

MINUTA DE REUNIÓN

COMITÉ: MARKETING			
Tema Convocatoria: El Revival del Marketing Mix Modeling Como Herramienta de Atribución			
Fecha	05 de noviembre 2025	Hora Inicio	10:00
Modalidad	Online	Hora Fin	11:00

ASISTENCIA

Nombre	Empresa
UNIBAG	Adela Rogers
Buffalo Waffles SpA	Ángel Añez
Cía. Agropecuaria Copeval S.A.	Bárbara Maureira
Arkavia	Carlos Antonio Cortés
Flamamed	Claudia Batarce
Teatro Municipal de Santiago	Claudia Díaz
PedidosYa	Enrique Del Solar
Team Work	Francisca Melo
MHM Servicios Spa	Francisco Andre Curtis Ortiz
Rentaclima	Francisco Contreras
Deloitte	Gabriela Paredes
Rentokil Initial Chile SpA	Gabriela Villarroel
Aramark	Hugo Henri
CHUBB Seguros Chile S.A.	Ignacio Chehade
Envíame	Isidora Guzmán
LIPIGAS	José Pablo Cáceres

IPLACEX S.A	Juan Carlos Bacarreza
COMERCIAL LIMAX SPA	Julián Aguilar
PRECISION	Manuel Altomonte
San Camilo	Marco Hernández
MAKI360°	María José Acuña
Chilexpress	María Luisa Ahumada
Resolución en Línea	Montserrat Gómez
Coding Chickens Spa	Nicolás Serrano
Coopeuch	Sandra Gonzalez Duran
Skechers Chile Limitada	Sergio Costabal
Coopeuch	Soledad Cassini
NoiseGrasp	Andrés Groisman
NoiseGrasp	Alex Aránguiz Pino
CCS	Cristian Rojas
CCS	George Lever
CCS	Romina Salazar
CCS	Ivonne Yáñez
CCS	Macarena Cifuentes
CCS	Julia Vergara
CCS	María Ignacia Díaz

PROGRAMA DE LA SESIÓN

- ✓ Anuncios Relevantes:
 - Bienvenida a Nuevos Integrantes
 - WhatsApp Comité
 - Cristian Rojas, Gerente de Nuevos Negocios CCS - Proyecto 1Click
- ✓ Invitado: Andrés Groisman - CEO NoiseGrasp

TEMAS TRATADOS

Durante la sesión del Comité de Marketing se dio la bienvenida a nuevos integrantes.

Cristian Rojas presentó el proyecto "One Click", enfocado en abordar la brecha de acceso a la seguridad social en Chile. Señaló que 2,5 millones de personas, principalmente mujeres y jóvenes, no cotizan actualmente. La iniciativa propone una plataforma digital que facilite aportes flexibles y accesibles, además de promover una red de apoyo entre prestadores de servicios y clientes.

Luego, Andrés Groisman, CEO de Noisegraph, expuso sobre Marketing Mix Modeling (MMM), destacando su creciente relevancia para medir el impacto del marketing en el negocio. Subrayó la necesidad de alinear métricas y objetivos estratégicos, advirtiendo que un 33% de los ejecutivos podría reemplazar a CMOs que no lo logren. También mencionó que las nuevas leyes de privacidad han reducido la disponibilidad de datos para los modelos de atribución.

Groisman explicó que los avances en machine learning han acelerado la evolución del MMM. Recomendó comenzar con modelos simplificados y evolucionarlos de manera continua. Indicó que los costos en Latinoamérica oscilan entre 30.000 y 50.000 dólares anuales y que es posible iniciar con la información disponible, incorporando más variables gradualmente

CONSTANCIA

Se deja constancia que no se registraron intervenciones que contravengan la normativa de libre competencia.

Próxima sesión: Diciembre 2025

Luciana Luppi

Secretaria Ejecutiva

Noviembre 2025

Fecha de aprobación

Ivonne Yáñez

Abogada Legislativa CCS