

NOVIEMBRE
2020

INVERSIÓN DIGITAL

REAL SOCIOS AAM

AAM
ASOCIACIÓN
AGENCIAS DE
MEDIOS



INTRODUCCIÓN

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.**

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.**

AAM edita mensualmente este informe con cifras desde el año 2016.

CONTENIDO

- Inversión Digital 2016 – 2020
- 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 y se une Desktop y Mobile. Se reprocesó desde enero 2019.

Propiedad intelectual de AAM, para su uso en publicaciones requiere de la autorización de AAM | Asociación Chilena de Agencias de Medios.

La inversión Digital en el mes de Noviembre 2020 de nuestras Agencias Asociadas crece en un **151,9%** vs. igual mes 2019, año en que producto del estallido social la inversión publicitaria en Chile los meses de noviembre y diciembre 2019 se vio fuertemente afectada.

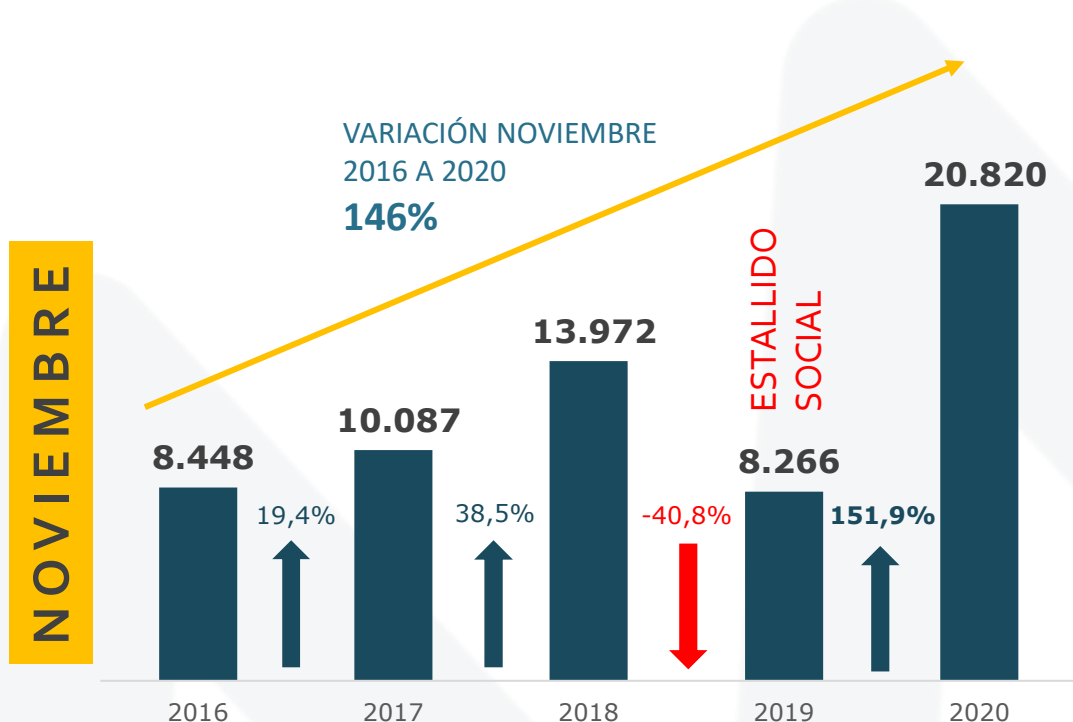
La inversión para el periodo acumulado enero-noviembre 2020 crece **16,4%** vs. igual periodo 2019.

El SOI Digital del año móvil noviembre 2020 vs. igual mes 2019 creció en **10,4** puntos porcentuales.

En noviembre 2020 el SOI por Tipo de Compra se distribuyó en **82,6%** a Directa y **17,4%** a Programmatic. En el periodo acumulado enero-noviembre la Compra Directa obtiene **84,5%** de SOI y Compra Programmatic **15,5%**.

El SOI por Tipo de Canal en Compra Directa para el mes de noviembre 2020 se divide en **41,3%** Social, **19,6%** Display, **19,3%** Search, **13,9%** Video, **5,3%** Contenido, **0,4%** Audio y **0,2%** para Email.

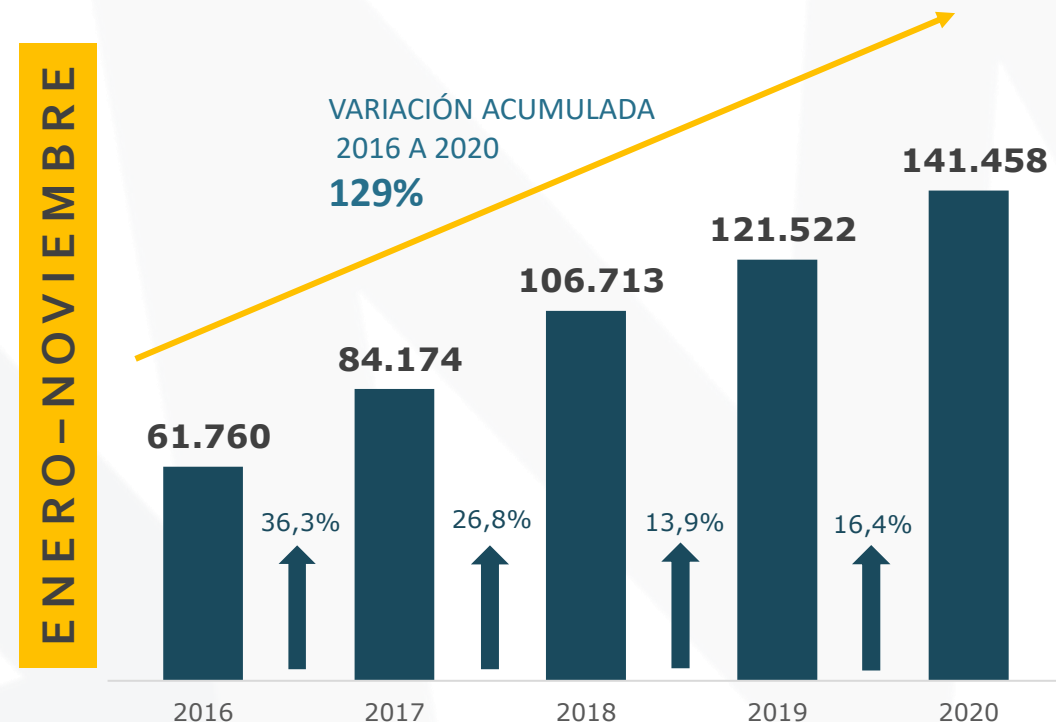
El SOI por Tipo de Canal en Compra Programática para el mes de noviembre, se distribuye en **51%** Display, **48,5%** Video y **0,5%** Audio.



Inversión |
NOVIEMBRE 2020
\$20.820

INVERSIÓN \$MM

%Var |
NOVIEMBRE
2020 vs. 2019
151,9%



Inversión |
ACUMULADA 2020
\$141.458

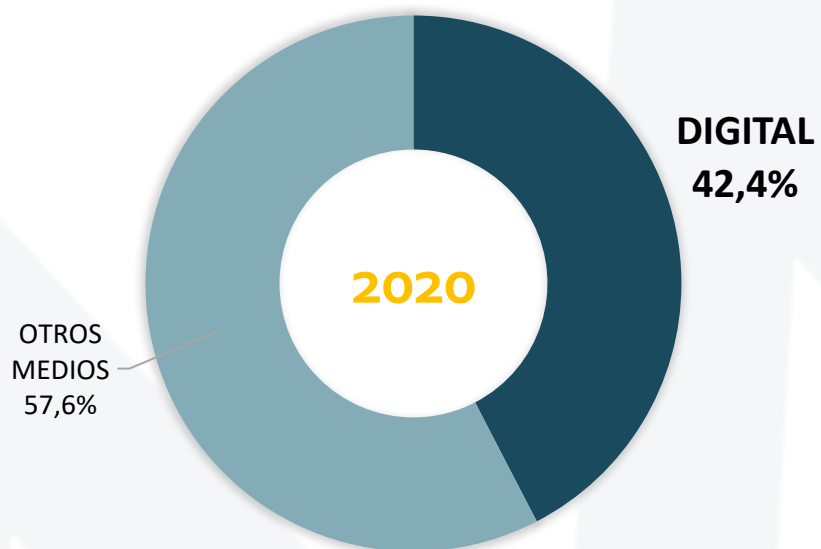
INVERSIÓN \$MM

%Variación |
ACUMULADA
2020 vs. 2019
16,4%

SOI DIGITAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

NOVIEMBRE y ACUMULADO ENERO-NOVIEMBRE 2016 A 2020

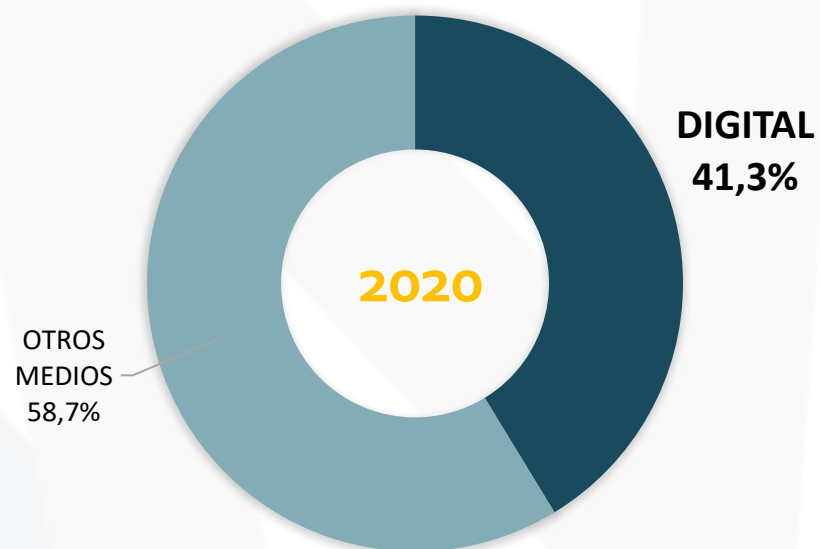
NOVIEMBRE



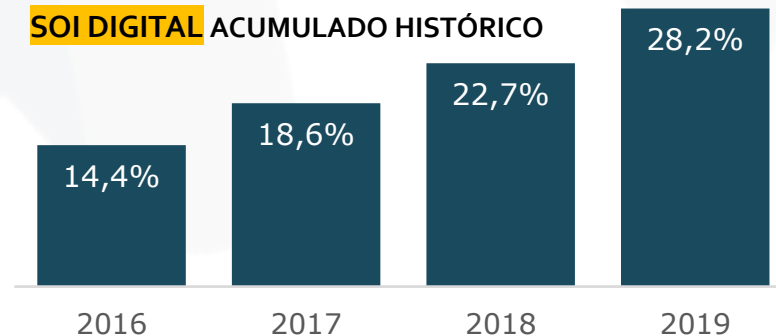
SOI DIGITAL NOVIEMBRE HISTÓRICO



ENERO-NOVIEMBRE

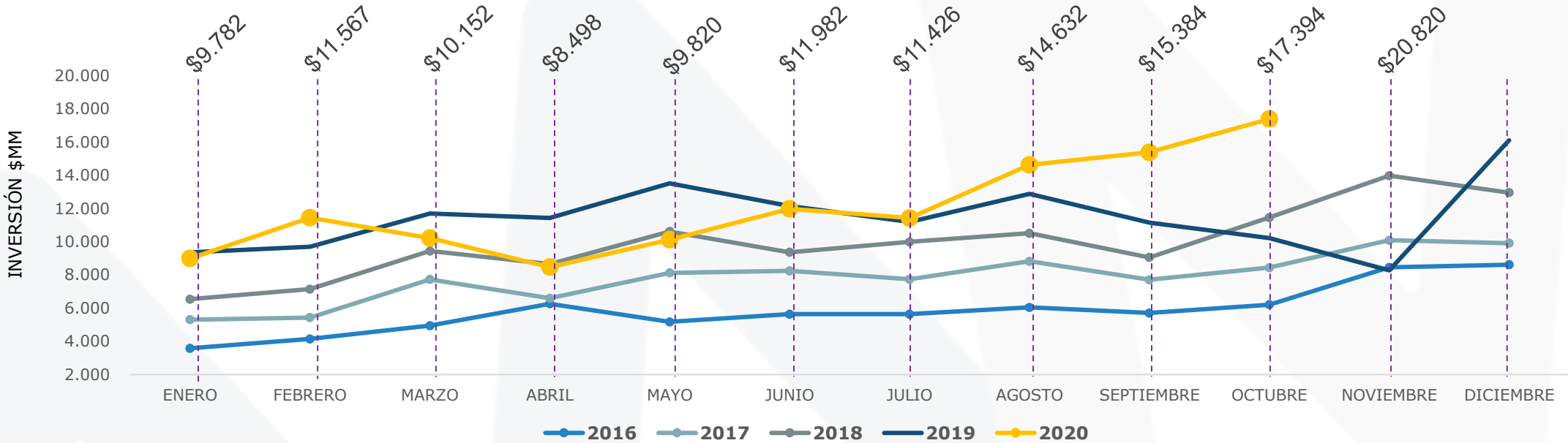


SOI DIGITAL ACUMULADO HISTÓRICO



ESTACIONALIDAD DIGITAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

AÑO 2016-2017-2018-2019-2020 A **NOVIEMBRE** | MM\$ CIFRAS NOMINALES



MM\$	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL ACUM.
2016	3.578	4.142	4.945	6.258	5.171	5.634	5.633	6.044	5.707	6.200	8.448	8.617	70.377
2017	5.303	5.427	7.722	6.588	8.119	8.238	7.731	8.819	7.706	8.434	10.087	9.907	94.081
Var. 2017 vs. 2016	48,2%	31,0%	56,2%	5,3%	57,0%	46,2%	37,2%	45,9%	35,0%	36,0%	19,4%	15,0%	33,7%
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
Var. 2018 vs. 2017	23,3%	31,6%	22,2%	31,3%	30,7%	13,6%	29,2%	19,1%	17,5%	35,8%	38,5%	30,7%	27,2%
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	43,0%	35,6%	24,0%	32,1%	27,3%	29,8%	12,0%	22,6%	23,1%	-10,8%	-40,8%	24,4%	15,0%
2020	9.782	11.567	10.152	8.498	9.820	11.982	11.426	14.632	15.384	17.394	20.820	-	141.458
SHARE	7%	8%	7%	6%	7%	8%	8%	10%	11%	12%	15%		
Var. 2020 vs. 2019	4,6%	19,4%	-13,2%	-25,7%	-27,3%	-1,3%	2,1%	13,6%	38,0%	70,3%	151,9%		

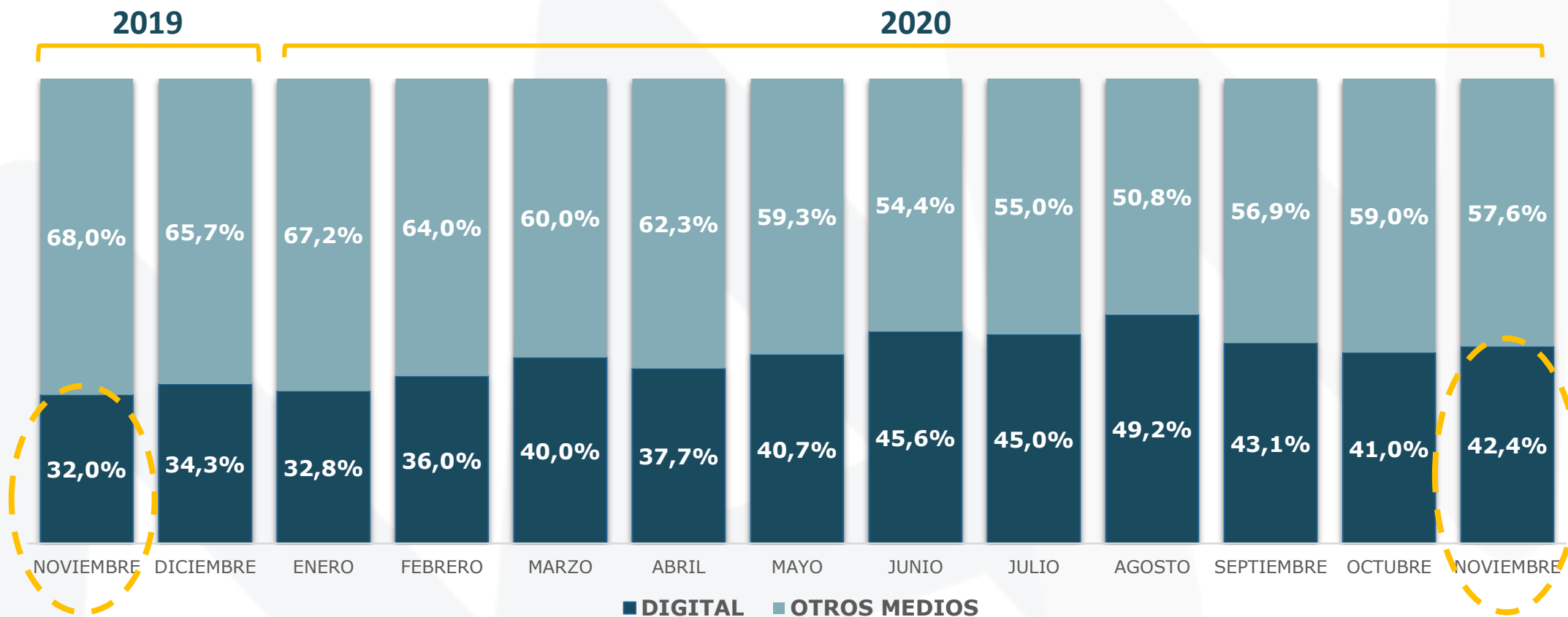
VARIACIÓN MENSUAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

AÑOS 2016-2017-2018-2019-2020 A **NOVIEMBRE** | MM\$ CIFRAS NOMINALES

MES	INV. 2016	INV. 2017	Var 2017-2016	INV. 2018	Var 2018-2017	INV. 2019	Var 2019-2018	INV. 2020	Var 2020-2019
ENERO	3.577	5.303	 48,3%	6.536	 23,3%	9.349	 43,0%	9.782	 4,6%
FEBRERO	4.142	5.427	 31,0%	7.144	 31,6%	9.689	 35,6%	11.567	 19,4%
MARZO	4.944	7.722	 56,2%	9.436	 22,2%	11.702	 24,0%	10.152	 -13,2%
ABRIL	6.258	6.588	 5,3%	8.651	 31,3%	11.432	 32,1%	8.498	 -25,7%
MAYO	5.171	8.119	 57,0%	10.614	 30,7%	13.510	 27,3%	9.820	 -27,3%
JUNIO	5.633	8.238	 46,2%	9.357	 13,6%	12.144	 29,8%	11.982	 -1,3%
JULIO	5.633	7.731	 37,2%	9.990	 29,2%	11.187	 12,0%	11.426	 2,1%
AGOSTO	6.044	8.819	 45,9%	10.506	 19,1%	12.882	 22,6%	14.632	 13,6%
SEPTIEMBRE	5.706	7.706	 35,1%	9.053	 17,5%	11.146	 23,1%	15.384	 38,0%
OCTUBRE	6.200	8.434	 36,0%	11.454	 35,8%	10.215	 -10,8%	17.394	 70,3%
NOVIEMBRE	8.448	10.087	 19,4%	13.972	 38,5%	8.266	 -40,8%	20.820	 151,9%
DICIEMBRE	8.616	9.907	 15,0%	12.950	 30,7%	16.107	 24,4%		
TOTAL	70.372	94.081	33,7%	119.663	27,2%	137.630	15,0%	141.458	

SOI DIGITAL AÑO MÓVIL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

NOVIEMBRE 2019 A NOVIEMBRE 2020



Crecimiento SOI: +10,4 puntos porcentuales NOVIEMBRE 2020 vs. 2019

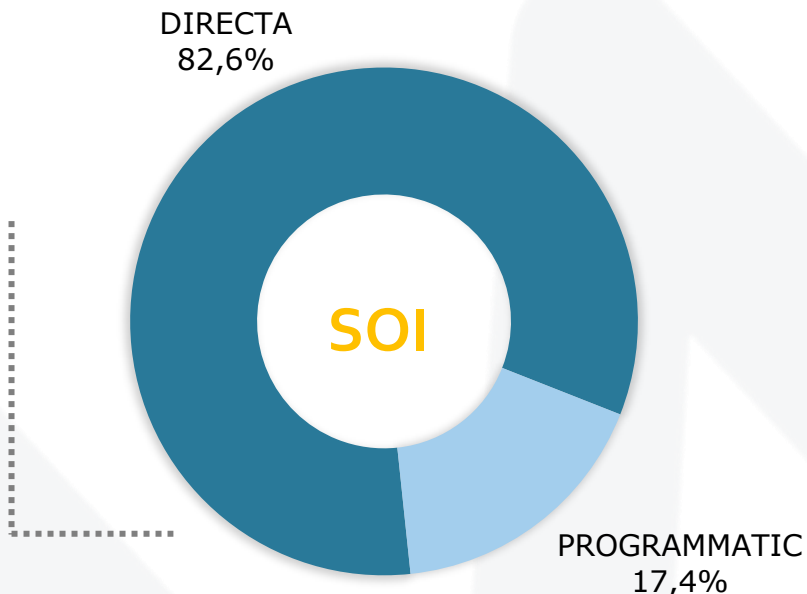
INVERSIÓN DIGITAL
TIPO Y CANALES DE COMPRA
NOVIEMBRE y ACUMULADO 2020

Inversión Real Socios AAM

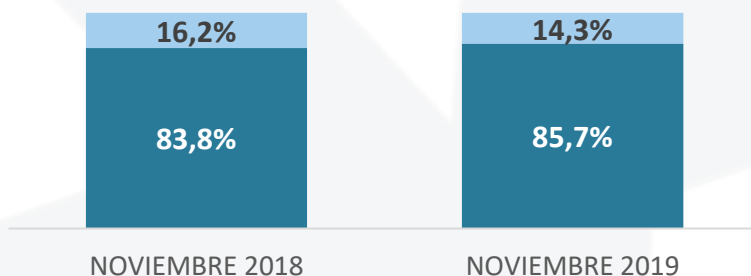
SOI DIGITAL POR TIPO DE COMPRA | SOCIOS AAM

NOVIEMBRE y ACUMULADO ENERO-NOVIEMBRE 2020

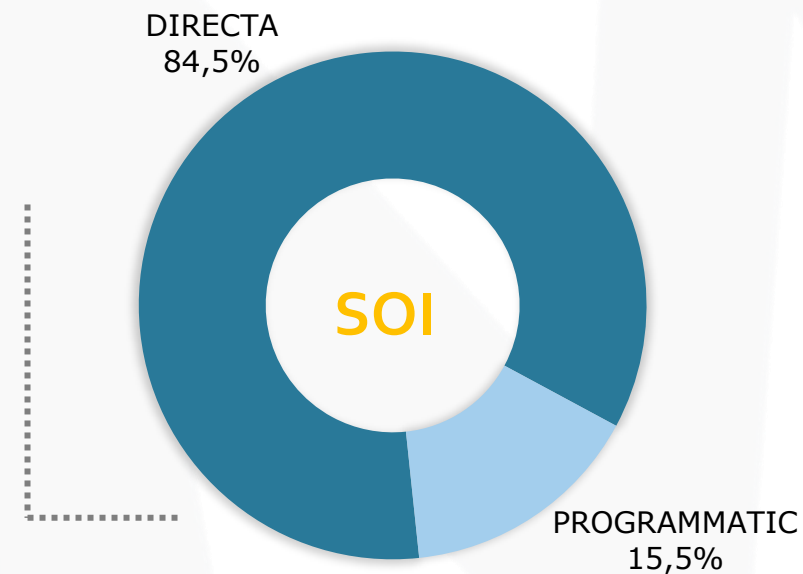
**NOVIEMBRE
2020**



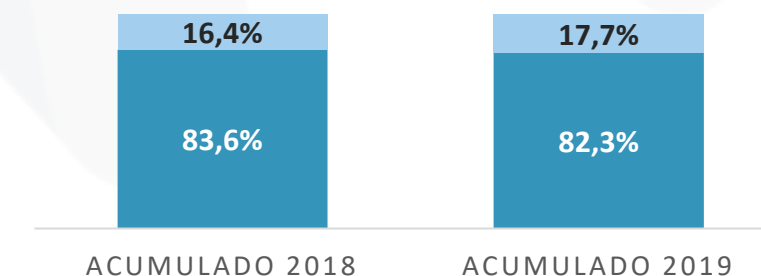
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



**ACUMULADO
ENE-NOV
2020**



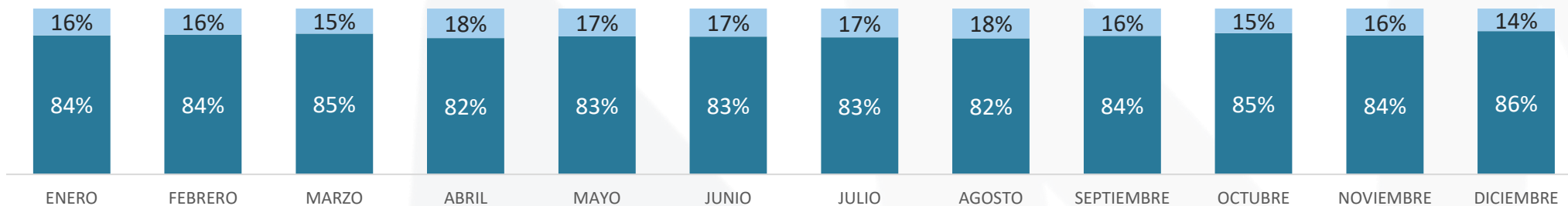
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



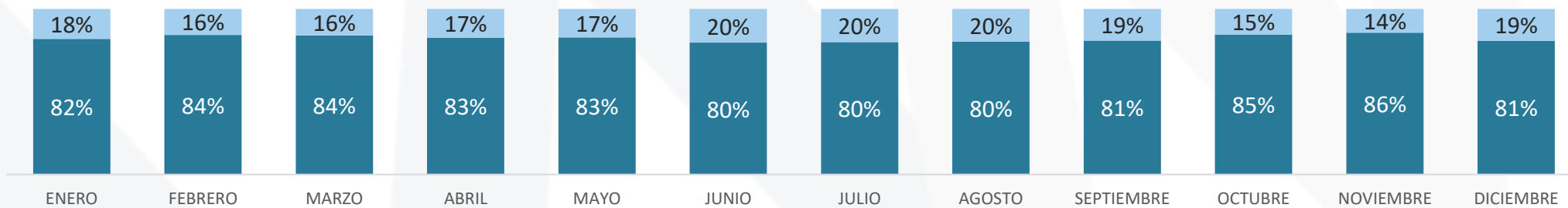
ESTACIONALIDAD HISTÓRICA TIPO DE COMPRA | SOCIOS AAM

AÑO 2018 – 2019 – 2020 A NOVIEMBRE

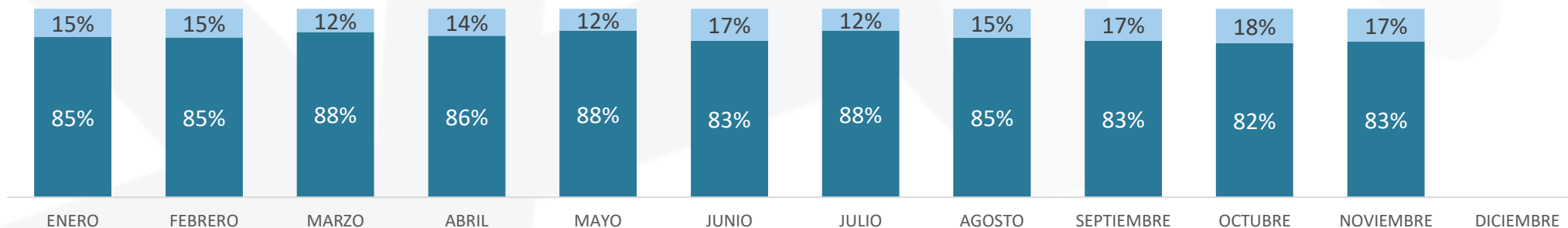
SOI 2018



SOI 2019

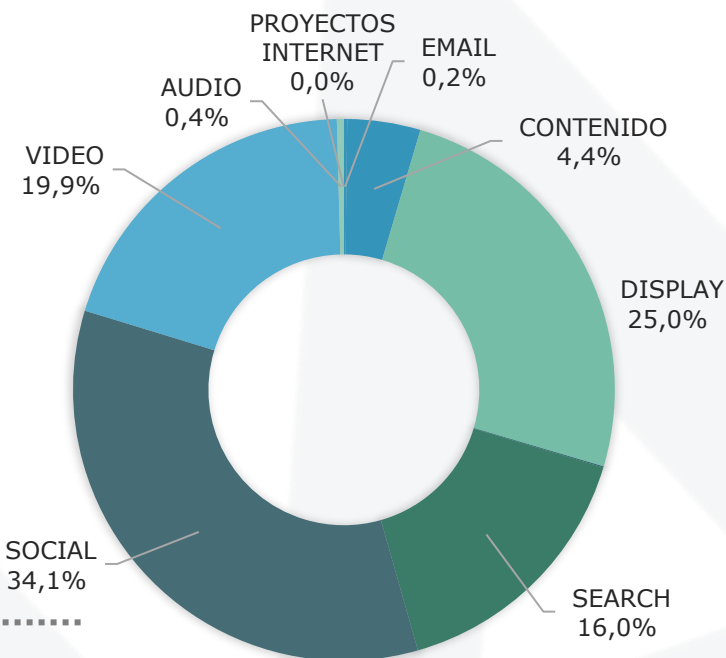


SOI 2020



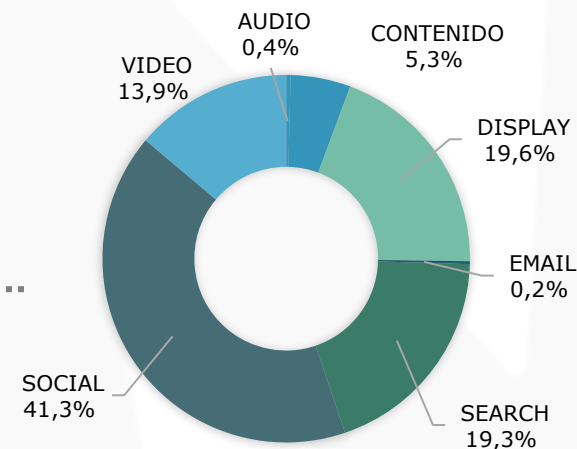
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC

SOI POR CANAL NOVIEMBRE 2020

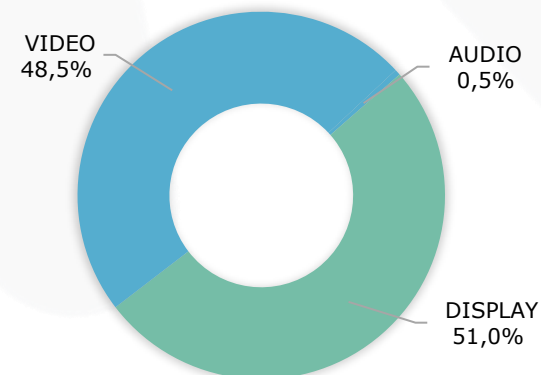


SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL NOVIEMBRE 2020

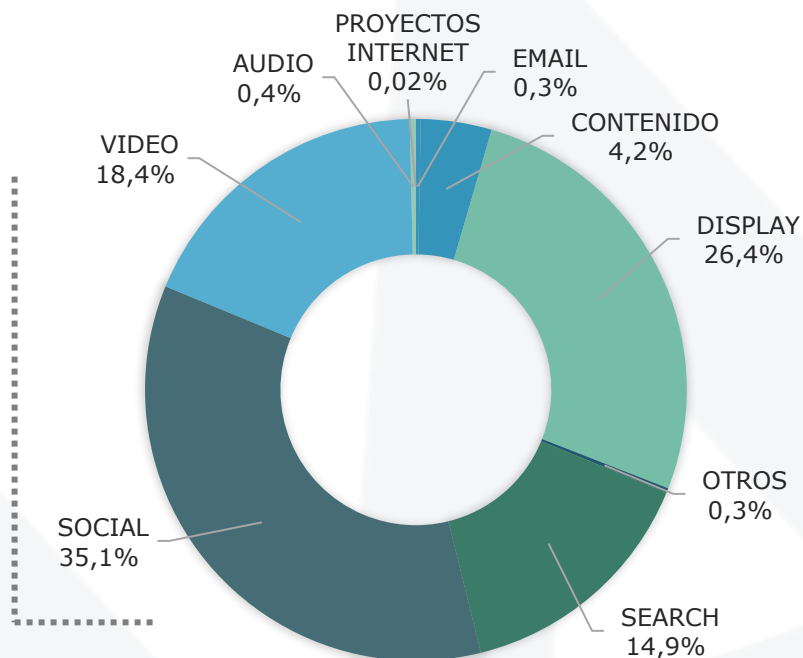
DIRECTA



PROGRAMMATIC

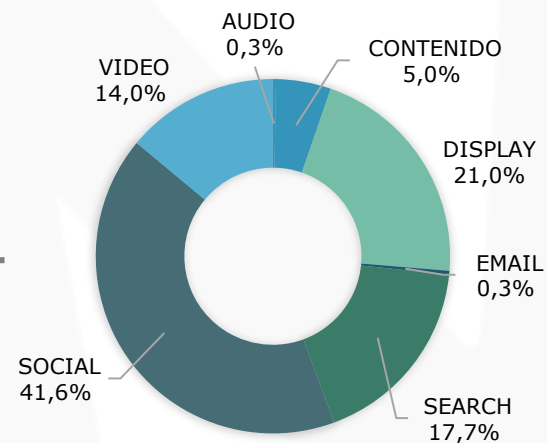


SOI POR CANAL ACUMULADO ENE-NOV 2020

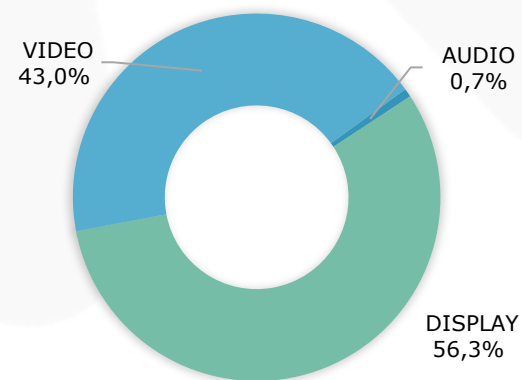


SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL ACUMULADO ENE-NOV 2020

DIRECTA



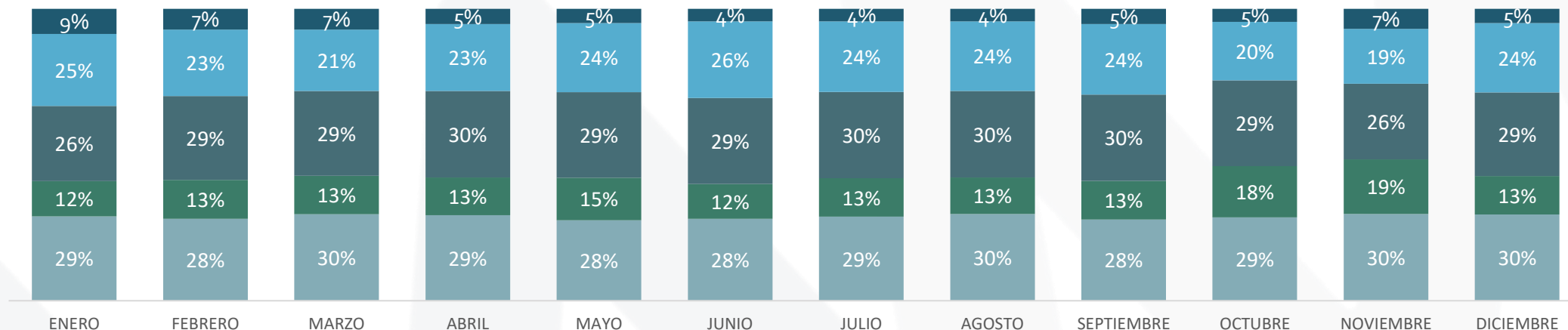
PROGRAMMATIC



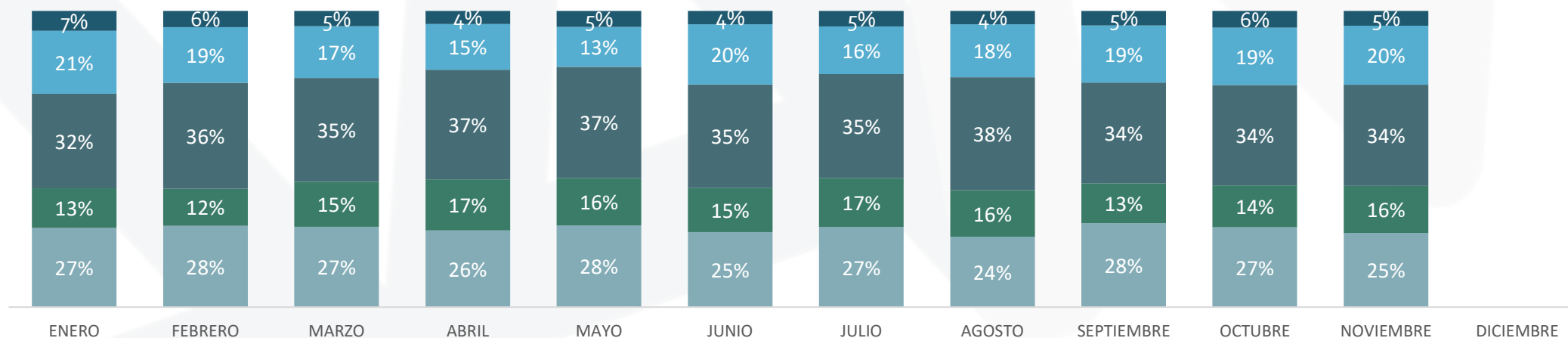
ESTACIONALIDAD HISTÓRICA TIPO DE CANAL | SOCIOS AAM

AÑO 2019 – 2020 A NOVIEMBRE

SOI 2019



SOI 2020



■ DISPLAY ■ SEARCH ■ SOCIAL ■ VIDEO ■ OTROS

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.

DEFINICIONES

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).

La metodología utilizada por AAM contempla los resguardos de confidencialidad que requiere la industria.



aam.cl | [f](#) [t](#) [i](#) [n](#)

group^m

MEDIABRANDS

HAVAS
MEDIA GROUP

OMG
OmnicomMediaGroup


PUBLICIS
MEDIA