

Fecha: 14-01-2026
Medio: Hoy x Hoy
Supl.: Hoy X Hoy
Tipo: Noticia general
Título: **Marta Sánchez regresa a Chile y revive un clásico que marcó a toda una generación de la mano de WOM**

Pág.: 3
Cm2: 634,0

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

82.574
251.974
☐ No Definida

Marta Sánchez regresa a Chile y revive un clásico que marcó a toda una generación de la mano de WOM

WOM lanzó oficialmente su campaña de verano 2026, una propuesta que conecta música, nostalgia y emoción, apostando por un relato transversal que une generaciones. Esta vez, lo hace con una versión exclusiva de la icónica canción "Arenas y Sol" de la artista española Marta Sánchez, reinterpretada especialmente para la marca y que promete convertirse en el hit indiscutido de esta temporada estival.

El jingle "Arenas y WOM" llega en un momento especialmente simbólico. Por una parte, se cumplen 30 años desde el lanzamiento de una de las canciones más recordadas de los años 90 en Chile, convertida en un verdadero himno del verano. Por otra, la campaña coincide con la celebración de los 40 años de trayectoria artística de Marta Sánchez, quien recientemente presentó su álbum conmemorativo "40 años, 1985-2025". Tres hitos -música, memoria y celebración- que convergen en una misma campaña pensada para volver a hacer vibrar el verano chileno.

La artista viajó especialmente

La artista española viajó especialmente a Chile para grabar esta campaña, que fue filmada en la emblemática Playa Las Tacas, en la Región de Coquimbo. Este lugar, reconocido por sus aguas tranquilas, su luz privilegiada y su entorno natural, fue elegido como escenario por su fuerte vínculo con el verano, la desconexión y los recuerdos compartidos. El paisaje costero del norte de Chile aporta una estética luminosa y auténtica, transformándose en un protagonista más de la historia que WOM quiere contar: un verano vivido intensamente, con música, conexión y emoción.

La elección de la canción

no fue casual. En Chile, "Arenas y Sol" marcó a toda una generación, con una altísima popularidad radial y una conexión emocional que se mantiene vigente hasta hoy.

Su reinterpretación busca rescatar ese espíritu original, pero con una energía renovada, alineada con la identidad de WOM: cercana, desafiante y profundamente conectada

con las personas.

El jingle es el corazón de la campaña de verano 2026: una versión actual, fresca y energética que mezcla nostalgia noventera, la cercanía

de la artista con Chile y el sello distintivo de la marca. Playa, sol, música y conexión se cruzan en una propuesta que invita a revivir recuerdos, cantar en voz alta y compar-

• En una versión inédita de la icónica canción "Arenas y Sol", grabada exclusivamente para WOM, la cantante celebra 30 años desde el lanzamiento del hit que marcó la década de los 90 y conmemora además 40 años de carrera con su disco "40 años, 1985-2025".

• Filmada en la playa de Las Tacas, en la Región de Coquimbo, la campaña pone en valor los paisajes del norte de Chile como escenario natural de un verano que conecta música, recuerdos y tecnología.

• Con "Arenas y WOM", el verano 2026 no solo se escucha: se recuerda, se canta y se vive.

tir momentos, esta vez con Marta Sánchez como protagonista y con WOM como facilitador de esas experiencias.

"Conectarme de nuevo con mi amado Chile a través de esta experiencia con WOM me hace inmensamente feliz. No sabéis qué emocionante es para mí cumplir 40 años de carrera con esta campaña en un país al que amo incondicionalmente desde que era una chiquilla. No puedo pedir más. Chile, os quiero", señaló Marta Sánchez.

Refuerza atributos clave

La campaña también refuerza uno de los atributos clave de WOM durante el verano: su servicio de Roaming internacional en más de 100 países, permitiendo a las personas mantenerse conectadas en sus viajes, compartir sus experiencias en tiempo real y comunicarse sin fronteras. Así, el concepto de conexión trasciende lo local y se proyecta a nivel global, acompañando a los clientes en cualquier lugar.

"Arenas y WOM" no solo inicia el verano chileno, también confirma la posibilidad de estar conectados en cualquier parte del mundo, reforzando el compromiso de WOM por ofrecer una experiencia cercana y alineada con el estilo de vida de sus clientes, especialmente en una de las temporadas de mayor movilidad del año.

La campaña que debutó el 5 de enero en plataformas digitales, televisión, radio y vía pública, marca el inicio de una temporada en la que WOM vuelve a apostar por contenidos de alto impacto, colaboraciones icónicas y una forma distinta de conectar con las personas, poniendo la emoción en el centro. Con "Arenas y WOM", el verano 2026 no solo se escucha: se recuerda, se canta y se vive.

