la 3ra edición del Barómetro del Marketing Chileno, estudio que recoge las percepciones de diversas partes interesadas en la industria del marketing, incluyendo agencias, consultoras y proveedores. Este barómetro, único en LATAM, busca identificar tendencias clave, como cambios en la priorización presupuestaria y desafíos emergentes en el ecosistema del marketing en Chile.

Adicionalmente, contamos con una presentación exclusiva de sus resultados para directorio y socios de AAM.

»» JCDecaux Chile

Especialistas en publicidad exterior y mobiliario urbano, con más de 20 años de presencia en el país. Se enfoca en la digitalización de su oferta y cuenta con una red de grandes formatos y pantallas digitales, así como un laboratorio de ideas para desarrollar proyectos creativos.

A través de nuestra gerenta general fuimos parte del jurado y asistimos a la premiación de la 1ra edición de los Premios JCDecaux Chile que se desarrolló con una convocatoria que superó las expectativas y se focalizó en destacar las campañas más creativas y originales en el medio Publicidad Exterior, recompensando a agencias y anunciantes por su innovación.





Patrocinios

Sabemos que un patrocinio es fundamental en la estrategia de marketing de cualquier organización, ya que permite aumentar la visibilidad de una iniciativa, mejorar la imagen de marca y validarnos frente a audiencias más amplias y significativas. A través del patrocinio, asociamos nuestra imagen con eventos, personas o causas populares, lo que refuerza valores positivos y aumenta la percepción favorable del público. Es una herramienta poderosa para generar alianzas estratégicas y diferenciarse de la competencia.

Durante 2025 patrocinamos diversas iniciativas del sector y contamos con el apoyo de destacadas organizaciones que una vez más hicieron lo propio con varias de nuestras iniciativas.

Patrocinamos:

- Ciclo de Charlas sobre Retail Media, organizado por nuestro socio Walmart Connect junto a la Cámara de Comercio de Santiago (CCS).
- Effie Awards Chile
- Best Branding Awards®
- MKTG BEST ©
- IAB MIXX Awards
- Premios CREA
- Shop! Awards 2025

Educación Superior

En la AAM entendemos que la formación de los futuros profesionales del marketing, la publicidad y los medios debe acercarse lo más posible a lo que posteriormente enfrentarán en la realidad, poniendo énfasis en las tendencias de la industria. De ahí que generar esta cercanía resulta clave.

Estuvimos en la UDD compartiendo con estudiantes de Publicidad y Periodismo el cómo la inversión publicitaria refleja los cambios en las audiencias y las marcas conectan con ellas, a través de una charla dictada por la gerencia general AAM denominada *"De la Inversión a la Conexión"*.

Asimismo, miembros de nuestras Comisiones: Nicolás Escobedo, Diego Fuentes, Araceli Ortiz, Claudio Pérez y Roberto Poblete, presentaron casos de éxito de nuestros socios, mostrando la evolución de la industria desde la innovación, la sostenibilidad y la IA.

Finalmente, en trabajo conjunto con Stellantis, presentamos a los alumnos de las carreras de Publicidad y Periodismo un brief real del Peugeot 208. Los equipos debieron desarrollar propuestas atinentes que les permitieron el contacto directo con los desafíos de la industria. Felicitamos a los ganadores.

Para formalizar esta alianza se firmó un acuerdo de colaboración que permite proyectar diferentes iniciativas en el tiempo.

La Industria y la Academia se unieron en el Campus Creativo UNAB. En el contexto del Taller de Análisis de Audiencias, AAM realizó una inspiradora charla para los alumnos de primer año de Publicidad.

En la ocasión, ejecutivos de AAM y representantes de sus comisiones y socios: Gema Berríos, Evelyn Carrasco, Gustavo Rothkegel y Karina Verdugo, compartieron su valiosa experiencia y visión con los futuros publicistas.

Participamos en ComunicaDV 2025 de la Universidad de Las Américas. Nuestra vicepresidenta, Karla Quintero-Bonilla y Sebastián Abarca, miembro de la Comisión Digital, formaron parte del jurado, aportando su experiencia para evaluar las propuestas de los futuros profesionales de la comunicación y publicidad.

Esta instancia refuerza nuestro compromiso por acortar la brecha entre la industria y la formación universitaria, promoviendo que los nuevos talentos estén conectados con los desafíos del mercado.

Dimos el puntapié oficial a la semana de la publicidad y diseño de la Universidad de Santiago. En ese contexto, y contando con un amplio y comprometido quórum que nos desafió con sus interesantes preguntas, nuestros.. representantes: Gema Berríos, gerenta general AAM y representantes de nuestra Comisión Content & Influencers, Gustavo Rothkegel y Mayi Tapia nos compartieron casos de éxito sobre marketing de personalización y de contenidos.

Semana del Planning UDP. Una vez más participamos de esta iniciativa organizada por la Escuela de Publicidad que se constituye en un espacio de aprendizaje y reflexión crítica, donde la industria y los estudiantes pueden explorar el mundo de los medios y su constante evolución.

En su versión 2025, el evento giró en torno a la Creatividad, Investigación de mercado y Tecnología. Durante las jornadas, se presentaron ponencias de expertos en el sector, en el caso de la Asociación fuimos

representados por Gabriel Arriagada de nuestra Comisión Estudios y de Estrella Mermet, miembro del Comité Ejecutivo quienes se refirieron al valor de la estrategia y compartieron casos de éxito.

Educación continua. Promovemos la actualización profesional de los colaboradores de nuestros socios que les permitan generarse nuevas oportunidades de desarrollo profesional. En ese ámbito y gracias al acuerdo entre AAM y la Universidad Diego Portales, nuestros socios pudieron acceder a un 35% de descuento exclusivo en programas de Postgrado y Educación Ejecutiva de la FAE-UDP.



ANTECEDENTES GENERALES



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
(+569) 4209 2957



Dirección web

www.aam.cl

RRSS



chileaam



aam-chile



AAM Chile



ASOCIACIÓN
AGENCIAS
DE MEDIOS