

OCTUBRE
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 octubre 2020 de nuestras Agencias Asociadas es de **\$17.394MM**, y logra un incremento significativo de variación de **70,3%** vs. igual mes 2019.

La variación de inversión para el periodo acumulado enero-octubre 2020 es de **6,5%** vs. igual periodo 2019.

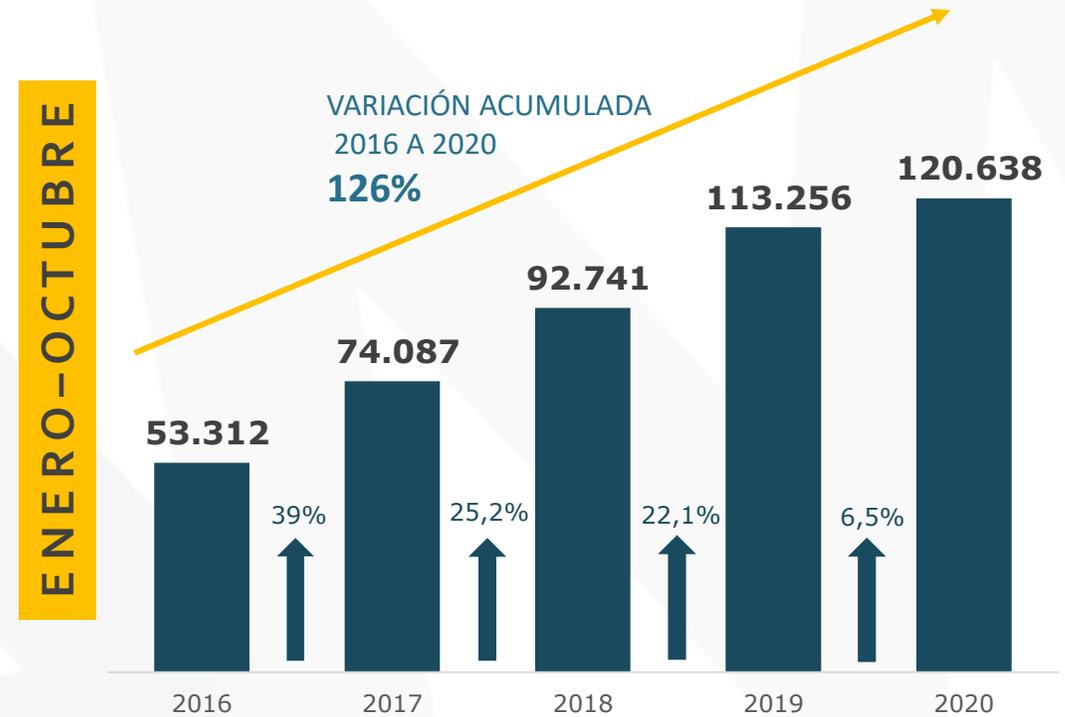
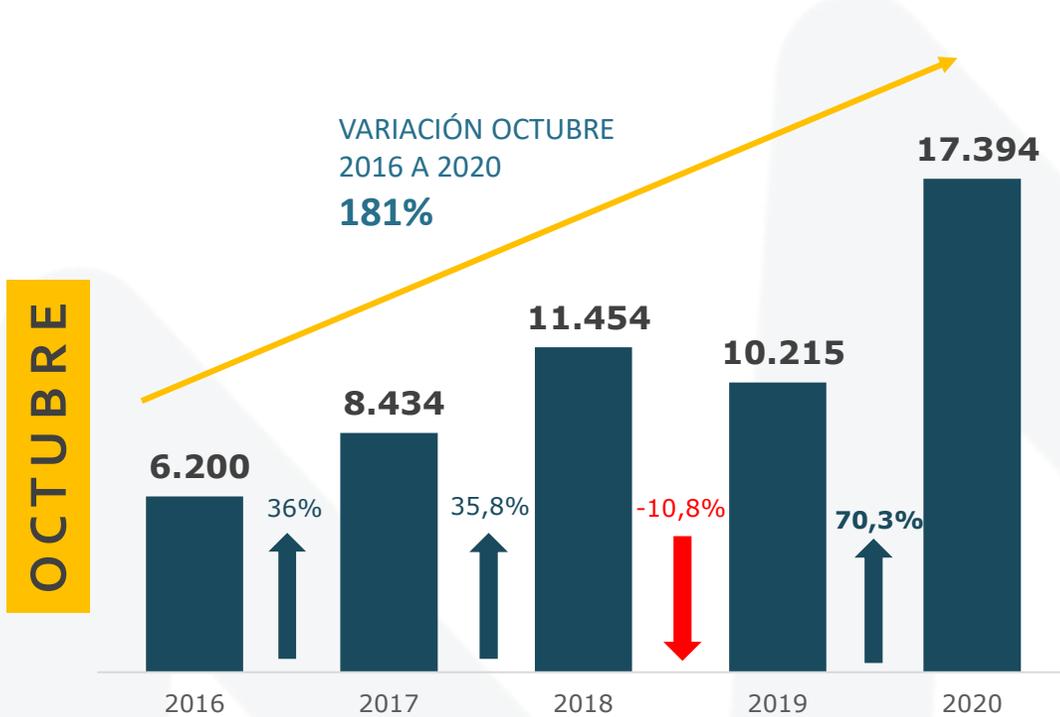
El SOI Digital del año móvil octubre 2020 vs. igual mes 2019 creció en **11,4** puntos porcentuales.

En octubre 2020 el SOI por Tipo de Compra se distribuyó entre **81,7%** Directa y **18,3%** Programmatic.

En el periodo acumulado enero-octubre la Compra Directa obtiene **84,9%** del SOI y la Compra Programmatic **15,1%**.

El SOI por Tipo de Canal en Compra Directa para el mes de octubre 2020 se divide en **41,8%** Social, **21%** Display, **17,4%** Search, **13,7%** Video, **5,4%** Contenido, **0,4%** Email y **0,3%** para Audio.

El SOI por Tipo de Canal en Compra Programática para octubre, se distribuye en **54,4%** Display, **44,8%** Video y **0,8%** Audio.



Inversión |
OCTUBRE 2020
\$17.394

INVERSIÓN \$MM

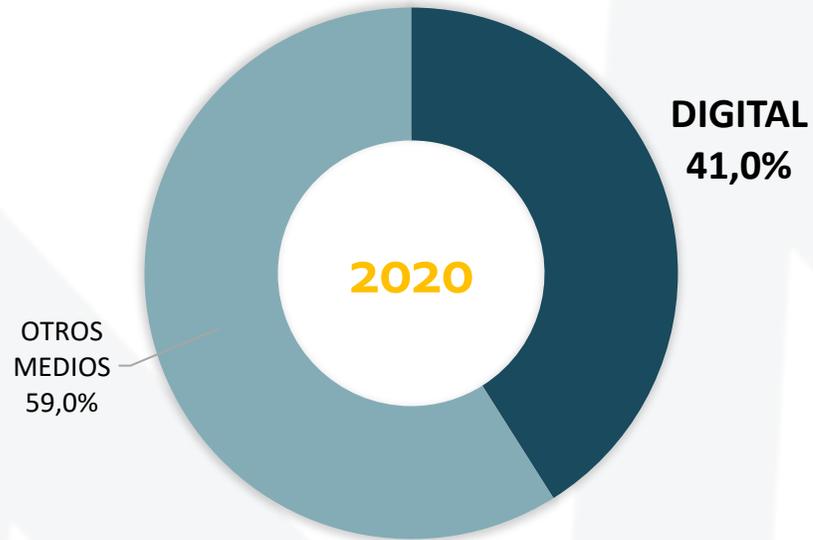
%Var |
OCTUBRE
2020 vs. 2019
70,3%

Inversión |
ACUMULADA 2020
\$120.638

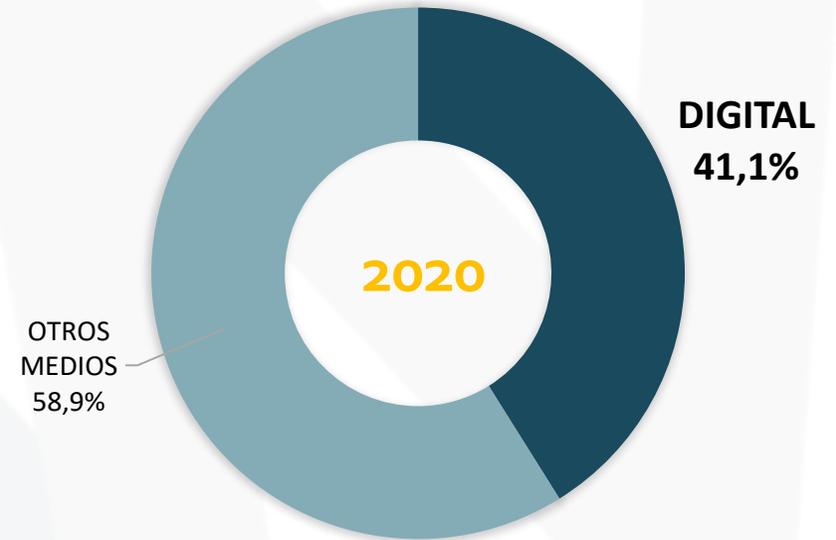
INVERSIÓN \$MM

%Variación |
ACUMULADA
2020 vs. 2019
6,5%

OCTUBRE



ENERO-OCTUBRE



SOI DIGITAL OCTUBRE HISTÓRICO

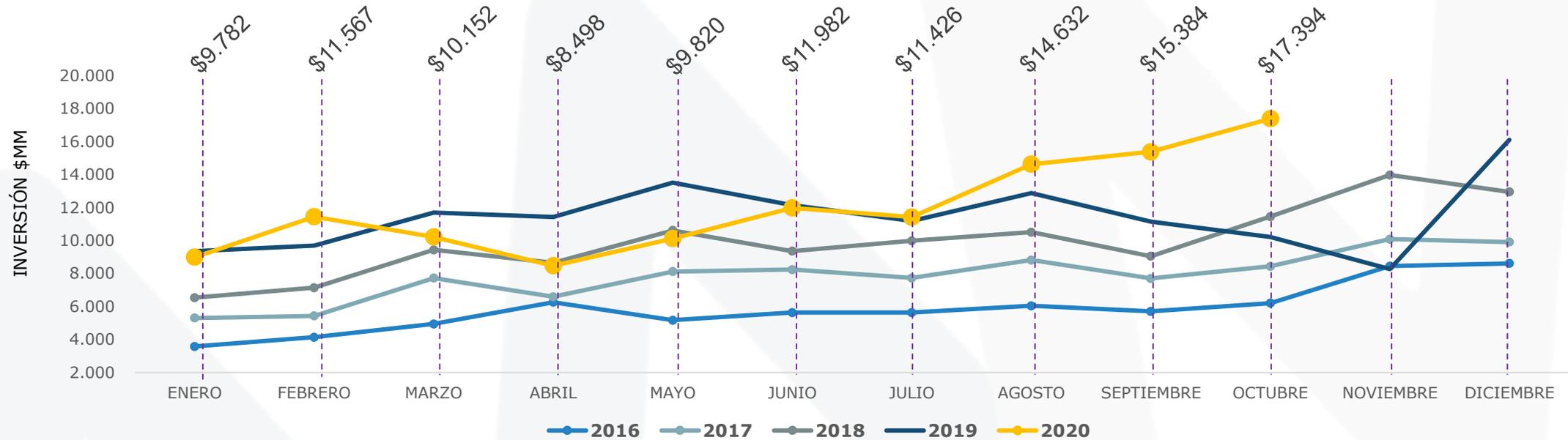


SOI DIGITAL ACUMULADO HISTÓRICO



ESTACIONALIDAD DIGITAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

AÑO 2016-2017-2018-2019-2020 A OCTUBRE | 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 | - | - | 120.638 |
| SHARE | 8% | 10% | 8% | 7% | 8% | 10% | 9% | 12% | 13% | 14% | | | |
| Var. 2020 vs. 2019 | 4,6% | 19,4% | -13,2% | -25,7% | -27,3% | -1,3% | 2,1% | 13,6% | 38,0% | 70,3% | | | |

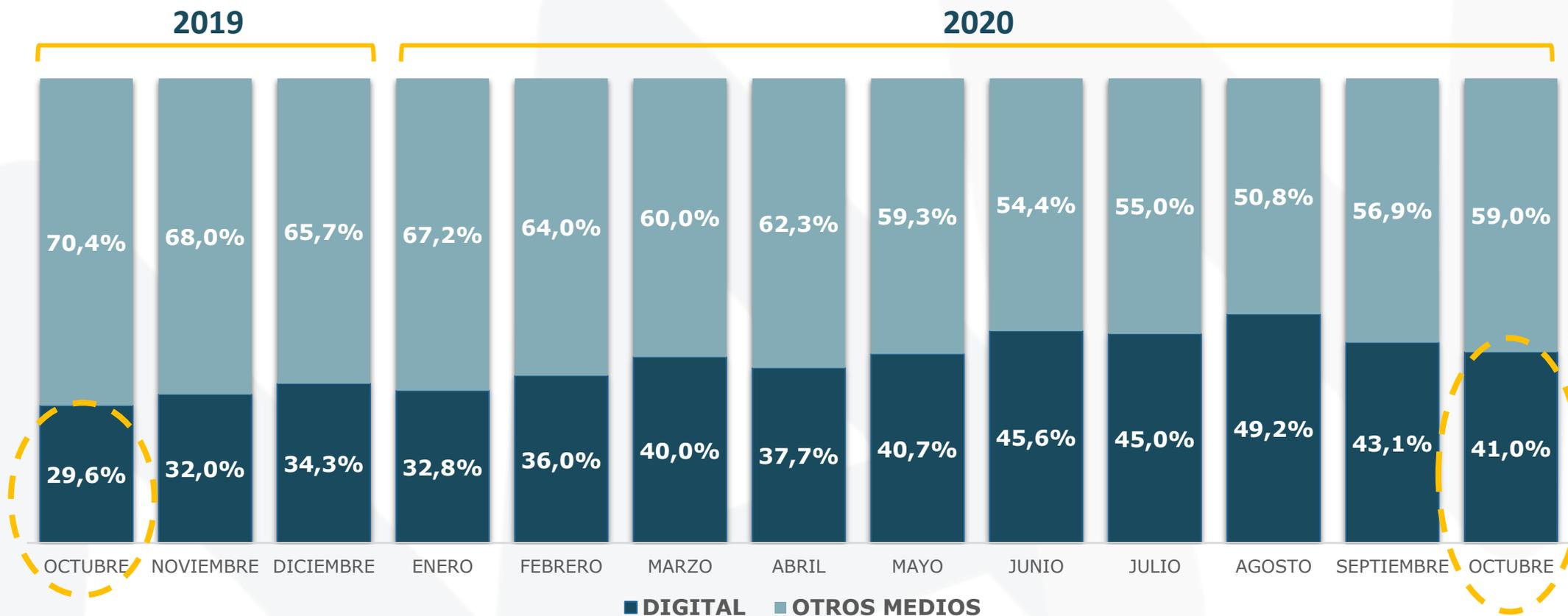
VARIACIÓN MENSUAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

AÑOS 2016-2017-2018-2019-2020 A OCTUBRE | 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% | | |
| 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% | 120.638 | |

SOI DIGITAL AÑO MÓVIL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

OCTUBRE 2019 A OCTUBRE 2020



Crecimiento SOI: +11,4 puntos porcentuales OCTUBRE 2020 vs. 2019

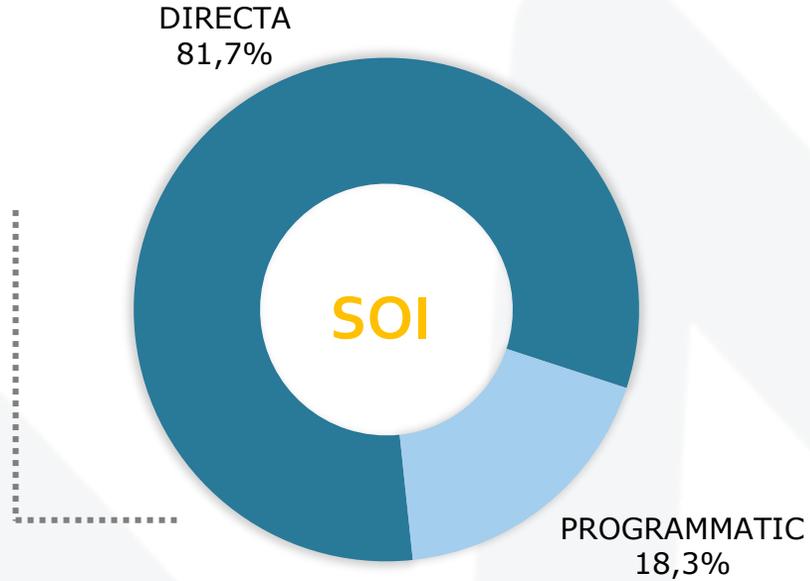
INVERSIÓN DIGITAL
TIPO Y CANALES DE COMPRA
OCTUBRE y ACUMULADO 2020

Inversión Real Socios AAM

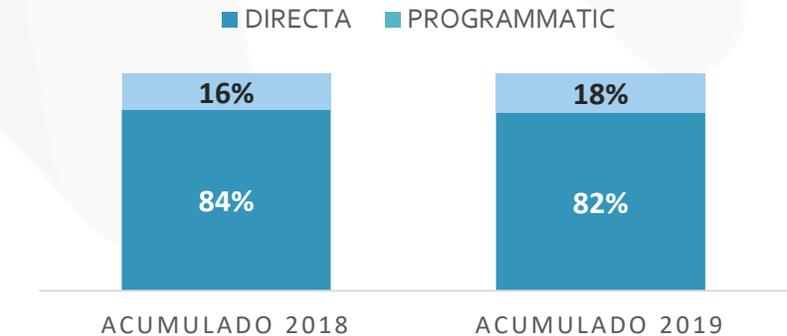
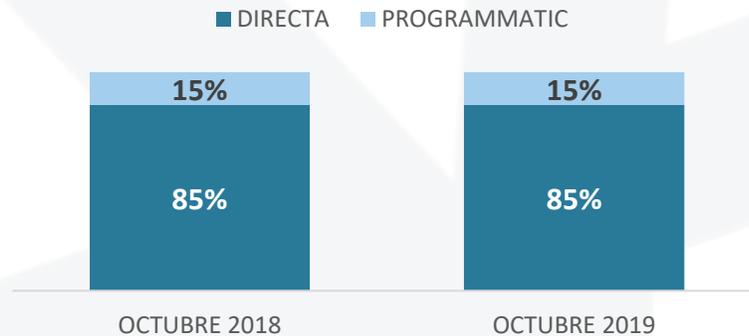
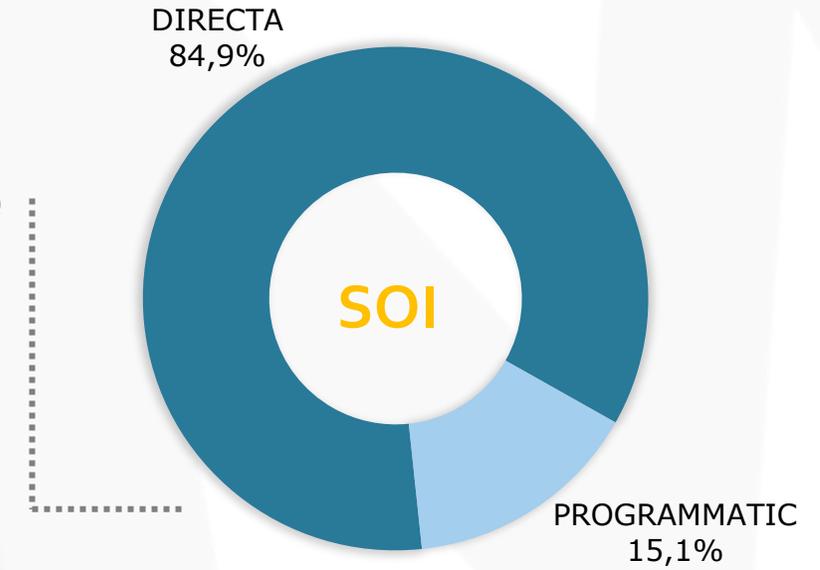
SOI DIGITAL POR TIPO DE COMPRA | SOCIOS AAM

OCTUBRE y ACUMULADO ENERO-OCTUBRE 2020

**OCTUBRE
2020**



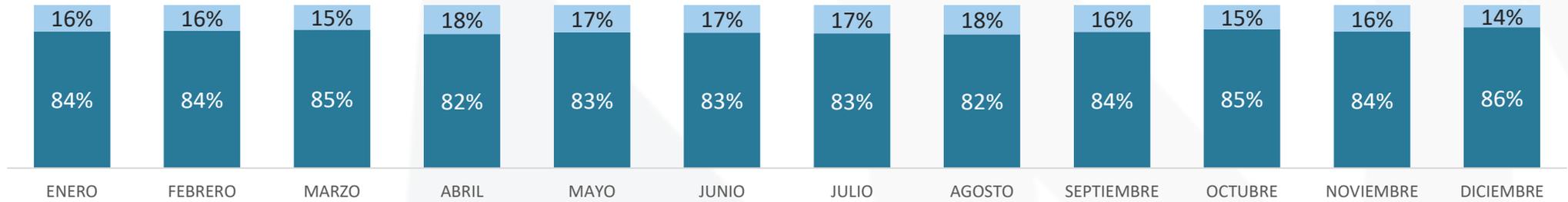
**ACUMULADO
ENE-OCT
2020**



ESTACIONALIDAD HISTÓRICA TIPO DE COMPRA | SOCIOS AAM

AÑO 2018 – 2019 – 2020 A OCTUBRE

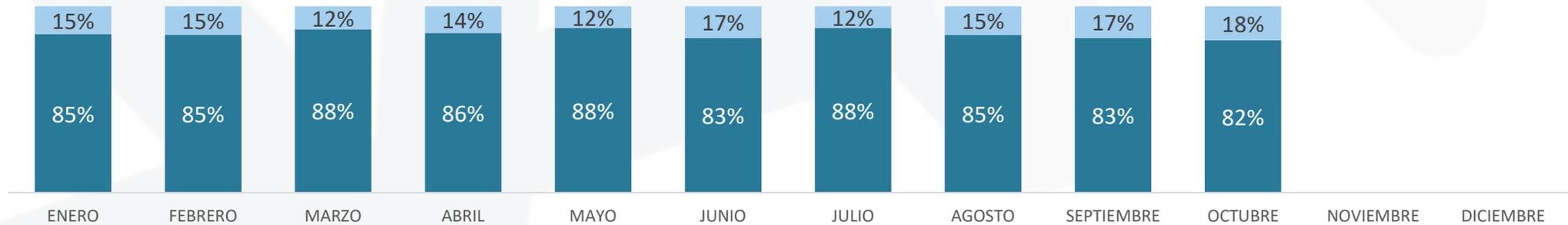
SOI 2018



SOI 2019

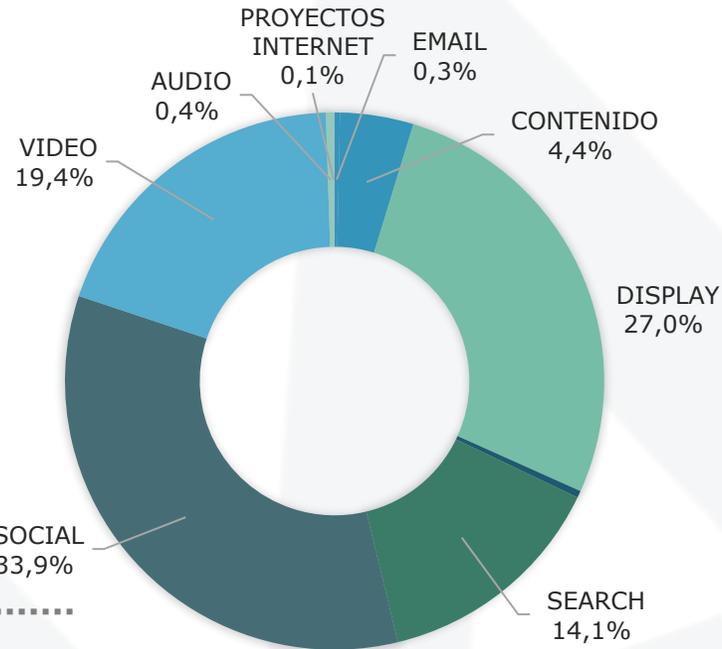


SOI 2020



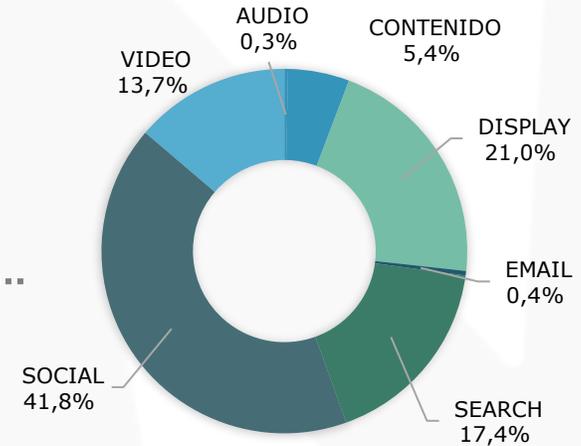
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC

SOI POR CANAL OCTUBRE 2020

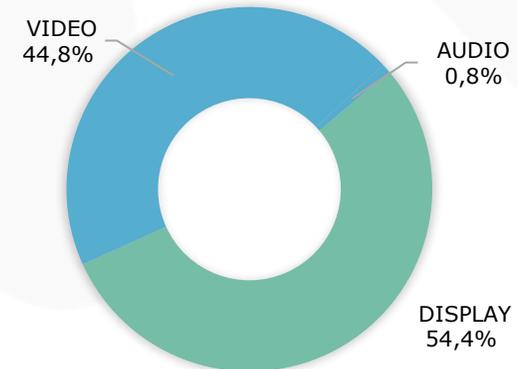


SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL OCTUBRE 2020

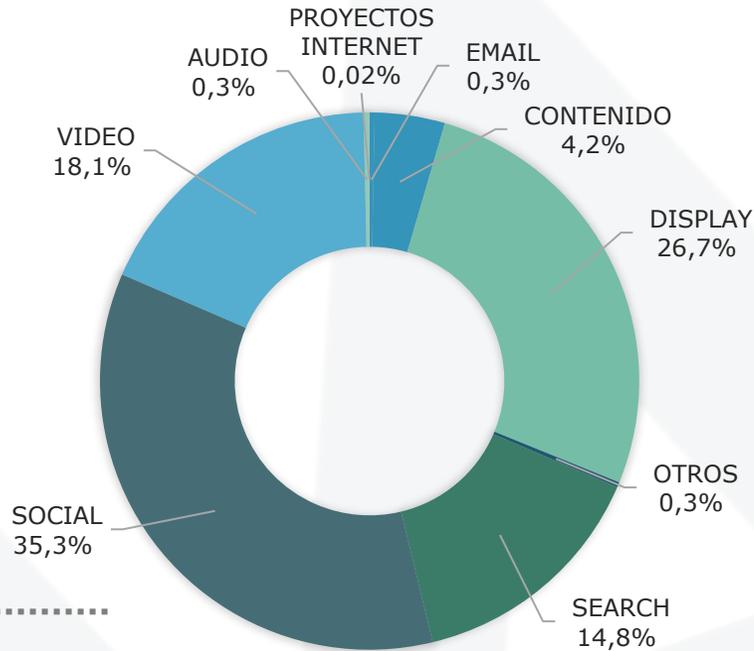
DIRECTA



PROGRAMMATIC

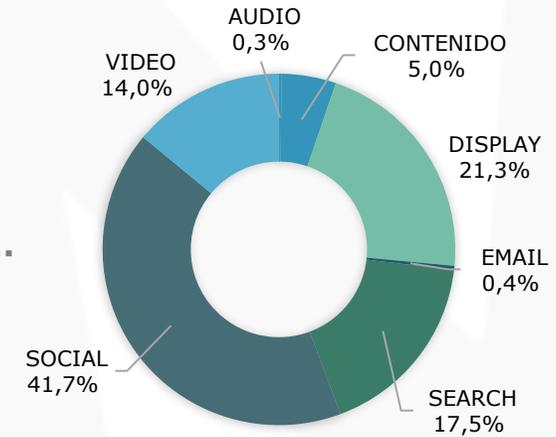


**SOI POR
CANAL
ACUMULADO
ENE-OCT
2020**

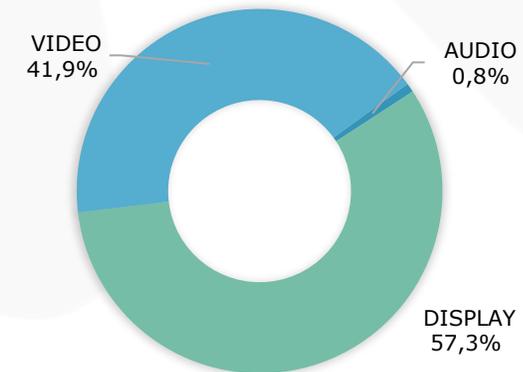


**SOI POR TIPO DE
COMPRA Y CANAL
ACUMULADO ENE-OCT
2020**

DIRECTA



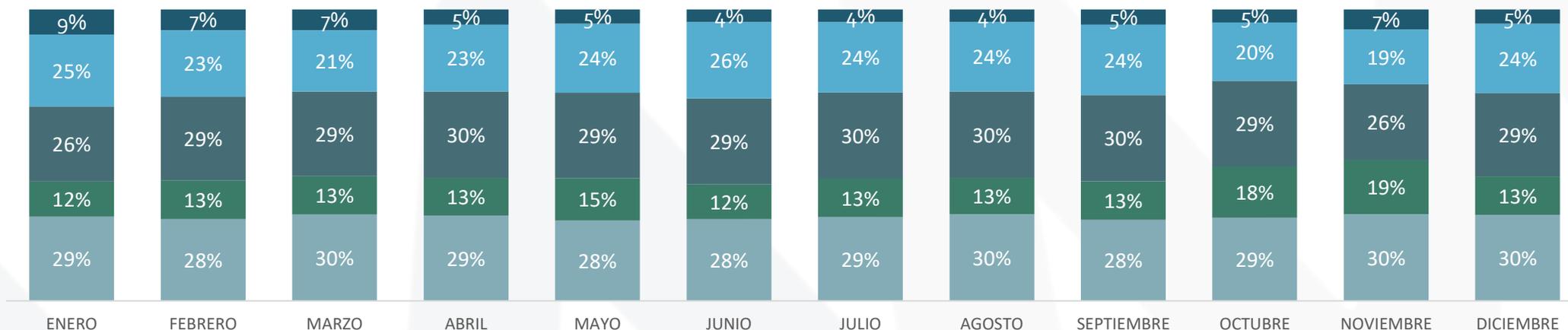
PROGRAMMATIC



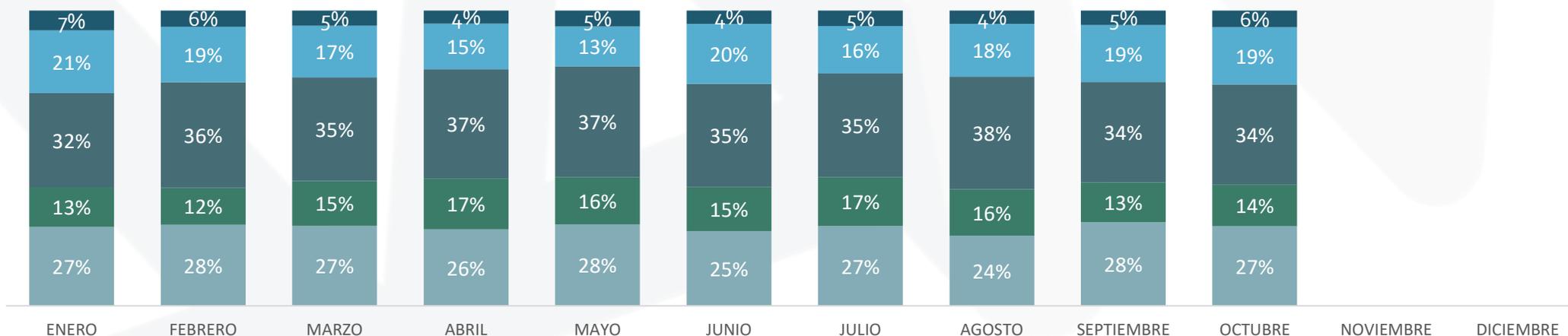
ESTACIONALIDAD HISTÓRICA TIPO DE CANAL | SOCIOS AAM

AÑO 2019 – 2020 A OCTUBRE

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
ASOCIACIÓN
AGENCIAS DE
MEDIOS

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

group^m

MEDIABRANDS

HAVAS
MEDIA GROUP

OMG
OmnicomMediaGroup


PUBLICIS
MEDIA