

# INVERSIÓN DIGITAL

REAL SOCIOS AAM

1<sup>er</sup> SEMESTRE 2023



**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 2018 – 2023
- 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.

## CANALES DE COMPRA

**Display:** Publicidad de formatos gráficos. (Incluye banner y Gmail).

**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 PROGRAMMATIC

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

**Digital JUNIO 2023.** La inversión reportada por nuestras Agencias de Medios Socias registró una variación de **5,4%** vs. igual mes 2022, con un **SOI de 44,8% vs. 44,6%** del 2022, equivalente a +0,2 puntos porcentuales.

**1º SEMESTRE 2023.** La inversión del periodo acumulado cerró con una variación de **3,8%** vs. igual periodo 2022, con un SOI de 44,8% vs. 42,2%.

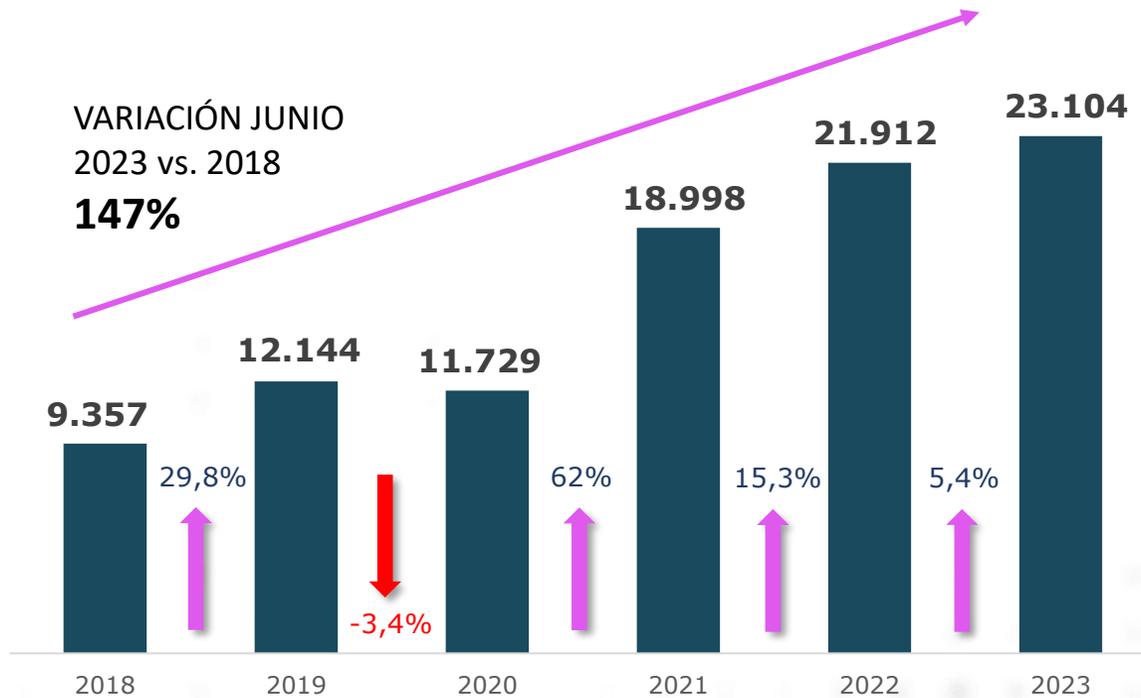
**La distribución por tipo de compra fue la siguiente:**

JUNIO\_Compra Directa 80,1% - Programática 19,9%

1ºSEMESTRE\_Compra Directa 81,8% - Programática 18,2%

## SOI POR TIPO DE CANAL – JUNIO 2023

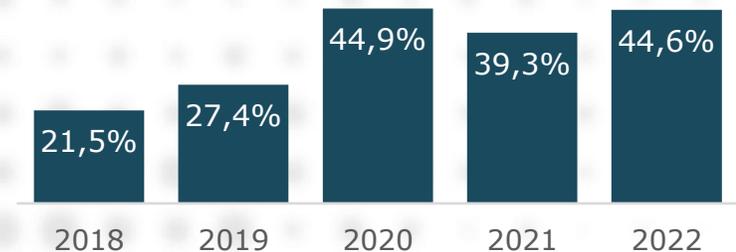
	SOCIAL	SEARCH	DISPLAY	VIDEO	CONTENIDO	AUDIO	EMAIL
COMPRA DIRECTA	38,2%	23,2%	20,4%	10,4%	7,1%	0,5%	0,1
	VIDEO		DISPLAY		AUDIO		
COMPRA PROGRAMÁTICA	56%		44%		0,02%		

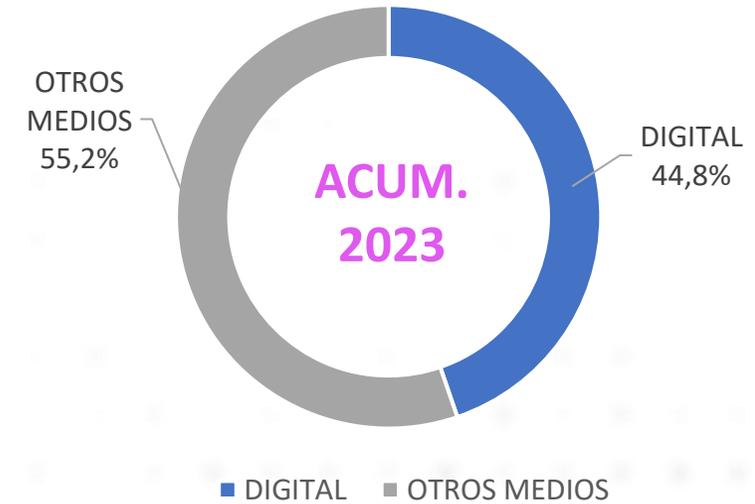
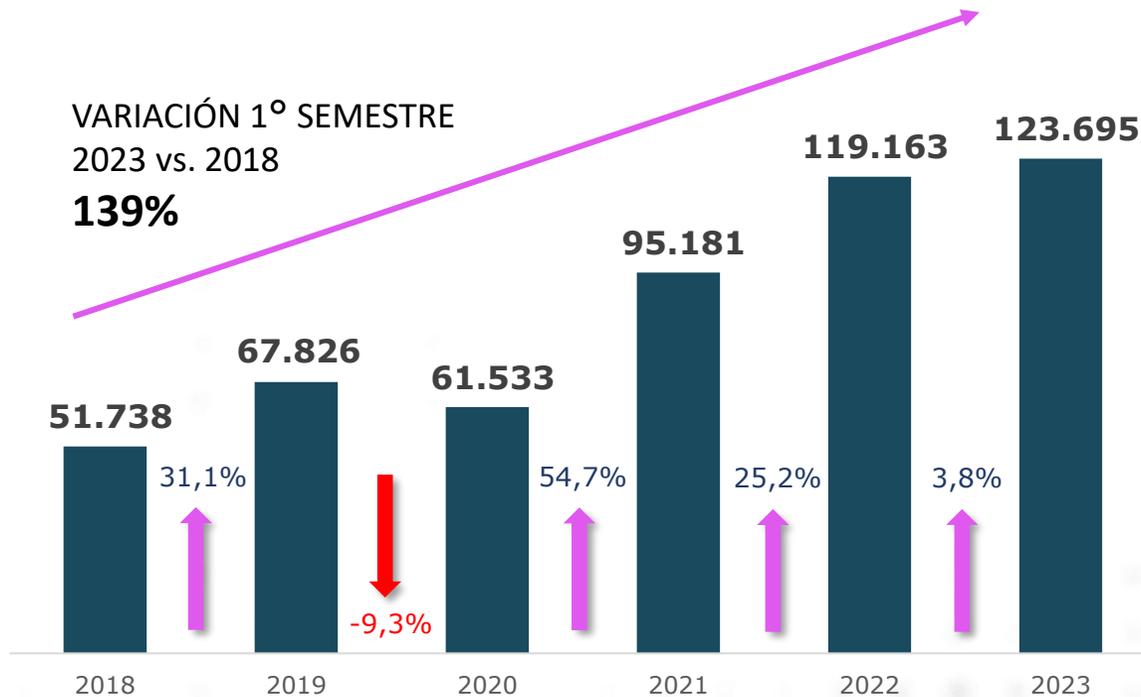


**Inversión | JUNIO 2023**  
**\$23.104MM**

**%Var | JUN 2023 vs. 2022**  
**5,4%**

**SOI DIGITAL JUNIO HISTÓRICO**

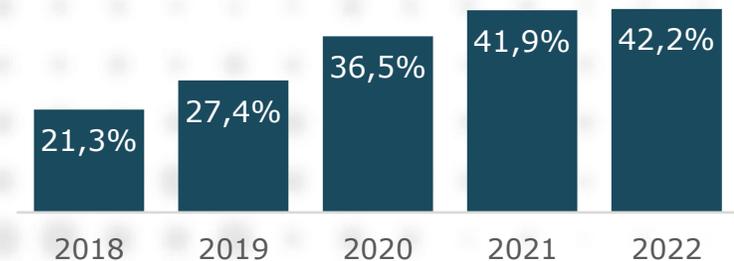




Inversión |  
ACUM 2023  
**\$123.695**  
MM

%Var | ACUM  
2023 vs. 2022  
**3,8%**

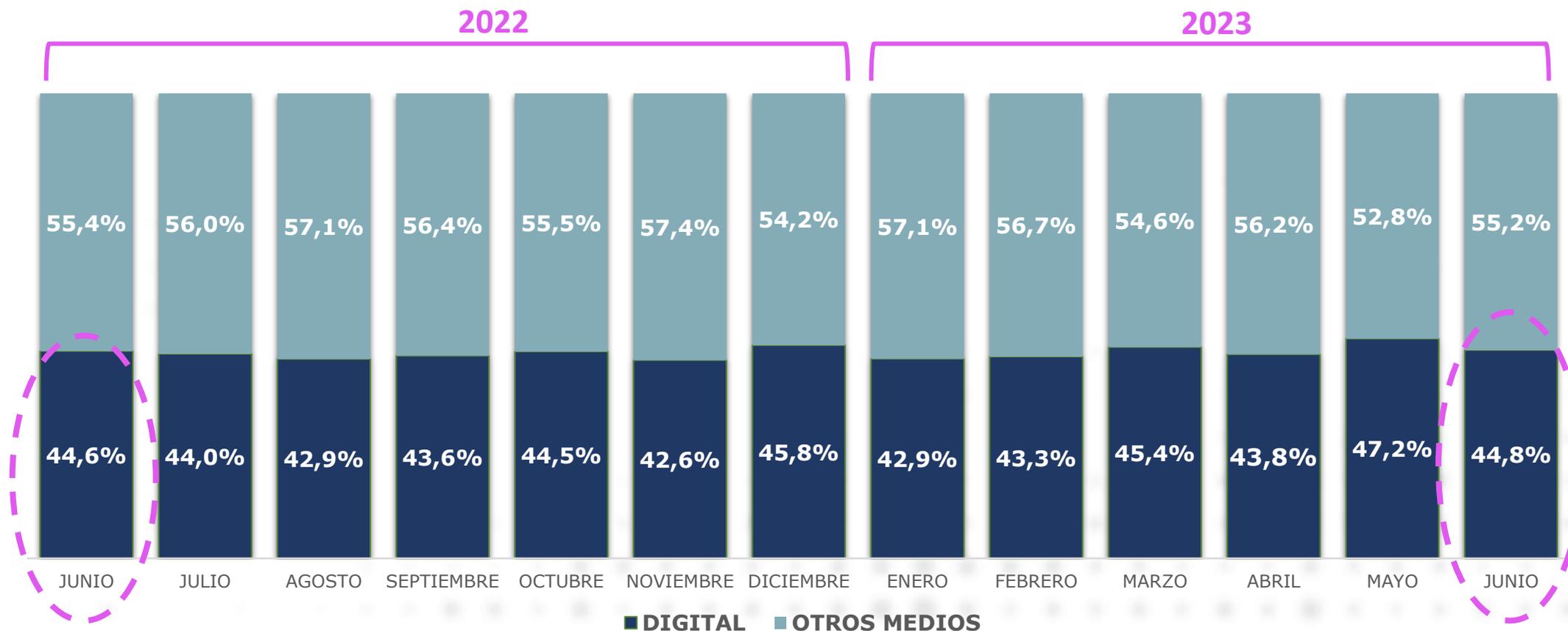
SOI DIGITAL ACUM. HISTÓRICO





MM\$	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL ACUM.
2018	6.536	7.144	9.436	8.651	10.614	9.357	9.990	10.506	9.053	11.454	13.972	12.950	119.663
2019	9.349	9.689	11.702	11.432	13.510	12.144	11.187	12.882	11.146	10.215	8.266	16.107	137.630
Var. 2019 vs. 2018	<b>43,0%</b>	<b>35,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>32,1%</b>	<b>27,3%</b>	<b>29,8%</b>	<b>12,0%</b>	<b>22,6%</b>	<b>23,1%</b>	<b>-10,8%</b>	<b>-40,8%</b>	<b>24,4%</b>	<b>15,0%</b>
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
Var. 2020 vs. 2019	<b>3,7%</b>	<b>18,7%</b>	<b>-13,8%</b>	<b>-26,3%</b>	<b>-25,3%</b>	<b>-3,4%</b>	<b>1,9%</b>	<b>14,5%</b>	<b>39,4%</b>	<b>70,6%</b>	<b>153,4%</b>	<b>44,8%</b>	<b>19,8%</b>
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	16.228	16.666	21.913	20.391	25.392	23.104	-	-	-	-	-	-	123.695
SHARE	13%	13%	18%	16%	21%	19%							
Var. 2023 vs. 2022	<b>-2,2%</b>	<b>-1,2%</b>	<b>3,7%</b>	<b>7,2%</b>	<b>7,4%</b>	<b>5,4%</b>							

MES	INV. 2018	INV. 2019	Var 2019-2018	INV. 2020	Var 2020-2019	INV. 2021	Var 2021-2020	INV. 2022	Var 2022-2021	INV. 2023	Var 2023-2022
ENERO	6.536	9.349	43,0%	9.694	3,7%	11.930	23,1%	16.595	39,1%	16.228	-2,2%
FEBRERO	7.144	9.689	35,6%	11.502	18,7%	14.362	24,9%	16.866	17,4%	16.666	-1,2%
MARZO	9.436	11.702	24,0%	10.086	-13,8%	17.002	68,6%	21.126	24,3%	21.913	3,7%
ABRIL	8.651	11.432	32,1%	8.423	-26,3%	15.079	79,0%	19.020	26,1%	20.391	7,2%
MAYO	10.614	13.510	27,3%	10.098	-25,3%	17.808	76,4%	23.644	32,8%	25.392	7,4%
JUNIO	9.357	12.144	29,8%	11.729	-3,4%	18.998	62,0%	21.912	15,3%	23.104	5,4%
JULIO	9.990	11.187	12,0%	11.404	1,9%	18.174	59,4%	20.352	12,0%		
AGOSTO	10.506	12.882	22,6%	14.744	14,5%	20.054	36,0%	22.087	10,1%		
SEPTIEMBRE	9.053	11.146	23,1%	15.537	39,4%	20.228	30,2%	20.719	2,4%		
OCTUBRE	11.454	10.215	-10,8%	17.424	70,6%	23.838	36,8%	25.175	5,6%		
NOVIEMBRE	13.972	8.266	-40,8%	20.946	153,4%	26.547	26,7%	25.611	-3,5%		
DICIEMBRE	12.950	16.107	24,4%	23.319	44,8%	31.738	36,1%	31.173	-1,8%		
<b>TOTAL</b>	<b>119.663</b>	<b>137.630</b>	<b>15,0%</b>	<b>164.907</b>	<b>19,8%</b>	<b>235.759</b>	<b>43,0%</b>	<b>264.280</b>	<b>12,1%</b>	<b>123.695</b>	

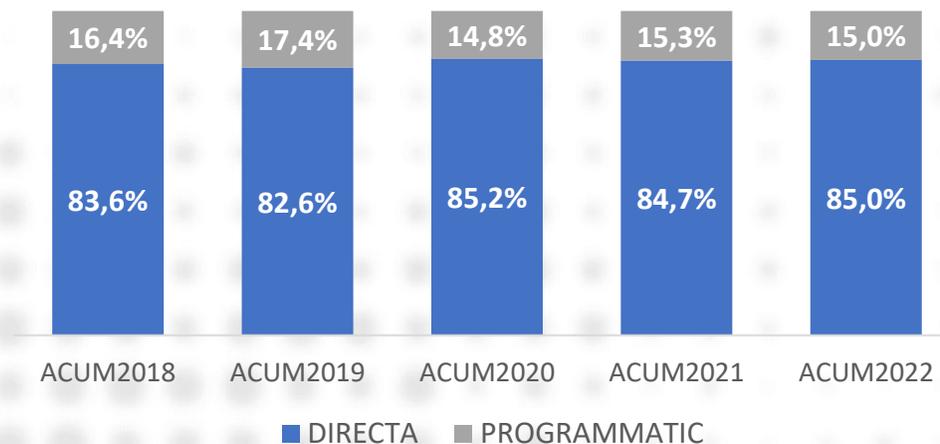
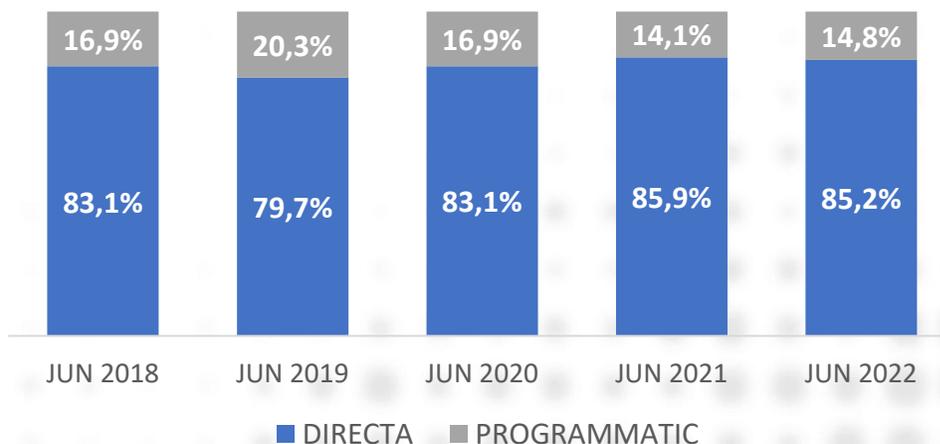
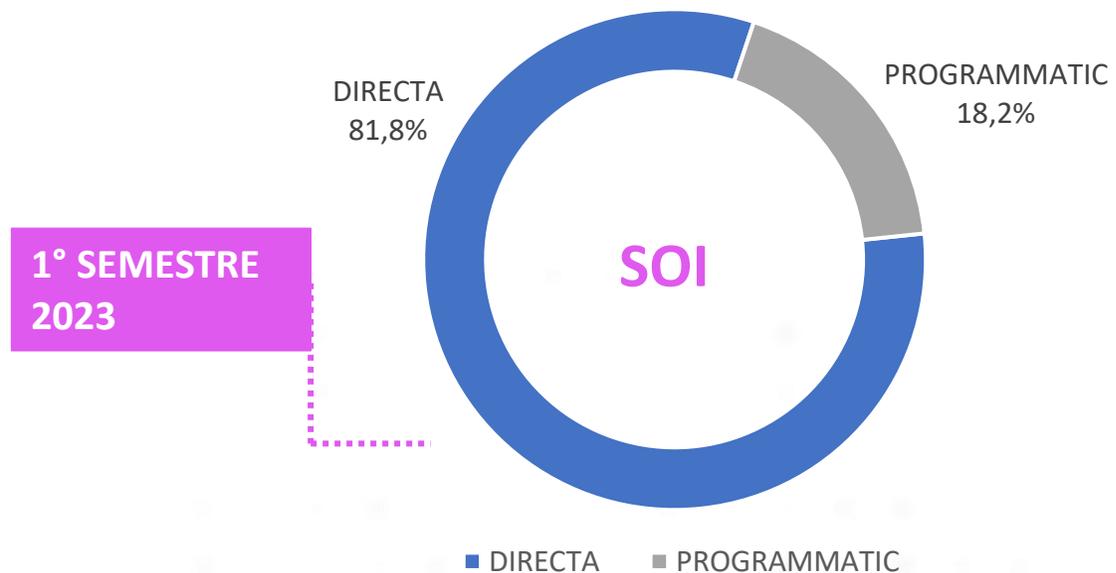
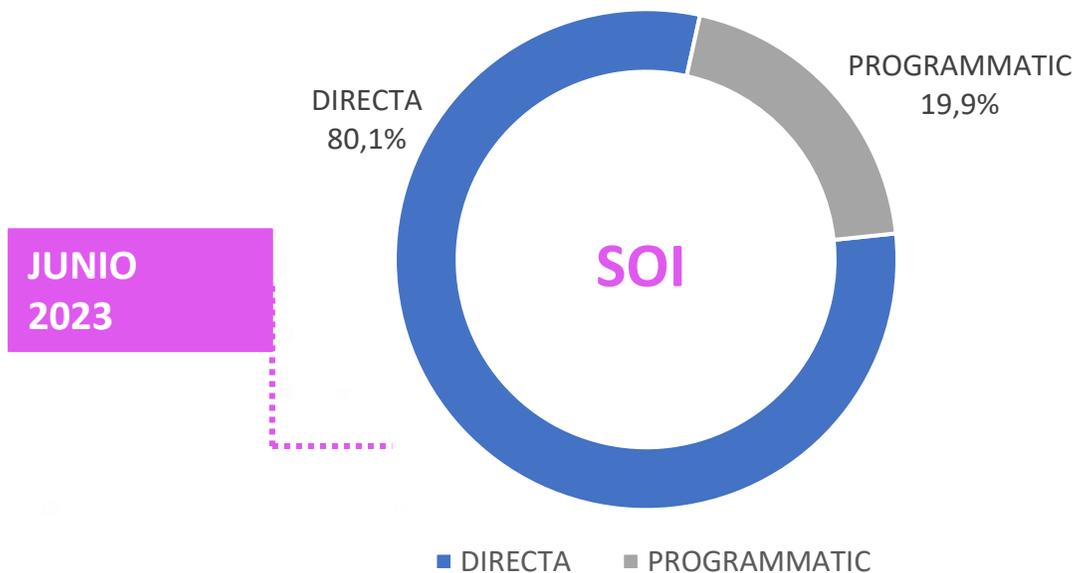


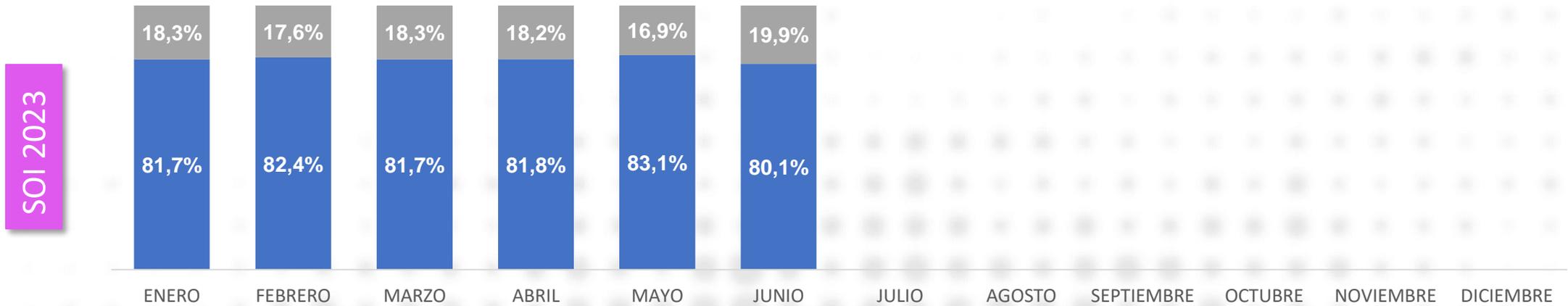
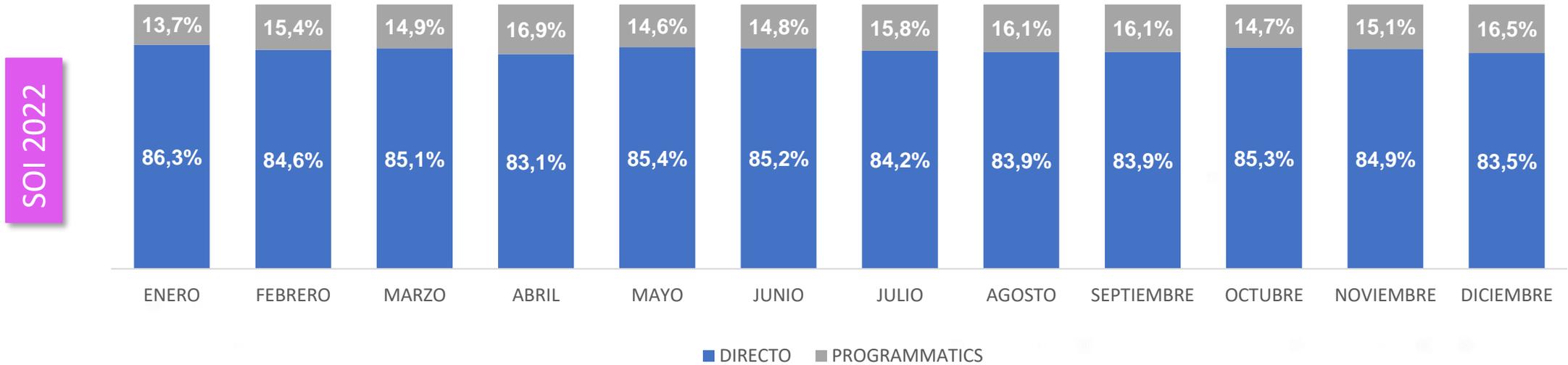
VARIACIÓN SOI JUNIO: **+0,2 puntos** porcentuales vs. 2022

# TIPO DE COMPRA CANALES DE COMPRA

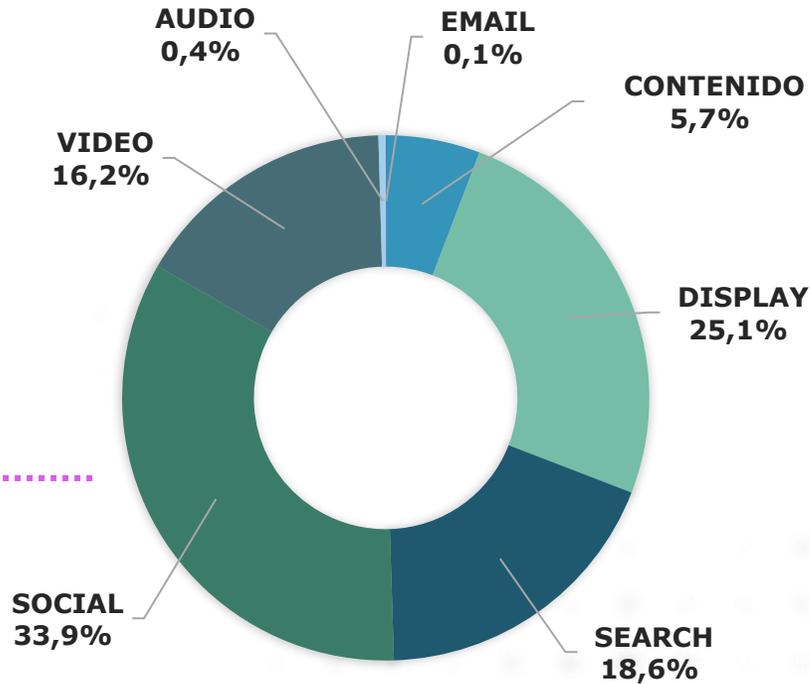
**JUNIO 2023**

INVERSIÓN REAL SOCIOS AAM

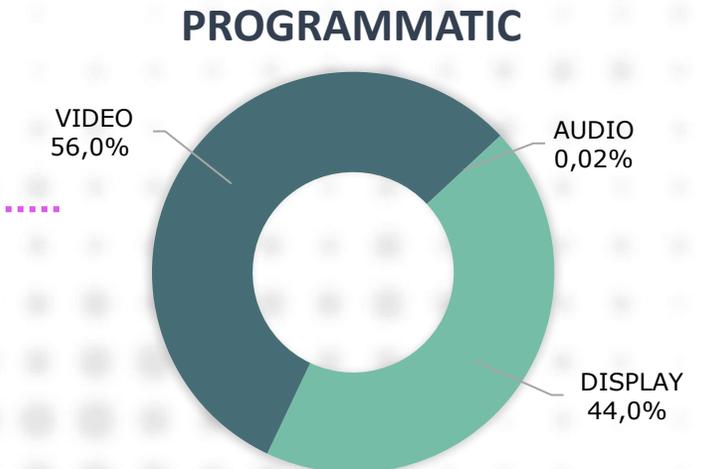
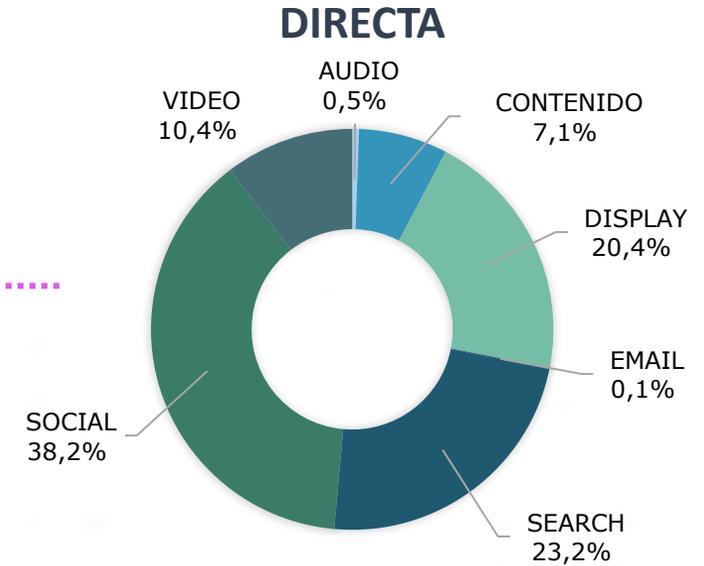




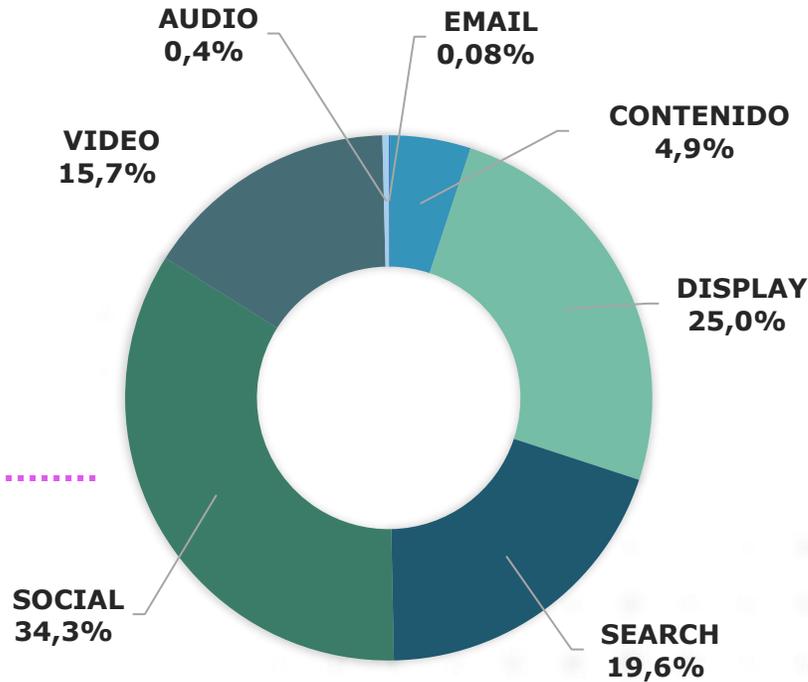
**SOI POR  
CANAL  
JUNIO 2023**



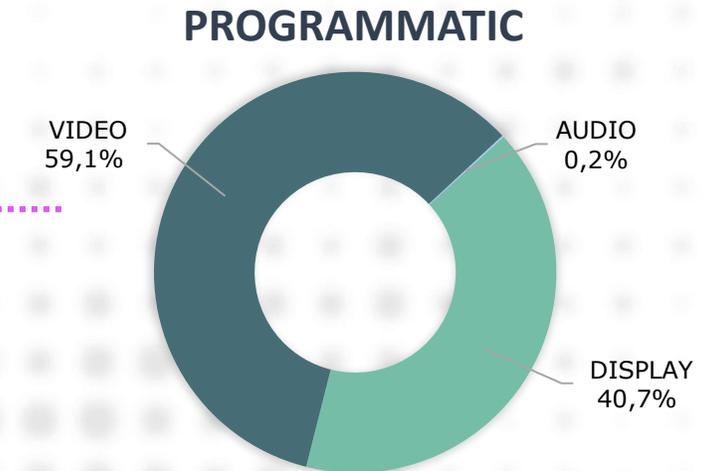
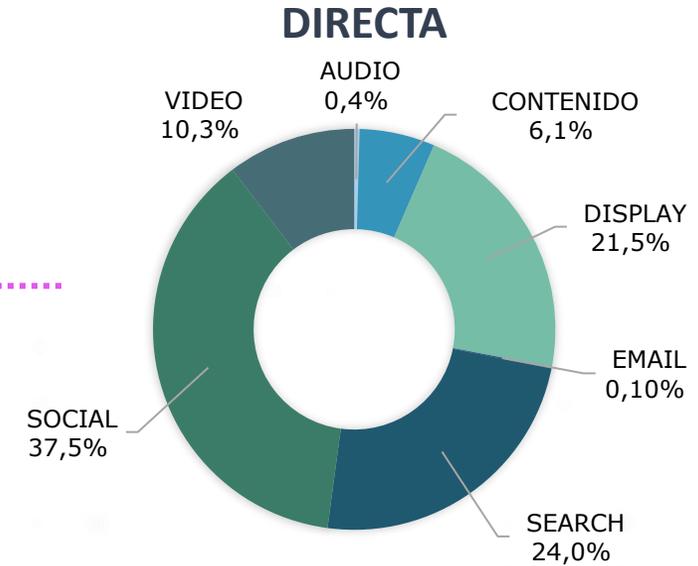
**SOI POR TIPO DE  
COMPRA Y CANAL  
JUNIO 2023**



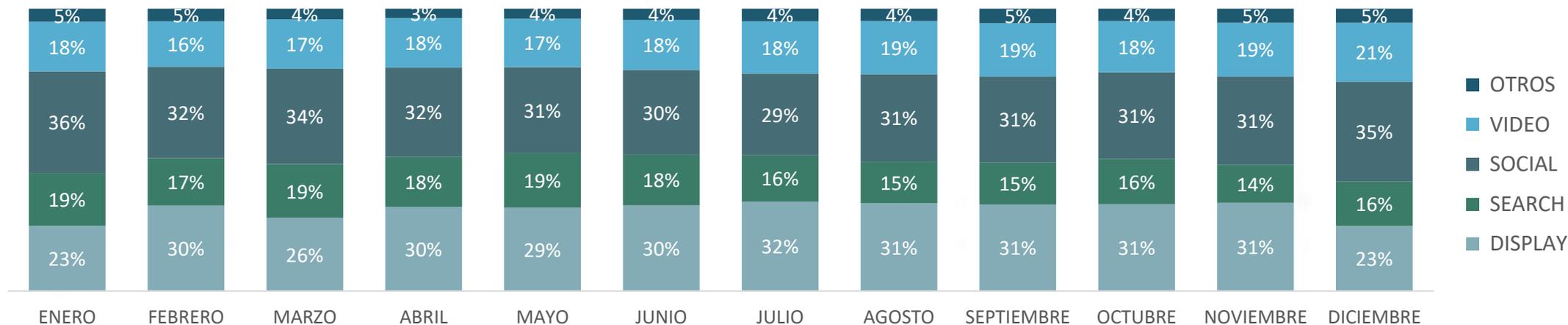
**SOI POR  
CANAL**  
1° SEMESTRE  
2023



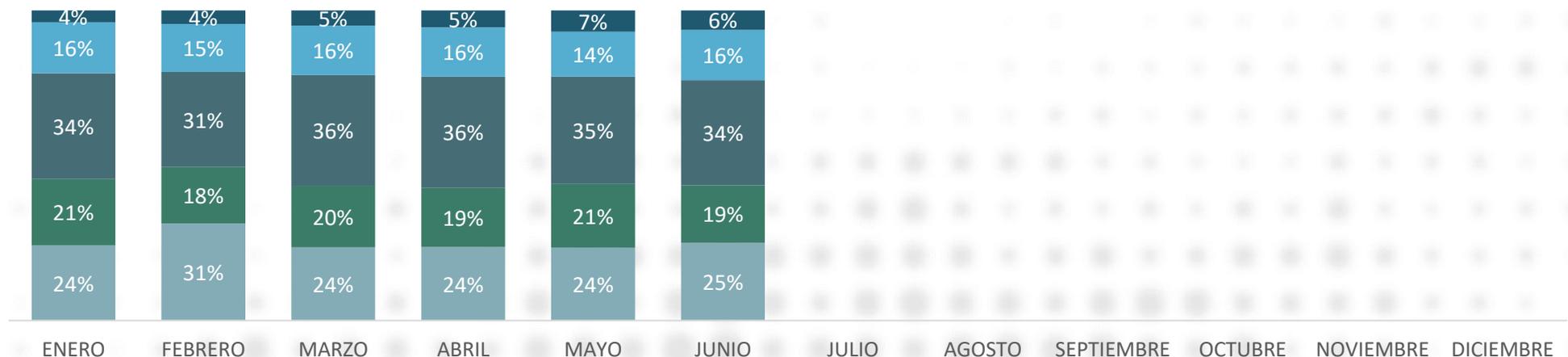
**SOI POR TIPO DE  
COMPRA Y CANAL**  
1° SEMESTRE 2023



SOI 2022



SOI 2023





ASOCIACIÓN  
AGENCIAS  
DE MEDIOS

**dentsu**

**group<sup>m</sup>**

**HAVAS**

**MEDIABRANDS**

**OMG**  
OmnicomMediaGroup

  
**PUBLICIS  
MEDIA**