

FESTIVAL CREA 2025: INDUSTRIA CREATIVA CHILENA ANALIZA SUS DESAFÍOS Y SE PROYECTA AL FUTURO



El encuentro reunió a representantes de todo el ecosistema creativo nacional para revisar su aporte, oportunidades y retos, en un escenario donde el sector ya representa el 2,3% del PIB del país, con más de 45 mil empresas y 300 mil empleos directos e indirectos.

Poner en valor a la creatividad como un motor estratégico para el desarrollo económico, social y cultural del país fue el propósito del Festival CREA 2025, organizado recientemente por la Cámara de Empresas Creativas de Chile y que reunió a líderes empresariales, profesionales, autoridades, estudiantes, empresas, organizaciones públicas y actores del ecosistema creativo.

Con más de 45 mil empresas, la industria creativa ha demostrado ser un sector clave para la economía nacional: hoy representa el 2,3% del PIB, genera alrededor de 300 mil empleos directos e indirectos y aporta de manera transversal a ámbitos como la innovación, la transformación digital, la identidad cultural y la competitividad de otros sectores productivos. "En un contexto de cambio tecnológico acelerado y nuevos desafíos globales, la creatividad se consolida como un activo estratégico para el crecimiento sostenible del país", explican desde la Cámara de Empresas Creativas de Chile.

En este escenario, el Festival CREA 2025 convocó a más de mil asistentes y 15 speakers y panelistas, con el apoyo de 16 marcas auspiciadoras, dando vida a una jornada de conversación que reflejó la diversidad, el talento y la fuerza del ecosistema creativo

chileno, incluyendo los desafíos y oportunidades que enfrenta hoy el sector, como la inteligencia artificial, la sostenibilidad y la innovación.

Las miradas

El encuentro contó con la presencia de José Miguel Benavente, vicepresidente ejecutivo de CORFO, y Rosario Navarro, presidenta de Sofofa, quienes aportaron una mirada estratégica sobre el rol de la creatividad, la innovación y la colaboración público-privada como pilares para el desarrollo productivo del país. Sus intervenciones reforzaron la necesidad de integrar a la industria creativa en las políticas de crecimiento, fomento e internacionalización, reconociendo su capacidad para generar valor, empleo y diferenciación competitiva.

Entre los invitados nacionales e internacionales estuvo Erh Ray, fundador, CEO y CCO de BETC Havas Brasil, quien abordó la relación entre inteligencia artificial y creatividad humana, reflexionan-



ALEJANDRA FERRARI
DIRECTORA EJECUTIVA,
CÁMARA DE EMPRESAS
CREATIVAS

"En esta edición quisimos visibilizar cómo las nuevas tecnologías potencian la creatividad humana y la expanden hacia nuevos territorios, impulsando la innovación y transformando los modelos de negocios, con el fin de generar mayor valor para las marcas y que estas se conecten de manera más relevante con las personas".



ESTEBAN CALVO
PRESIDENTE, CÁMARA DE
EMPRESAS CREATIVAS

"Cerramos con un balance muy positivo, reuniendo a más de mil asistentes por primera vez en el Centro Cultural CA660. Reafirmó a la creatividad como un eje clave para el desarrollo económico, social y cultural del país, visibilizando casos como el Modelo Cruzados y celebrando el talento creativo nacional con campañas de alto estándar".

do sobre los desafíos éticos, culturales y estratégicos que implica la adopción de nuevas tecnologías, y destacando la importancia de mantener a las personas y las ideas en el centro de los procesos creativos.

Por su parte, Gustavo Morandé, founder & CEO de Zapping, presentó una mirada sobre el nuevo ecosistema de medios, poniendo énfasis en el rol activo de las audiencias, la fragmentación de los consumos y la necesidad de comprender a los usuarios como agentes que hoy demandan, eligen y mandan.

Además, los espacios de diálogo desarrollados en el evento permitieron contrastar miradas, identificar tendencias y generar conexiones entre distintos actores del sector.

"El Festival CREA 2025 reafirma nuestro compromiso de impulsar espacios de encuentro y articulación que fortalezcan al sector, visibilicen su impacto y consoliden a la creatividad como un eje de transformación, innovación y crecimiento sostenible para Chile. Este propósito se coronó con los Premios CREA, el broche de oro de la noche, donde se reconoció el talento y el aporte de quienes impulsan la industria creativa del país", concluyen desde el gremio.



WOLF BCPP,
Agencia
Independiente
y Agencia del
Año.

PRIMO Content,
Productora
Audiovisual del
Año.

PREMIOS CREA DESTACA A LOS MEJORES CASOS DE CREATIVIDAD DEL AÑO

En su segunda edición, los premios entregados por la Cámara de Empresas Creativas de Chile, buscaron reconocer a la creatividad que impulsa los negocios, las marcas y la sociedad.



DDB, Agencia de
Red del Año.



Nosotras (Essity),
Avisador
del Año.

Celebrar a las ideas que transforman, a los equipos que arriesgan y a la creatividad que impulsa nuevos estándares para el país. Ese fue el objetivo de la segunda edición de los Premios CREA, reconocimiento, liderado por la Cámara de Empresas Creativas de Chile que buscó reafirmar el rol de la creatividad como motor de los negocios, la competitividad y el desarrollo cultural.

Con una participación intersectorial, el premio reunió a diversos actores de la industria de la creatividad: avisadores, agencias de

publicidad, productoras audiovisuales, agencias de relaciones públicas y comunicación integral, agencias de medios, productoras de eventos y medios de comunicación, entre otros. De este modo, el reconocimiento apunta a convocar a distintos sectores, reconociendo e incentivando ideas creativas en múltiples formas y expresiones, entendiendo el valor que cada disciplina aporta al ecosistema de la creatividad, el marketing y las comunicaciones.

"El desafío de los Premios Crea es abrazar la diversidad del mundo de las ideas, integramos todos los

sectores de la creatividad en un modelo colaborativo, moderno e inclusivo. Tras años de reflexión, concluí que las grandes ideas son también aquellas que persiguen grandes ideales", señala el presidente del Círculo de Creatividad y Programas de la Cámara de Empresas Creativas, Leo Farfán.

Los ganadores

La edición 2025 premió un total de 65 metales, correspondientes a 16oros, 24 platas y 25 bronce. A ello se sumaron 5 Grand Prix, reconocimientos entregados a los

casos que no solo destacaron en sus categorías, sino que elevaron el estándar, rompieron límites y redefinieron lo que entendemos por excelencia creativa.

Los Grand Prix fueron para Fala-bella y Primo Content con el caso "Ella", en la categoría Film Craft; para Nosotras (Essity) y DDB Chile con el caso "Me feat. Me", en la categoría Medios; para Dunkin y The Plan con el caso "La p*ta Donut", en la categoría Social e Influencers; para Milo (Nestlé) y Ogilvy con el caso "Raising Billboards", en la categoría Outdoor; y nuevamente para Nosotras (Essity) y DDB Chile con "Me feat. Me", en la categoría Música.

"Reconocer lo mejor de la creatividad local es una gran responsabilidad para la industria y para el país.

Los Premios CREA buscan impulsar la creatividad y consolidarla como un valor cada vez más relevante para los negocios, la cultura y la sociedad", afirma el director de Programas de la Cámara de Empresas Creativas, Santiago Jiménez.

Las empresas creativas del año fueron las grandes protagonistas de la jornada, un reconocimiento que destaca a aquellas organizaciones cuya creatividad consistente, estratégica y relevante las ha posicionado como referentes indiscutidos de la industria. Las distinciones recayeron en Wolf BCPP como Agencia del Año; Nosotras (Essity) como Avisador del Año; DDB Chile como Agencia de Red del Año; Primo Content como Productora Audiovisual del Año; y Wolf BCPP como Agencia Independiente del Año.

Ogilvy



Creatividad que inspira: Ogilvy Chile y Nestlé brillan con un Grand Prix por 'Raising Billboards' para MILO®

Después de un tremendo desempeño en los principales festivales internacionales, Nestlé y Ogilvy Chile se destacaron en los Premios CREA, consolidando una alianza creativa que sigue dando frutos.

La campaña "Raising Billboards", concebida para la icónica marca MILO®, no solo brilló por su ingeniosa propuesta que trascendió los formatos tradicionales del outdoor, sino que culminó un ciclo de reconocimientos con la obtención del codiciado Grand Prix en la categoría Outdoor. Este triunfo es un poderoso testimonio de cómo las ideas disruptivas, cuando se ejecutan con un propósito claro tienen el poder de transformar el entorno publicitario y conectar profundamente con las audiencias.

Además del máximo honor, la campaña ganó un Oro en la categoría Outdoor (Bienes de Consumo), y otro Oro en la categoría Medios (Mejor uso de outdoor y ambient), una clara indicación de cómo la creatividad puede optimizar la presencia de marca en el espacio público de maneras nunca vistas, generando interacción y memorabilidad.

Estos reconocimientos en los Premios CREA no solo catapultó a la campaña, sino que también elevó la reputación de sus creadores al más alto nivel. Ogilvy Chile se ganó un lugar de honor al posicionarse como la 4ª agencia más creativa del 2025, y Nestlé se aseguró el 4º puesto en el top 10 de avisadores del año, demostrando tener una visión clara que apuesta por una creatividad con relevancia cultural y comercial.

Fran Camacho, el Executive Creative Director de Ogilvy Chile, "Este año ha sido maravilloso, con Raising Billboards venimos cosechando premios en los principales festivales, y ello nos ilusiona muchísimo. Estamos felices de ser reconocidos por hacer lo que amamos y orgullosos de poder trabajar para marcas y clientes que apuestan por las ideas y hacen lo que sea para llevarlas adelante, porque sin ellos nada de esto sería posible. También estamos muy agradecidos a por el cariño de toda la industria chilena que demostraron hacia Ogilvy y su gente con sus aplausos, felicitaciones y abrazos sinceros. Es una emoción inmensa llevarnos el Grand Prix, esto significa que Raising Billboards es considerada como lo mejor de lo mejor, una idea que inspira, y que impulsa a la industria hacia adelante. Estos premios son el resultado de mucho trabajo en conjunto y nos indican que vamos por el camino correcto, pero sabemos que podemos ir más lejos y ya estamos enfocados en lo que viene. Tenemos las ideas, las ganas, los clientes y el equipo que necesitamos para que nuestra agencia y las marcas que construimos, sean cada día más creativas y efectivas."

Andrés Ducasse, Gerente Marketing de MILO® & Nesquik ofreció una mirada estratégica a la campaña desde la perspectiva más íntima de la marca. "Para MILO®, este reconocimiento en los Premios CREA es mucho más que un premio: es la validación de una idea que conecta con nuestra esencia y propósito. Con la campaña Raising Billboards quisimos desafiar la lógica tradicional de la publicidad deportiva, mostrando no solo a los atletas consagrados, sino también a los niños que alguna vez soñaron con llegar lejos. Este diálogo entre el presente y el pasado refleja el compromiso de MILO® con inspirar a las nuevas generaciones a creer en sí mismas y en el poder del deporte. Ganar en CREA confirma que la creatividad con propósito genera impacto real: más momentos de consumo, mayor relevancia cultural y un vínculo emocional que trasciende. Porque en MILO® sabemos que cuando crees en ti, te haces grande. MILO® te hace grande"

¿De qué se trata Raising Billboards?

A principios de este año, Ogilvy Chile y MILO® irrumpieron en la vía pública de Santiago y lograron que grandes marcas se



conecten de manera espontánea, redefiniendo el significado del co-branding

Habitualmente vemos en la calle carteles de grandes marcas deportivas con reconocidos deportistas, mostrando lo lejos que ellos han llegado, pero no suelen ilustrar cómo empezaron. A través de una gigantesca implementación en vía pública, Raising Billboards desafió esa lógica colgando, junto a esos carteles, a los mismos atletas, pero cuando eran solo niños soñando con ser grandes, creando una campaña única a partir de ese diálogo entre el deportista consagrado y el niño que alguna vez fue.

Malu Donaire, Chief Creative Officer de Ogilvy Latina Sur, explicó: "Raising Billboards vino a contar la historia que aún no fue contada sobre esos deportistas. Instalamos imponentes carteles para sumarnos, en este caso, al mensaje de Nike, de manera que conviviera la niñez y la consagración. Logramos que fluya entre

los carteles un diálogo entre el ayer y el hoy. Lo más potente y desafiante de esta idea fue conseguir una colaboración orgánica entre dos grandes marcas, que no tienen un acuerdo comercial, sino que están conectados, ni más ni menos, que por una misma misión, celebrar los valores del deporte".

Fran Camacho, Executive Creative Director de Ogilvy Chile, agregó: "MILO® es una marca muy valorada en Chile que ha marcado la infancia de todos, así como ha estado presente en el comienzo de muchos de los grandes del deporte, entregándoles energía para crecer. Leyendas que hoy son embajadores de marcas internacionales, alguna vez fueron solo niños con la ilusión de triunfar. Por eso, creamos esta campaña para MILO® en la que damos un mensaje único y potente:

para alcanzar la gloria, hay que alimentar ese sueño desde niños con lo que nos hace bien. Y para darle vida a "Raising Billboards" pensamos en jóvenes consagrados del atletismo como lo son Martina Weil, Bárbara Cousiño y Santiago Ford"

Raising Billboards fue un éxito rotundo logrando más de 28 millones de visualizaciones en OOH y Social Media, una gran cobertura en medios nacionales e internacionales, y un impacto real de negocio con un aumento de las ventas en un 23,5%

No te gastes todo en un pasaje

La agencia también obtuvo otro importante galardón, un Bronce en la categoría Print y Publicaciones. Este reconocimiento fue por su ingeniosa campaña "No te gastes todo en el pasaje", desarrollada para Sky Airline, evidenciando la capacidad de Ogilvy para innovar en distintas plataformas y para una diversidad de clientes.

FESTIVAL CREA: INNOVACIÓN, INDUSTRIA Y DESARROLLO PARA CHILE



Rodrigo Sahr, Francisco Führer, Michelle Thomas, Juan Tagle.

Más de mil asistentes y 15 speakers y panelistas nacionales e internacionales participaron en el Festival CREA 2025, el principal encuentro de las industrias creativas de Chile, que este año se desarrolló por primera vez en el Centro Cultural CA660.



Rodrigo Espinosa, Claudia de la Cerda, Carlos Parker y Jorge Jarpa.



Raúl Menjibar, Alejandra Ferrari y José Miguel Benavente.



Francisco Grancelli, Esteban Calvo y Mariano Filarent.



Pancho González, Nicole Keller y Max Campino.

The all-new PALISADE Híbrido.

La grandeza toma una nueva forma.

