

SUMARIO

06

GREMIAL



06 EDITORIAL

IA y marketing: entre la eficiencia y el sentido

64 SOCIOS

Nuevos Socios ANDA:
Papa Johns Chile

68 INDUSTRIA

Encuentro de ANDA con
Canal 13

72 SOCIOS

Nuevos Socios ANDA: abc

80 SOCIALES

La industria del marketing
se reunió para analizar el
Barómetro 2026

82 SOCIALES

ANDA consolida su rol en
la industria durante 2025

92 EVENTOS

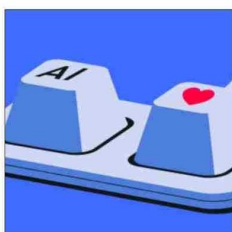
COMAR 2026: el marketing
volvió a mirarse a sí mismo

102 INDUSTRIA

Confianza digital:
eje competitivo del
ecommerce

08

PORTADA



08 PORTADA

“Ya no es sólo al
consumidor que hay que
comunicar, sino también
a los diferentes LLMs”

10 PORTADA

“La empresa con IA
integrada tiene un sistema
que toma decisiones
autónomamente en flujos
de trabajo reales”

14 PORTADA

Del piloto a la escala
en IA

18 PORTADA

La IA se vuelve
cotidiana: cómo
redefine la experiencia
de consumo

20 PORTADA

“Es difícil defender que la
autorregulación pueda,
por sí sola, asegurar un
uso responsable de la IA”

24

ESTUDIOS



24 WFA

Transparencia en la era
de la IA generativa:
¿Cuándo evidenciar su uso
en publicidad?

44 ESTUDIOS

Observatorio de la
Publicidad ANDA

76 ESTUDIOS

¿Está el marketing
preparado para lo que
viene?

86 ESTUDIOS

No es gastar menos,
sino gastar mejor

28

OPINIÓN



28 OPINIÓN

El futuro no es
más performance,
es más humanidad

30 OPINIÓN

Contra el promedio: El
planner en la era de la IA

70 ACADEMIA

CRM inteligente: la IA al
servicio de relaciones más
relevantes

106 ACADEMIA

El paradójico legado
de los megaeventos
deportivos: Lecciones
Estratégicas para Líderes
de Marketing

108 OPINIÓN

La generación más
conectada de la historia
es también la más sola

34

ENTREVISTAS



34 LÍDERES ANDA

Alan Meyer, Vicepresidente de Países Andinos de Mercado Libre

38 MARKETERS ANDA

Macarena Pizarro, Gerente de Marketing e Innovación de Productos de Agrosuper

48 MARCAS

Marketing estratégico en la industria financiera: construir confianza en un entorno exigente

56 CASOS DE MARKETING

Cuando el packaging es la esencia de la propuesta de valor

52

REPORTAJES



52 REPORTAJE

Consumidores en transición: Las nuevas exigencias de las audiencias en la era de la IA

60

TENDENCIAS



60 TENDENCIAS

Diversidad en publicidad: El desafío de la representación multidimensional

94 TENDENCIAS

Del timing a la estrategia: Cuando la conversación se vuelve estrategia de marca

100 TENDENCIAS

Lo que debería saber un marketero sobre la moda de Claude AI

110 TENDENCIAS

Revitalizar el punto de venta: del soporte estático al medio dinámico

116 NOVEDADES

Novedades Socios e Industria

112

MEDIOS



112 INDICADORES

Liderazgo radial en publicidad de salud y evolución del video conectado