

# INVERSIÓN DIGITAL

*ABRIL 2025*

REAL SOCIOS AAM

**AAM** | Asociación Chilena de Agencias de Medios, sustentando su promesa de transparentar y entregar información de valor para la industria del marketing y las comunicaciones comerciales, **desarrolla el primer Informe mensual en Chile de la Inversión Publicitaria Digital el año 2016.**

La información corresponde a **cifras nominales de Inversión Digital** que realizan los Asociados de AAM, cuya participación **los convierte en actores relevantes dentro de la publicidad online de Chile.**

#### CONTENIDO

- Inversión Digital 2019 – 2024
- SOI Digital
- Estacionalidad Digital
- SOI Digital por tipo de compra: Programmatic y Directa
- SOI Digital por canal: Social, Display, Video, Audio, Search, Email y Contenido
- SOI Digital año móvil

Observación: En respuesta a la tendencia Digital, en el mes de agosto 2019 se incorpora AUDIO como nuevo Canal de Compra. Se reprocesó desde enero 2019.

Propiedad intelectual de AAM. Para su uso en publicaciones se requiere indicar fuente: AAM | Asociación Chilena de Agencias de Medios.

# METODOLOGÍA

1. Este reporte está compuesto por indicadores validados por AAM, a partir de información proporcionada por las Agencias de Medios Asociadas.
2. Considerando el aspecto de confidencialidad que requiere esta actividad, se contrató a una empresa externa, para realizar un software que permite un manejo de cifras encriptadas.
3. El informe contempla **2 reprocesos de las inversiones en el año, junio y diciembre.**
4. Los valores proporcionados son en cifras nominales y corresponden a la Inversión real de los Asociados, **no proyectada.**
5. Las cifras expresadas son en valores netos, no incluyen comisión agencia, ni IVA y corresponden al cierre de mes calendario.

\* **Se realizó reproceso excepcional en periodo enero-abril 2025.**

## CANALES DE COMPRA

**Display:** Publicidad de formatos gráficos. (Incluye banner, multiformato Google ads).

**Social:** Publicidad incluida dentro de plataformas sociales. (Facebook, Instagram, Twitter, Likedin, Snapchat).

**Search/SEM:** Anuncios de búsqueda pagada (Google search, Bing, etc.).

**Contenido:** Proyectos de contenido en medios digitales, incluyendo publi-reportajes.

**Mail:** Campañas de e-mailing pagadas.

**Audio:** Anuncios en formato Audio (ej: Spotify, radios online).

**Video:** Anuncios basados en un contenido de reproducción audiovisual (no incluye videos en RRSS).

## COMPRA

### PROGRAMMATICS

Segmentando por “**tipo de compra, video-audio-display**”, NO por tipo de tecnología utilizada, es decir todo lo que pase por trading desk.

# RESUMEN INVERSIÓN DIGITAL ABRIL 2025

INVERSIÓN REAL SOCIOS AAM | CIFRAS NOMINALES

## ABRIL 2025.

Para el mes de abril 2025 nuestras Agencias de Medios Asociadas reportan una inversión de **\$23.737MM**, con una variación positiva de **0,6%** vs. igual mes 2024, y un **SOI de 47% vs. 47,2%** del 2024, equivalente a -0,2 puntos porcentuales.

Para el periodo ACUMULADO enero-abril 2025 la inversión fue de **\$95.614MM**, con **2,8%** de variación vs. igual periodo 2024.

## DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE COMPRA.\_

### ABRIL 2025\_

Compra Directa 86%

Programática 14%

## DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE CANAL – ABRIL 2025

	SOCIAL	SEARCH	DISPLAY	VIDEO	CONTENIDO	AUDIO
COMPRA DIRECTA	40,3%	27,3%	17,5%	7,4%	7,3%	0,2%
	VIDEO		DISPLAY		AUDIO	
COMPRA PROGRAMÁTICA	56,5%		40,6%		2,9%	

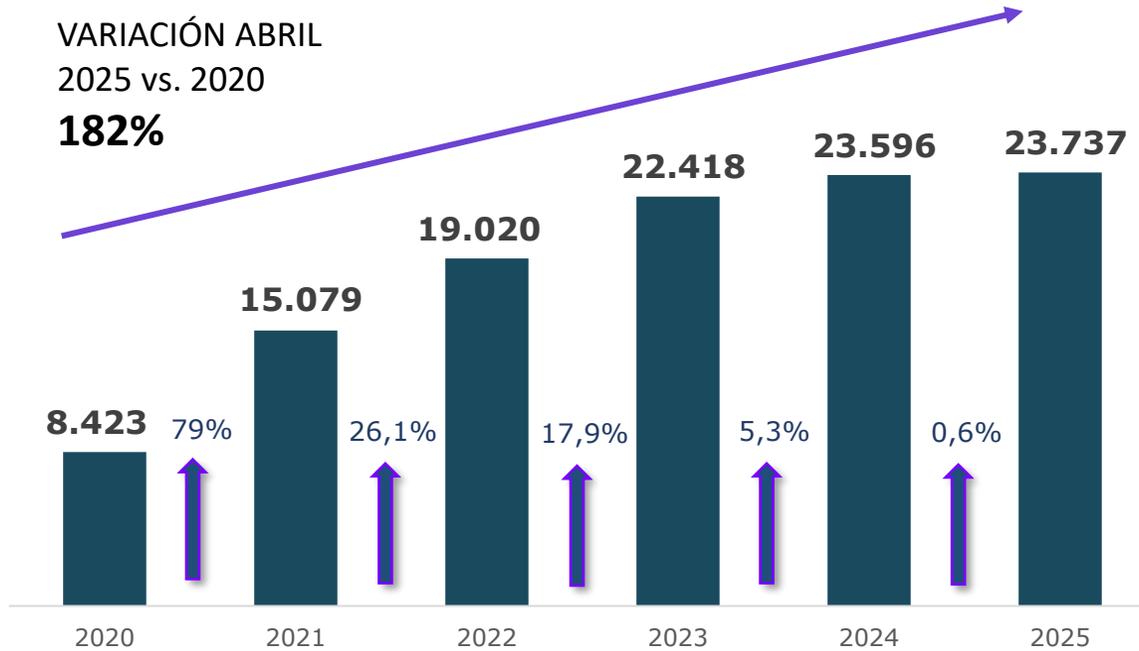
# INVERSIÓN DIGITAL SOCIOS AAM | ABRIL 2025

2019 A 2024 EN MM\$ - CIFRAS NOMINALES

VARIACIÓN ABRIL

2025 vs. 2020

**182%**

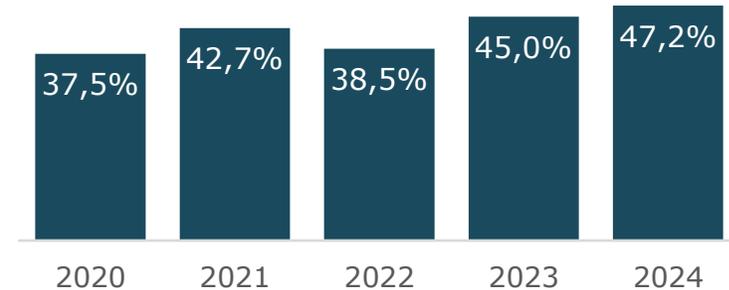


Inversión |  
ABRIL 2025  
**\$23.737MM**

%Var | ABRIL  
2025 vs. 2024  
**+0,6%**



SOI DIGITAL ABRIL HISTÓRICO

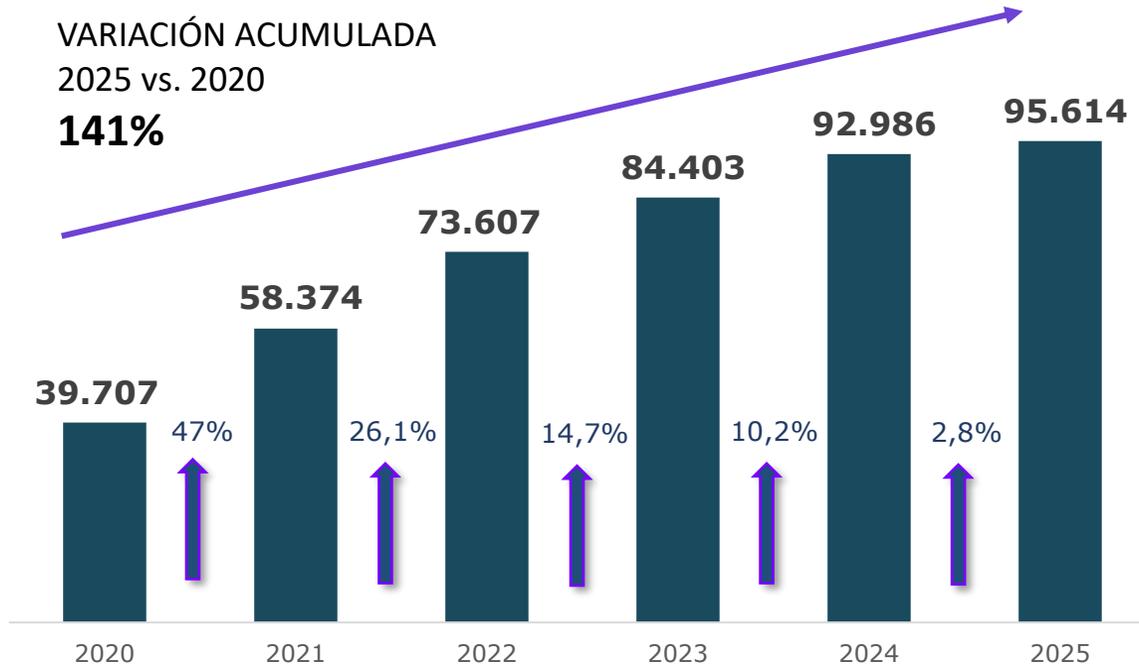


# INVERSIÓN DIGITAL SOCIOS AAM | ACUMULADO 2025

2019 A 2024 EN MM\$ - CIFRAS NOMINALES

VARIACIÓN ACUMULADA  
2025 vs. 2020

**141%**

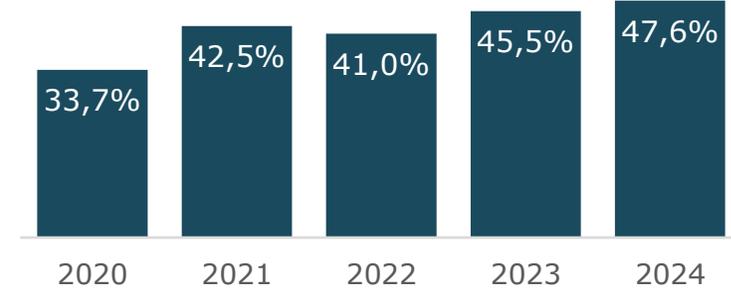


Inversión |  
ACUM 2025  
**\$95.614MM**

%Var | ACUM  
2025 vs. 2024  
**+2,8%**

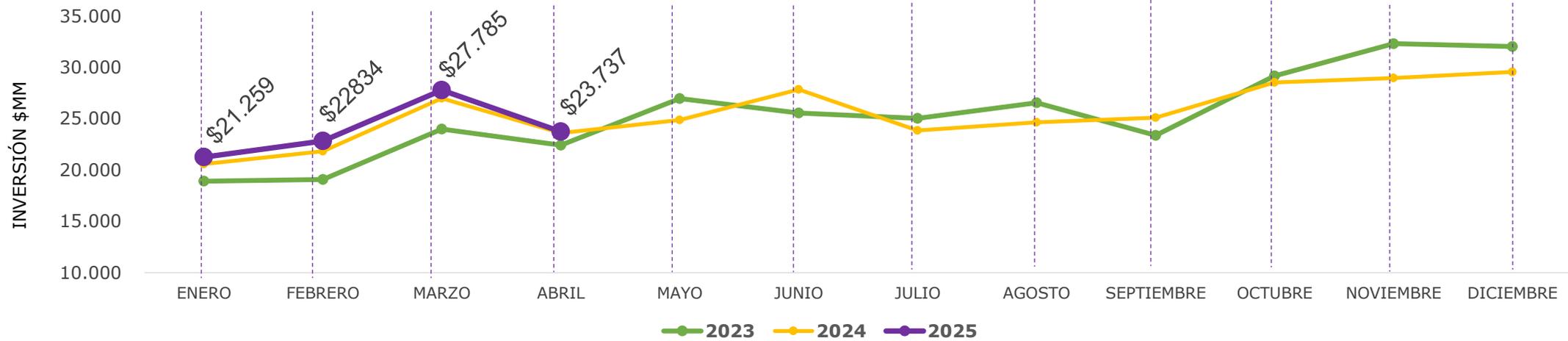


SOI DIGITAL ACUMULADA HISTÓRICO



# ESTACIONALIDAD DIGITAL SOCIOS AAM | ABRIL 2025

AÑO 2020-2021-2022-2023-2024-2025 | MM\$ CIFRAS NOMINALES



MM\$	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL ACUM.
2020	9.694	11.502	10.086	8.423	10.098	11.729	11.404	14.744	15.537	17.424	20.946	23.319	164.907
2021	11.930	14.362	17.002	15.079	17.808	18.998	18.174	20.054	20.228	23.838	26.547	31.738	235.759
Var. 2021 vs. 2020	<b>23,1%</b>	<b>24,9%</b>	<b>68,6%</b>	<b>79,0%</b>	<b>76,4%</b>	<b>62,0%</b>	<b>59,4%</b>	<b>36,0%</b>	<b>30,2%</b>	<b>36,8%</b>	<b>26,7%</b>	<b>36,1%</b>	<b>43,0%</b>
2022	16.595	16.866	21.126	19.020	23.644	21.912	20.352	22.087	20.719	25.175	25.611	31.173	264.280
Var. 2022 vs. 2021	<b>39,1%</b>	<b>17,4%</b>	<b>24,3%</b>	<b>26,1%</b>	<b>32,8%</b>	<b>15,3%</b>	<b>12,0%</b>	<b>10,1%</b>	<b>2,4%</b>	<b>5,6%</b>	<b>-3,5%</b>	<b>-1,8%</b>	<b>12,1%</b>
2023	18.914	19.088	23.983	22.418	26.972	25.555	25.041	26.557	23.377	29.163	32.313	32.027	305.409
Var. 2023 vs. 2022	<b>14,0%</b>	<b>13,2%</b>	<b>13,5%</b>	<b>17,9%</b>	<b>14,1%</b>	<b>16,6%</b>	<b>23,0%</b>	<b>20,2%</b>	<b>12,8%</b>	<b>15,8%</b>	<b>26,2%</b>	<b>2,7%</b>	<b>15,6%</b>
2024	20.586	21.821	26.983	23.596	24.876	27.840	23.854	24.641	25.098	28.530	28.961	29.562	306.348
Var. 2024 vs. 2023	<b>8,8%</b>	<b>14,3%</b>	<b>12,5%</b>	<b>5,3%</b>	<b>-7,8%</b>	<b>8,9%</b>	<b>-4,7%</b>	<b>-7,2%</b>	<b>7,4%</b>	<b>-2,2%</b>	<b>-10,4%</b>	<b>-7,7%</b>	<b>0,3%</b>
2025	21.259	22.834	27.785	23.737									95.614
SHARE	22%	24%	29%	25%									
Var. 2025 vs. 2024	<b>3,3%</b>	<b>4,6%</b>	<b>3,0%</b>	<b>0,6%</b>									

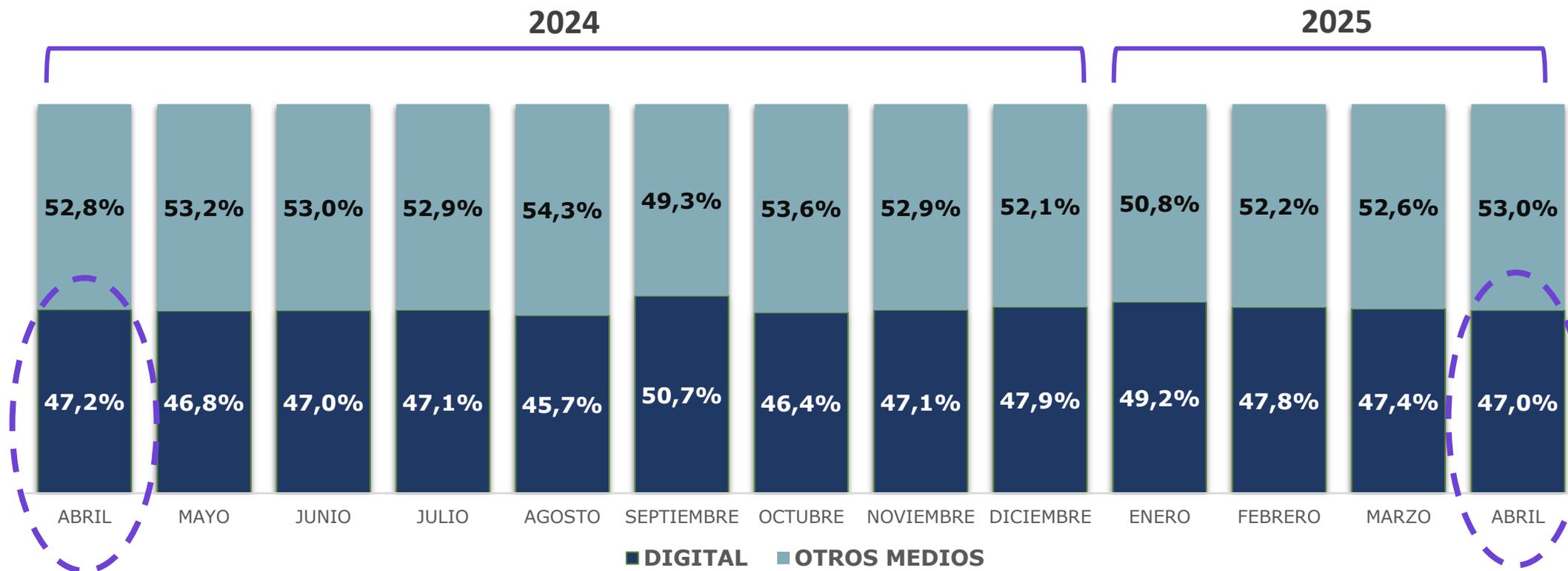
# VARIACIÓN MENSUAL SOCIOS AAM | ABRIL 2025

AÑO 2020-2021-2022-2023-2024-2025 | MM\$ CIFRAS NOMINALES

MES	INV. 2020	INV. 2021	Var 2021-2020	INV. 2022	Var 2022-2021	INV. 2023	Var 2023-2022	INV. 2024	Var 2024-2023	INV. 2025	Var 2025-2024
ENERO	9.694	11.930	23,1%	16.595	39,1%	18.914	14,0%	20.586	8,8%	21.259	3,3%
FEBRERO	11.502	14.362	24,9%	16.866	17,4%	19.088	13,2%	21.821	14,3%	22.834	4,6%
MARZO	10.086	17.002	68,6%	21.126	24,3%	23.983	13,5%	26.983	12,5%	27.785	3,0%
ABRIL	8.423	15.079	79,0%	19.020	26,1%	22.418	17,9%	23.596	5,3%	23.737	0,6%
MAYO	10.098	17.808	76,4%	23.644	32,8%	26.972	14,1%	24.876	-7,8%		
JUNIO	11.729	18.998	62,0%	21.912	15,3%	25.555	16,6%	27.840	8,9%		
JULIO	11.404	18.174	59,4%	20.352	12,0%	25.041	23,0%	23.854	-4,7%		
AGOSTO	14.744	20.054	36,0%	22.087	10,1%	26.557	20,2%	24.641	-7,2%		
SEPTIEMBRE	15.537	20.228	30,2%	20.719	2,4%	23.377	12,8%	25.098	7,4%		
OCTUBRE	17.424	23.838	36,8%	25.175	5,6%	29.163	15,8%	28.530	-2,2%		
NOVIEMBRE	20.946	26.547	26,7%	25.611	-3,5%	32.313	26,2%	28.961	-10,4%		
DICIEMBRE	23.319	31.738	36,1%	31.173	-1,8%	32.027	2,7%	29.562	-7,7%		
<b>TOTAL</b>	<b>164.907</b>	<b>235.759</b>	<b>43,0%</b>	<b>264.280</b>	<b>12,1%</b>	<b>305.409</b>	<b>15,6%</b>	<b>306.348</b>	<b>0,3%</b>	<b>95.614</b>	

# SOI DIGITAL AÑO MÓVIL INVERSIÓN SOCIOS AAM

ABRIL 2024 A ABRIL 2025



VARIACIÓN SOI ABRIL: **-0,2 puntos** porcentuales vs. 2024

# TIPO DE COMPRA CANALES DE COMPRA

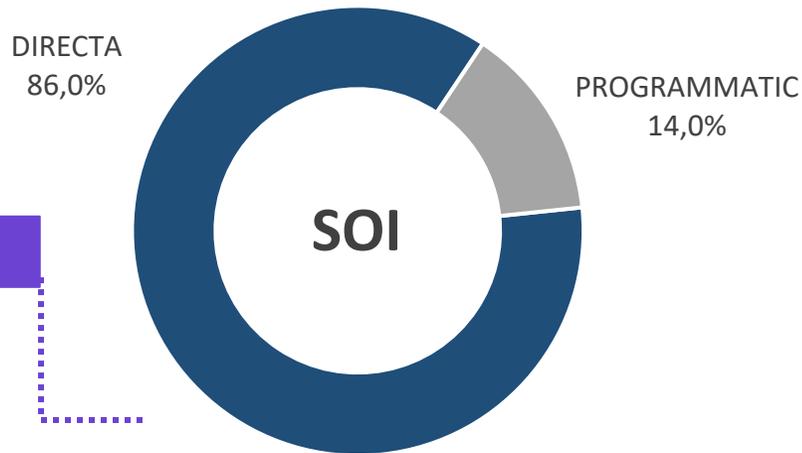
**ABRIL 2025**

INVERSIÓN REAL SOCIOS AAM

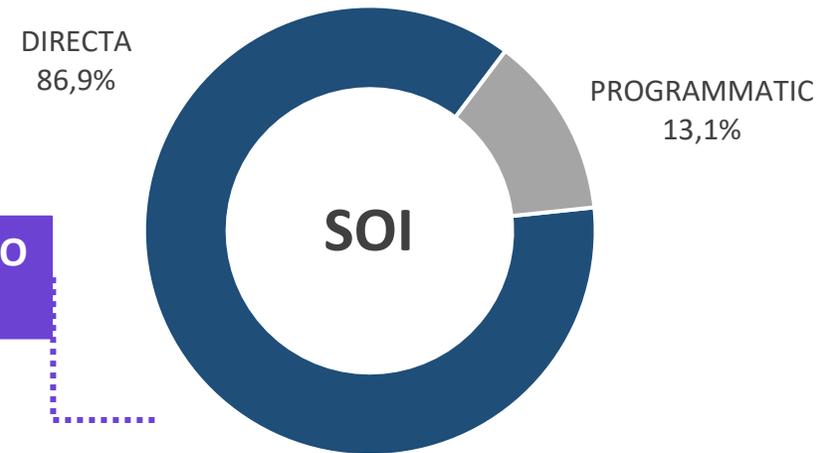
# SOI DIGITAL - TIPO DE COMPRA | ABRIL / ACUMULADO

SHARE SOCIOS AAM 2020-2021-2022-2023-2024-2025

ABRIL 2025

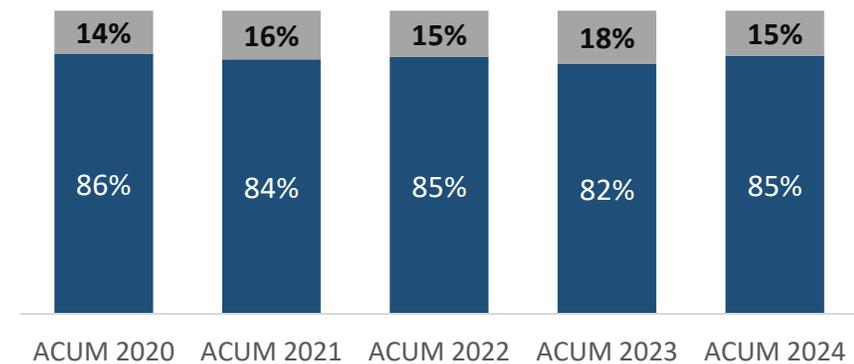
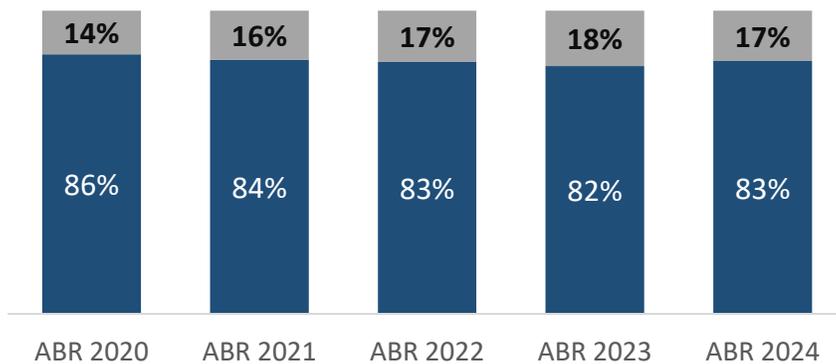


ACUMULADO 2025



■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC

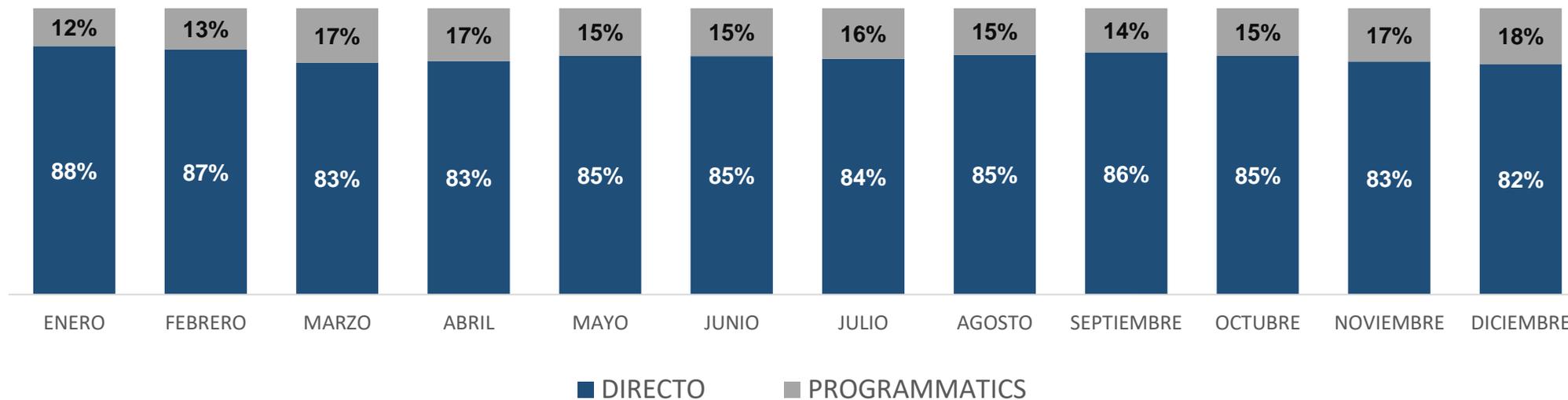
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



# ESTACIONALIDAD SOI TIPO DE COMPRA | ABRIL 2025

2024 – 2025 | SOCIOS AAM

SOI 2024

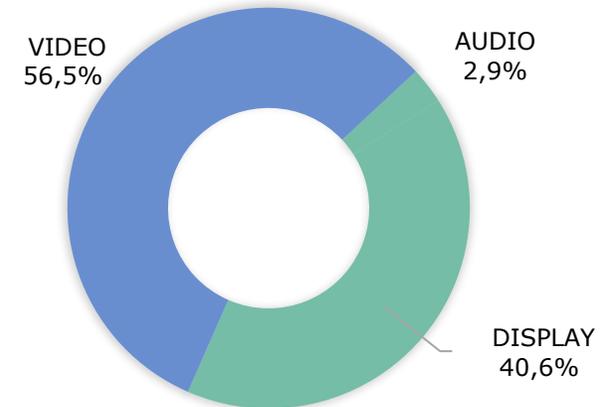
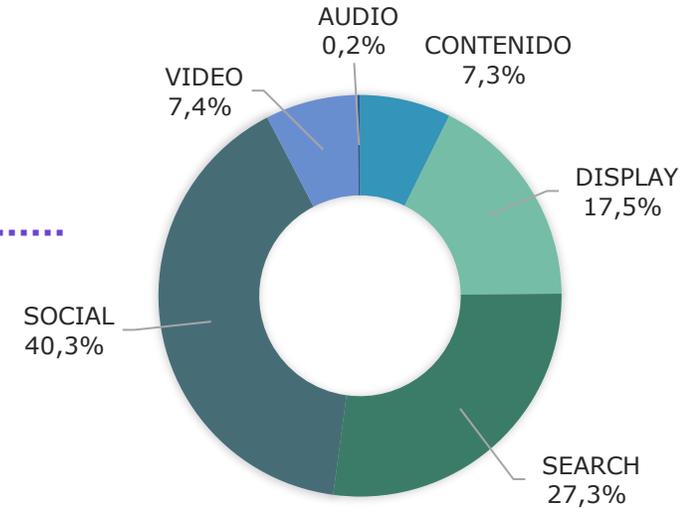
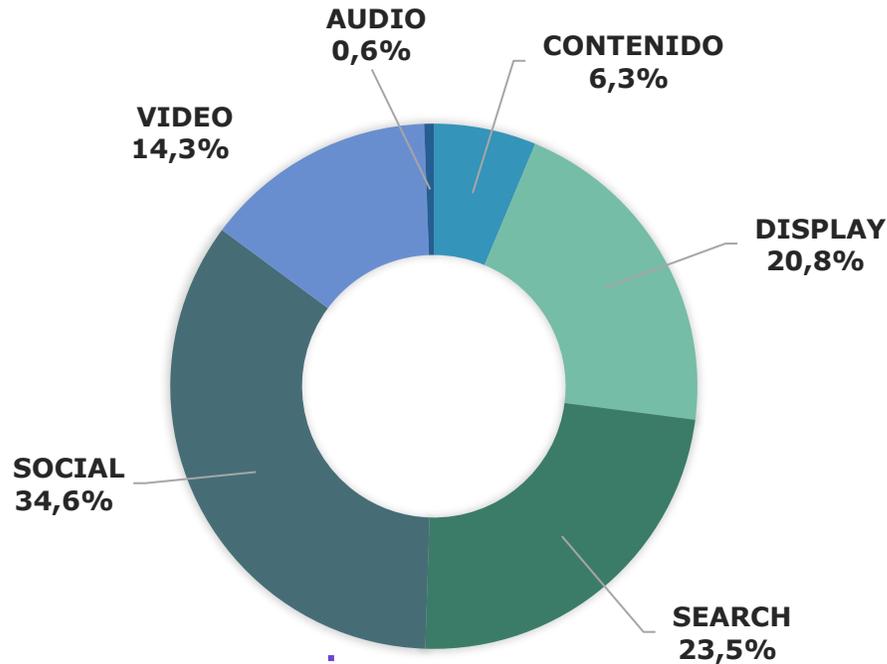


SOI 2025



# SOI DIGITAL POR CANAL Y COMPRA | ABRIL 2025

REAL SOCIOS AAM

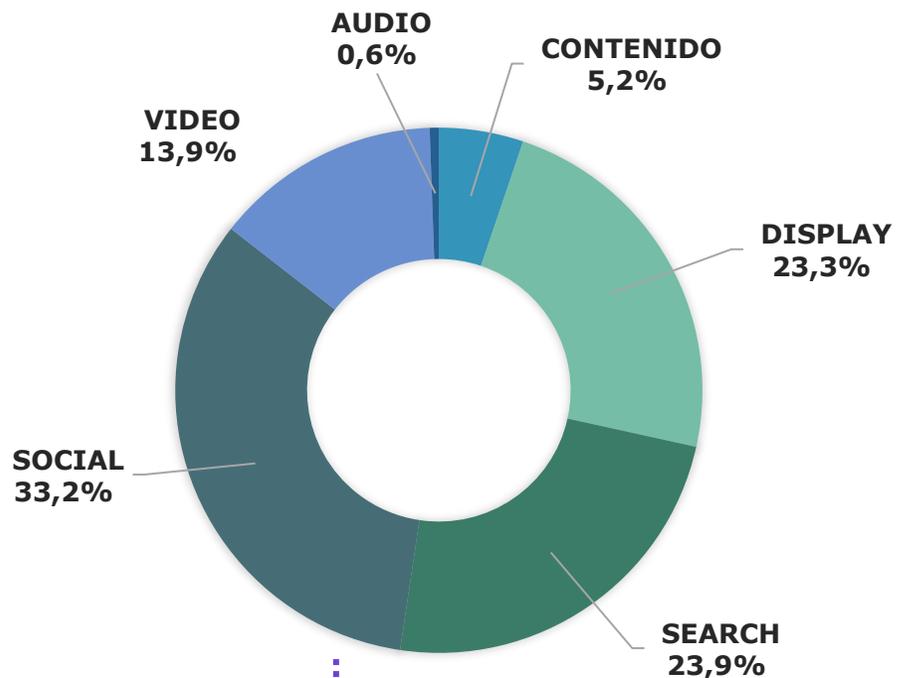


SOI POR  
CANAL  
ABRIL 2025

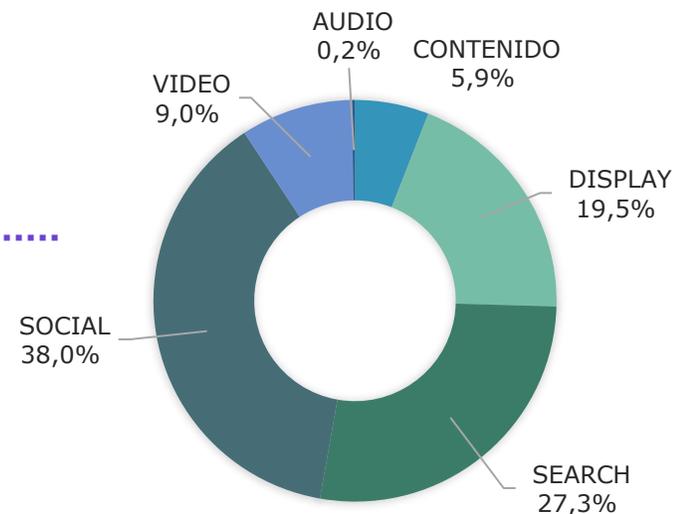
SOI POR TIPO DE  
COMPRA Y CANAL  
ABRIL 2025

# SOI DIGITAL POR CANAL Y COMPRA | ACUMULADO 2025

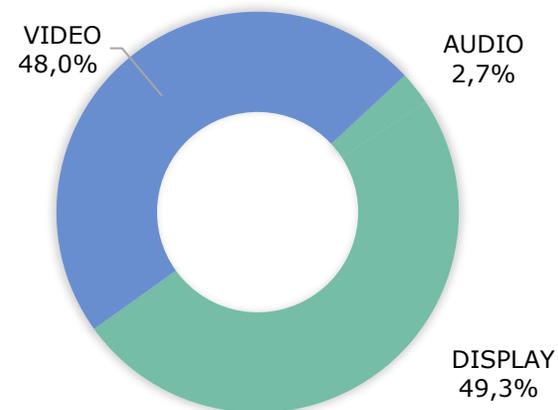
REAL SOCIOS AAM



**SOI POR CANAL**  
ACUMULADO 2025



**DIRECTA**



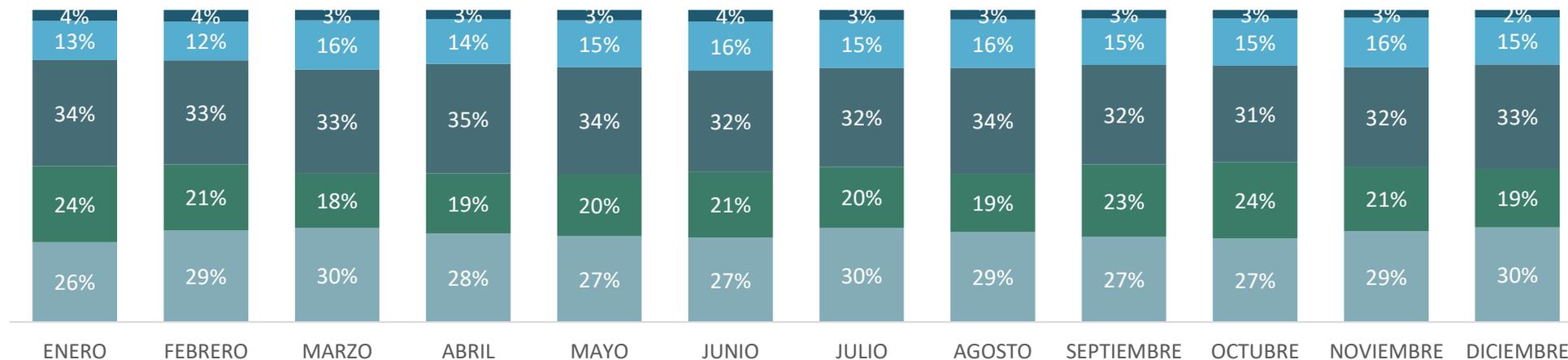
**PROGRAMMATIC**

**SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL**  
ACUMULADO 2025

# ESTACIONALIDAD HISTÓRICA TOTAL TIPO DE CANAL

## SOCIOS AAM AÑO 2024 –2025

SOI 2024



SOI 2025



- OTROS
- VIDEO
- SOCIAL
- SEARCH
- DISPLAY



ASOCIACIÓN  
AGENCIAS  
DE MEDIOS

**dentsu**

group<sup>m</sup>

**HAVAS**

**MEDIABRANDS**

**OMG**  
OmnicomMediaGroup

  
**PUBLICIS  
MEDIA**