

# INVERSIÓN DIGITAL

REAL SOCIOS AAM

MAYO 2019



aam.cl

**AAMI**  
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 de las Comunicaciones de Marketing Comercial, **desarrolló el primer Informe mensual en Chile de la Inversión Publicitaria Digital.**

La información corresponde a **cifras nominales de Inversión Digital** que realizan los Socios de AAM, donde su participación **las hace ser actores relevantes el dentro de la publicidad Online de Chile.**

**AAM editará periódicamente este informe con cifras desde el año 2016.**

### CONTENIDO:

- Inversión Digital
- SOI Digital
- Estacionalidad Mensual y Acumulada
- SOI por tipo de compra: Programmatic y Directa
- SOI por dispositivo: Mobile y Desktop
- SOI por canal: Social, Display, Video, Search, Contenido y otros
- SOI Digital año móvil

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

## RESUMEN INVERSIÓN A MAYO 2019

CIFRAS NOMINALES – ASOCIADOS AAM

**La Inversión Digital** acumulada enero-mayo 2019 **aumento un 27,5% vs. igual periodo año 2018.**

Mayo obtiene un **crecimiento del 13,6%** con respecto al mismo mes del año anterior, siendo el de menor crecimiento en lo que va del año.

El **SOI Digital** para el acumulado enero-mayo 2019 fue de un **26,7% vs. 21,3% igual periodo año 2018.**

En mayo el **SOI Digital** crece significativamente logrando un **27,1% vs. 22,7%** igual mes año 2018.

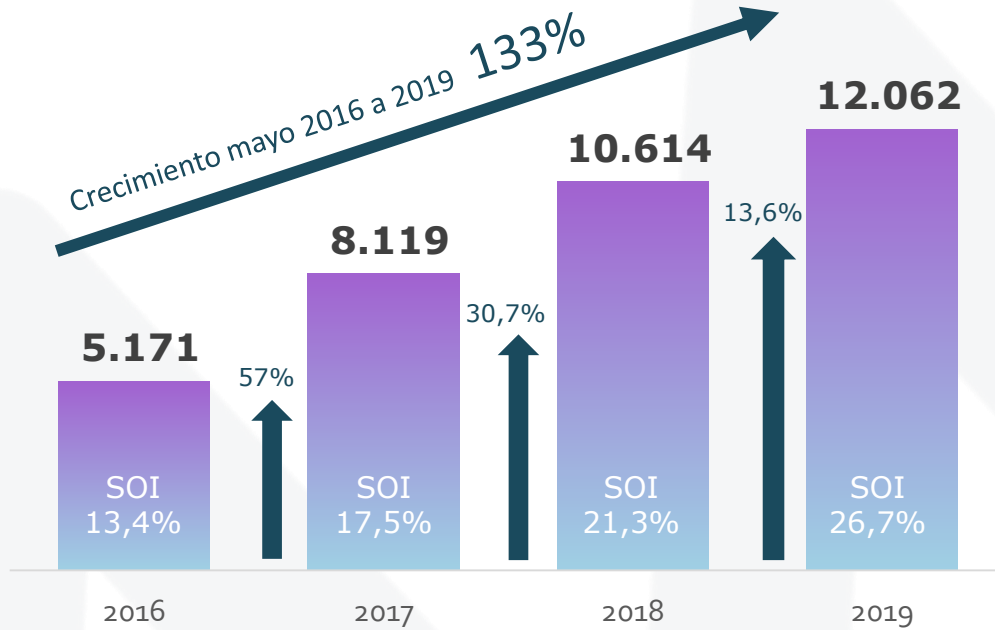
El **crecimiento acumulado** enero mayo desde el año **2016 al 2019** es de un **124%** y en el mes de **mayo** de un **133%** igual periodo.

El **SOI por tipo de compra** en el acumulado enero-mayo 2019 es de un **84% en compra Directa** y **16% en compra Programática**, distribución que se mantiene sin mayor variación mensual. (mayo 85% - abril 83% - marzo 84%, febrero 85% y enero 83%).

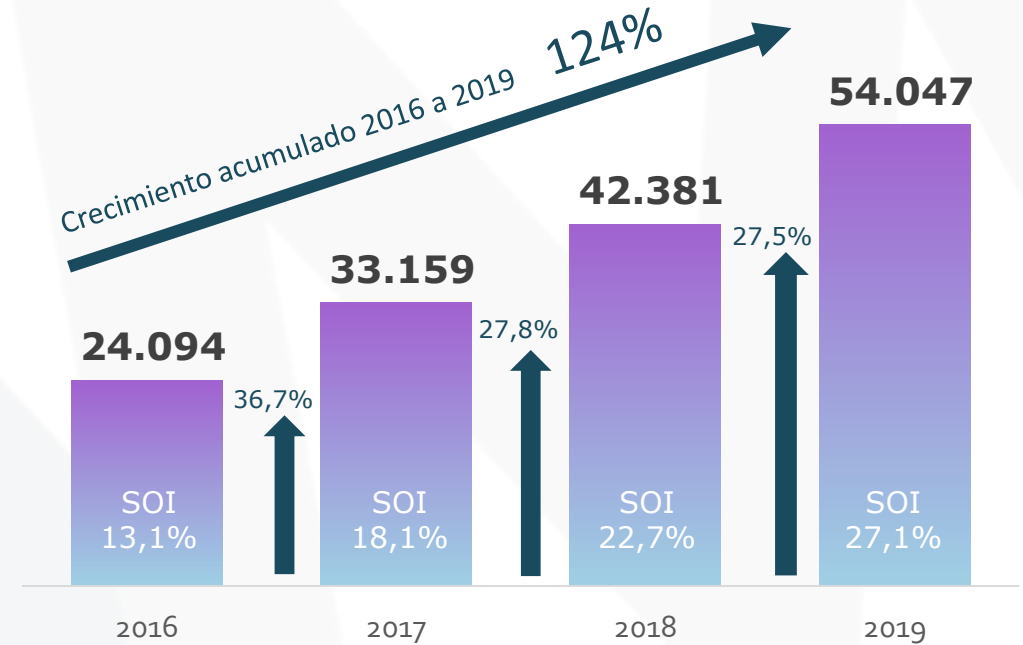
La **distribución por Canales** varía significativamente por tipo de compra:

- En el acumulado enero a mayo del 2019 la **compra Directa** concentra un **38%** en Social, un **26%** en Display, **16%** en Search, **14%** en Video, **5,6%** en Contenido y **1%** en Email.
- En tanto en la **compra Programática** el 50% es para video, 48% para Display, 2% Social y 1% Contenido.

**MAYO**



**ACUMULADA**



**Inversión | MAYO 2019**  
**\$12.062**

INVERSIÓN \$MM

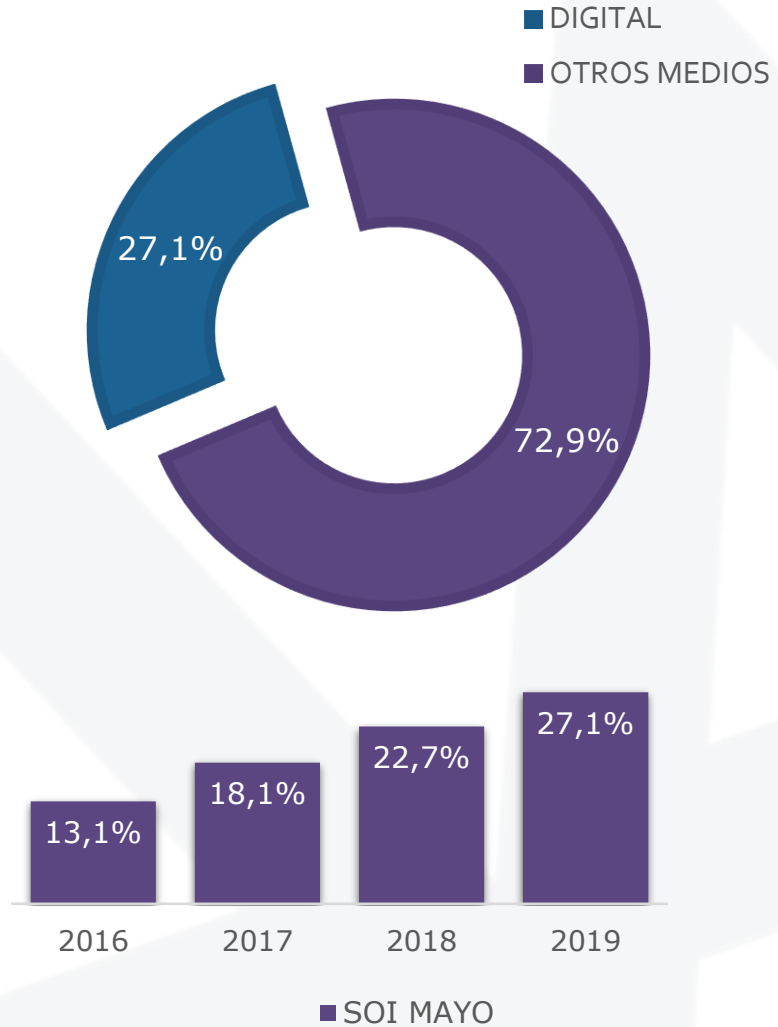
**Var% | MAYO 2019 vs. 2018**  
**13,6%**

**Inversión | ACUMULADA 2019**  
**\$54.047**

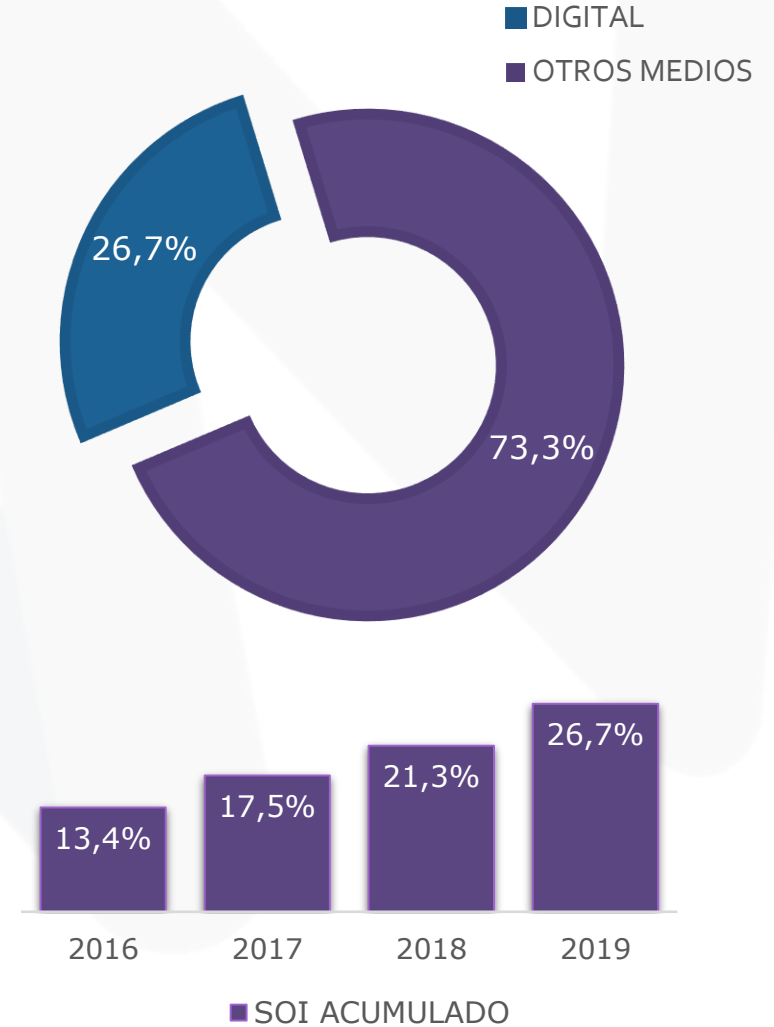
INVERSIÓN \$MM

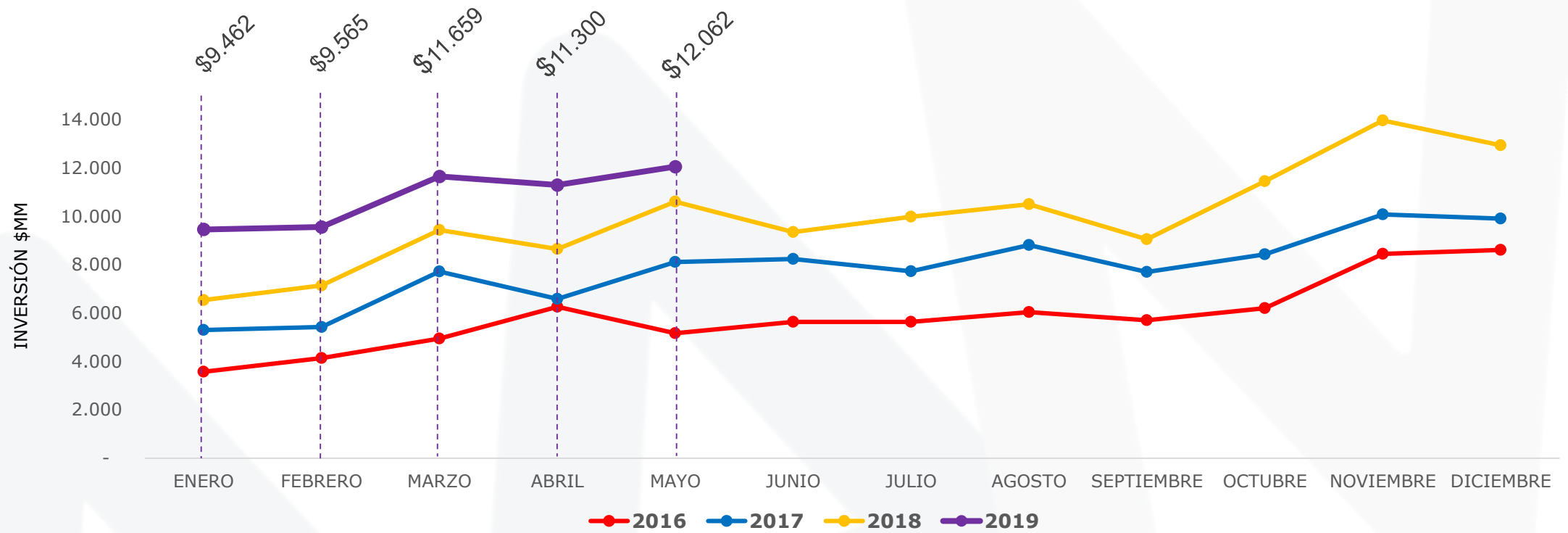
**Var% | ACUMULADA 2019 vs. 2018**  
**27,5%**

**MAYO**



**ACUMULADO**



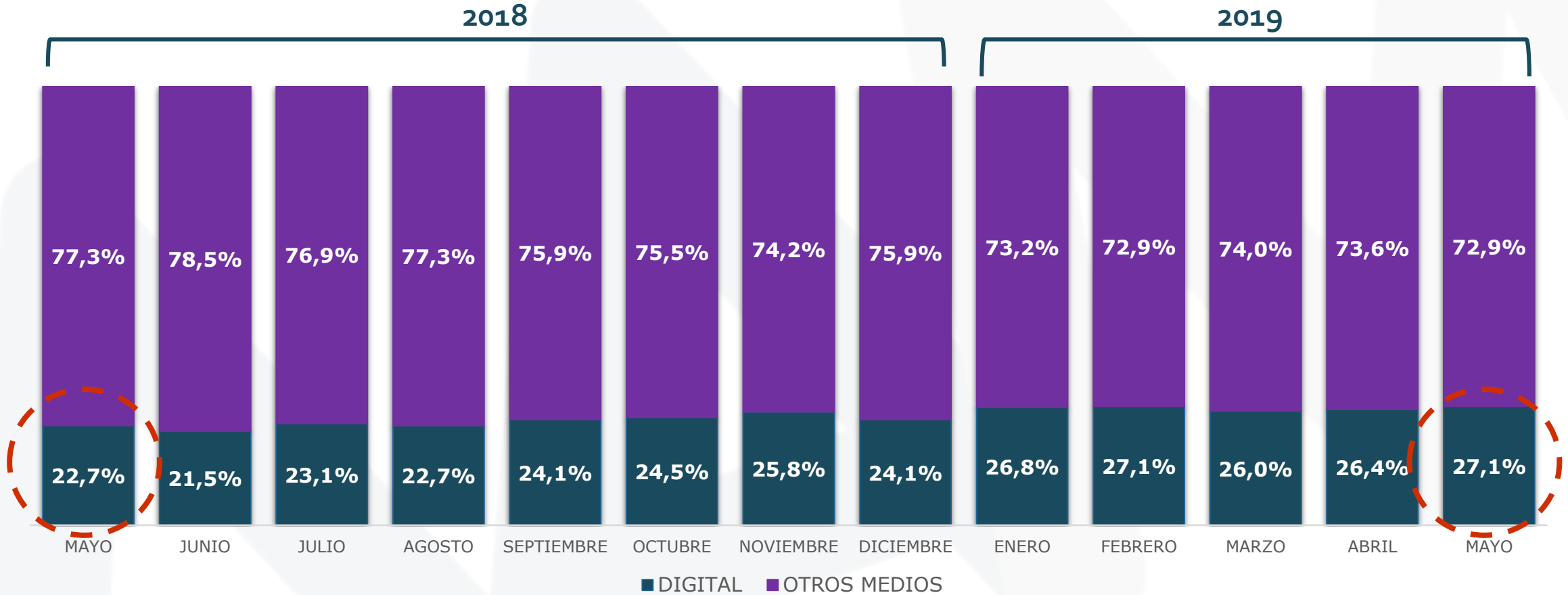


\$ (000)	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL ACUM.
2016	3.577.822	4.142.252	4.944.887	6.258.309	5.171.136	5.633.647	5.633.456	6.044.145	5.706.566	6.200.115	8.448.040	8.616.652	70.377.028
SHARE	5,1%	5,9%	7,0%	8,9%	7,3%	8,0%	8,0%	8,6%	8,1%	8,8%	12,0%	12,2%	
2017	5.302.908	5.426.593	7.722.148	6.587.995	8.119.245	8.237.757	7.731.017	8.819.257	7.706.110	8.433.864	10.086.730	9.907.499	94.081.123
SHARE	5,6%	5,8%	8,2%	7,0%	8,6%	8,8%	8,2%	9,4%	8,2%	9,0%	10,7%	10,5%	
2018	6.536.182	7.143.514	9.436.225	8.650.987	10.614.117	9.357.105	9.989.913	10.505.997	9.052.812	11.453.953	13.972.081	12.949.895	119.662.781
SHARE	5,5%	6,0%	7,9%	7,2%	8,9%	7,8%	8,3%	8,8%	7,6%	9,6%	11,7%	10,8%	
2019	9.462.261	9.564.508	11.658.966	11.299.848	12.061.786								54.047.369
SHARE	17,5%	17,7%	21,6%	20,9%	22,3%								
Var. vs 2018	44,8%	33,9%	23,6%	30,6%	13,6%								

DIGITAL SOCIOS AAM							VARIACIÓN				
MESES	ACUM 2016	\$UF	ACUM 2017	\$UF	ACUM 2018	\$UF	ACUMULADO 2019	\$. (000)	UF (000)	NOMINAL	REAL
ENERO	3.577.822	140	5.302.908	201	6.536.182	244		9.462.261	343	44,8%	40,8%
ENE A FEB	7.720.075	301	10.729.501	403	13.679.696	487		19.026.769	691	39,1%	41,8%
ENE A MAR	12.664.961	493	18.451.649	695	23.115.921	837		30.685.735	1.114	32,7%	33,0%
ENE A ABR	18.923.271	735	25.039.644	943	31.766.908	1.158		41.985.583	1.523	32,2%	31,5%
ENE A MAY	24.094.406	934	33.158.889	1.248	42.381.025	1.550		54.047.369	1.958	27,5%	26,3%
ENE A JUN	29.728.054	1.151	41.396.646	1.557	51.738.130	1.895					
ENE A JUL	35.361.510	1.367	49.127.663	1.847	61.728.043	2.263					
ENE A AG	41.405.655	1.597	57.946.920	2.179	72.234.040	2.648					
ENE A SEPT	47.112.221	1.815	65.653.030	2.469	81.286.852	2.980					
ENE A OCT	53.312.336	2.051	74.086.894	2.785	92.740.805	3.398					
ENE A NOV	61.760.376	2.373	84.173.624	3.163	106.712.886	3.906					
ENE A DIC	70.377.028	2.700	94.081.123	3.533	119.662.781	4.376					

MES	2016	VAR 16 - 15	2017	VAR 17-16	2018	VAR 18-17	2019	VAR 19-18
ENERO	3.577	107%	5.303	48%	6.536	23%	9.462	44,8%
FEBRERO	4.142	125%	5.427	31%	7.144	32%	9.565	33,9%
MARZO	4.944	87%	7.722	56%	9.436	22%	11.659	23,6%
ABRIL	6.258	136%	6.588	5%	8.651	31%	11.300	30,6%
MAYO	5.171	77%	8.119	57%	10.614	31%	12.062	13,6%
JUNIO	5.633	66%	8.238	46%	9.357	14%		
JULIO	5.633	113%	7.731	37%	9.990	29%		
AGOSTO	6.044	124%	8.819	46%	10.506	19%		
SEPTIEMBRE	5.706	131%	7.706	35%	9.053	17%		
OCTUBRE	6.200	47%	8.434	36%	11.454	36%		
NOVIEMBRE	8.448	62%	10.087	19%	13.972	39%		
DECIEMBRE	8.616	42%	9.907	15%	12.950	31%		
<b>TOTAL</b>	<b>70.372</b>	<b>83%</b>	<b>94.081</b>	<b>34%</b>	<b>119.663</b>	<b>27%</b>		





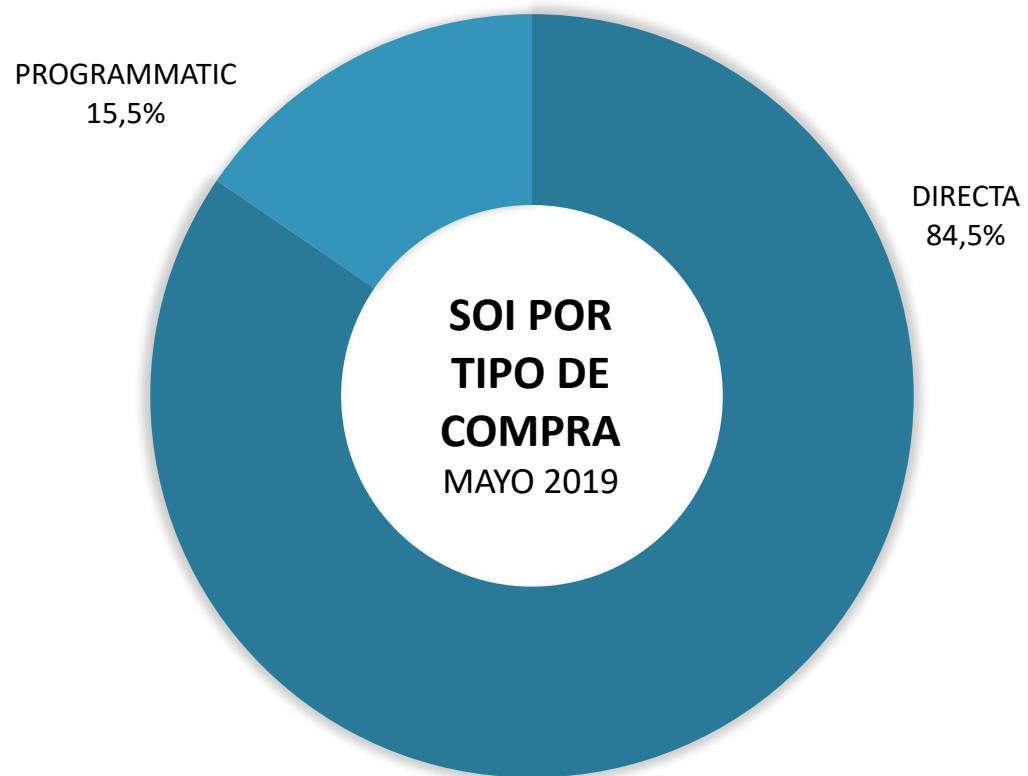
↑ 19% crece el SOI mayo 2019 vs. mayo 2018

# INVERSIÓN DIGITAL

## POR TIPO Y CANALES DE COMPRA

MAYO 2019

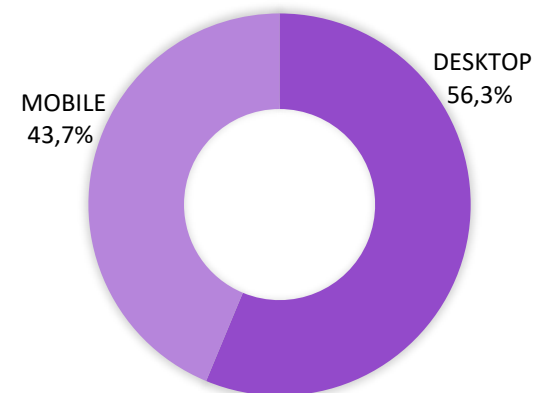
Inversión Real Socios AAM



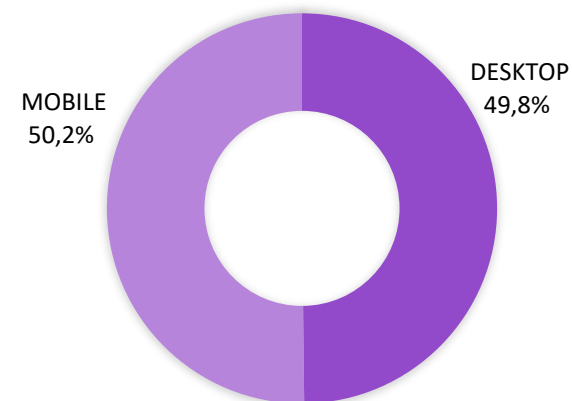
## SOI POR DISPOSITIVO Y TIPO DE COMPRA

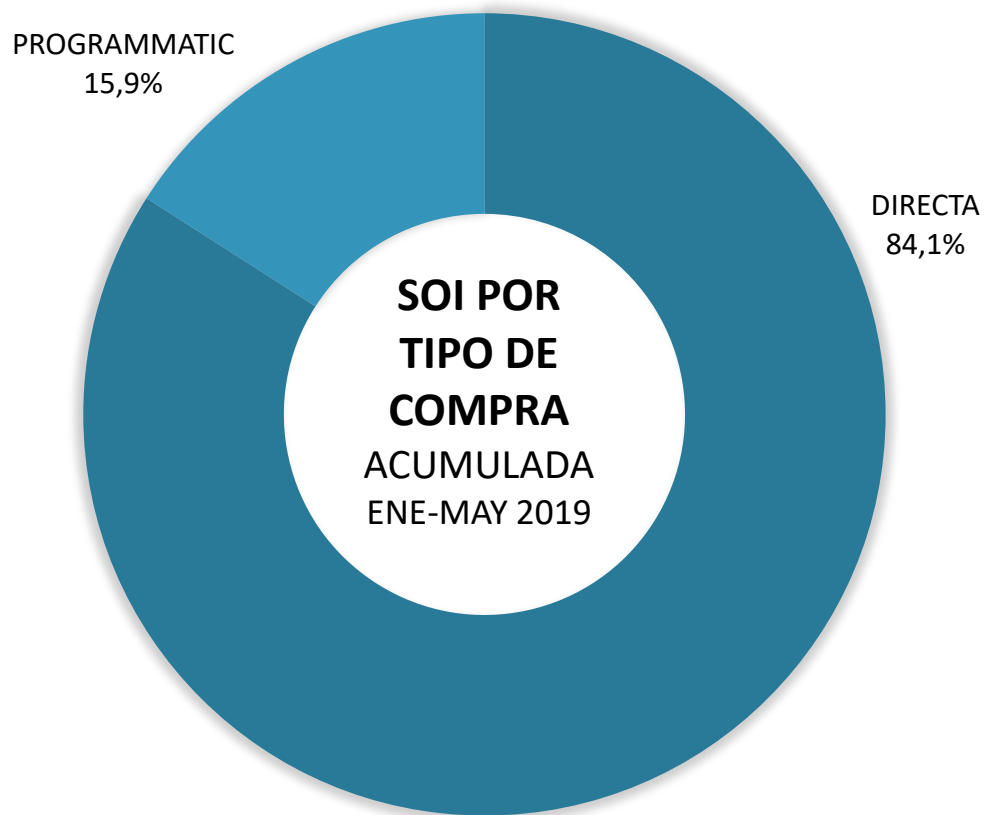
MAYO 2019

### DIRECTA



### PROGRAMMATIC

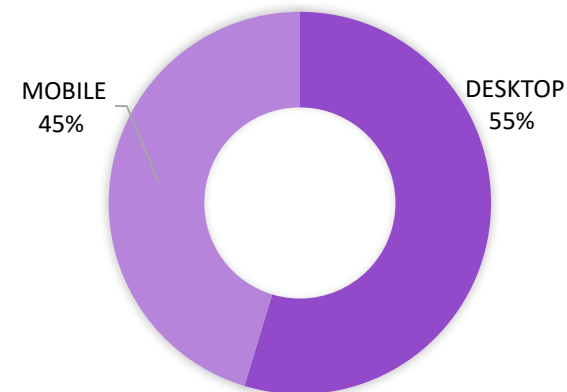




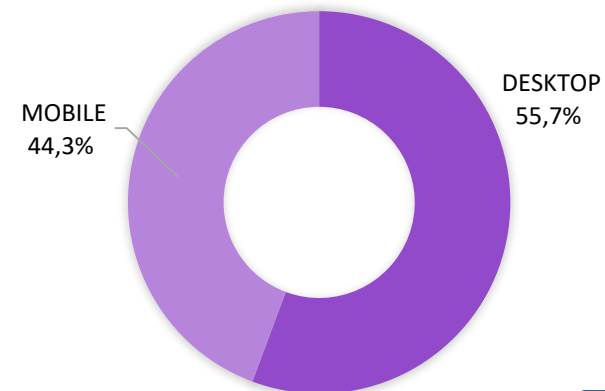
## SOI POR DISPOSITIVO Y TIPO DE COMPRA

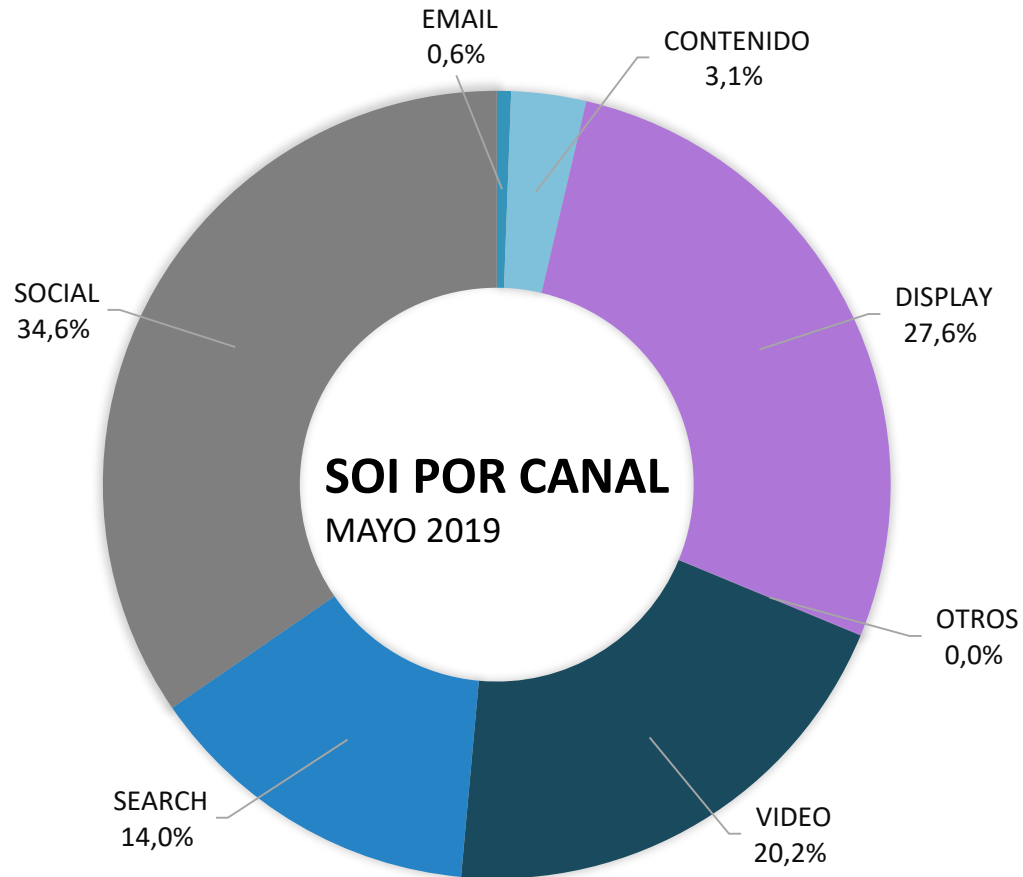
ACUMULADA ENE-MAY 2019

### DIRECTA



### PROGRAMMATIC

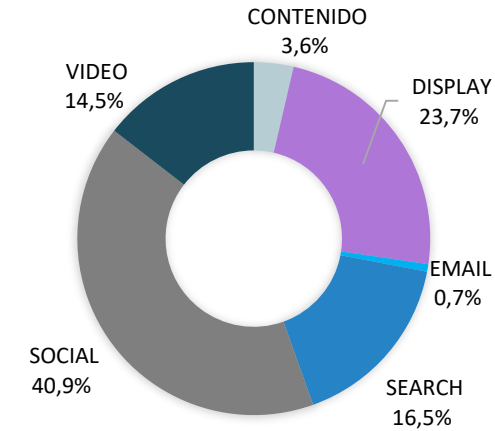




## SOI POR CANAL Y TIPO DE COMPRA

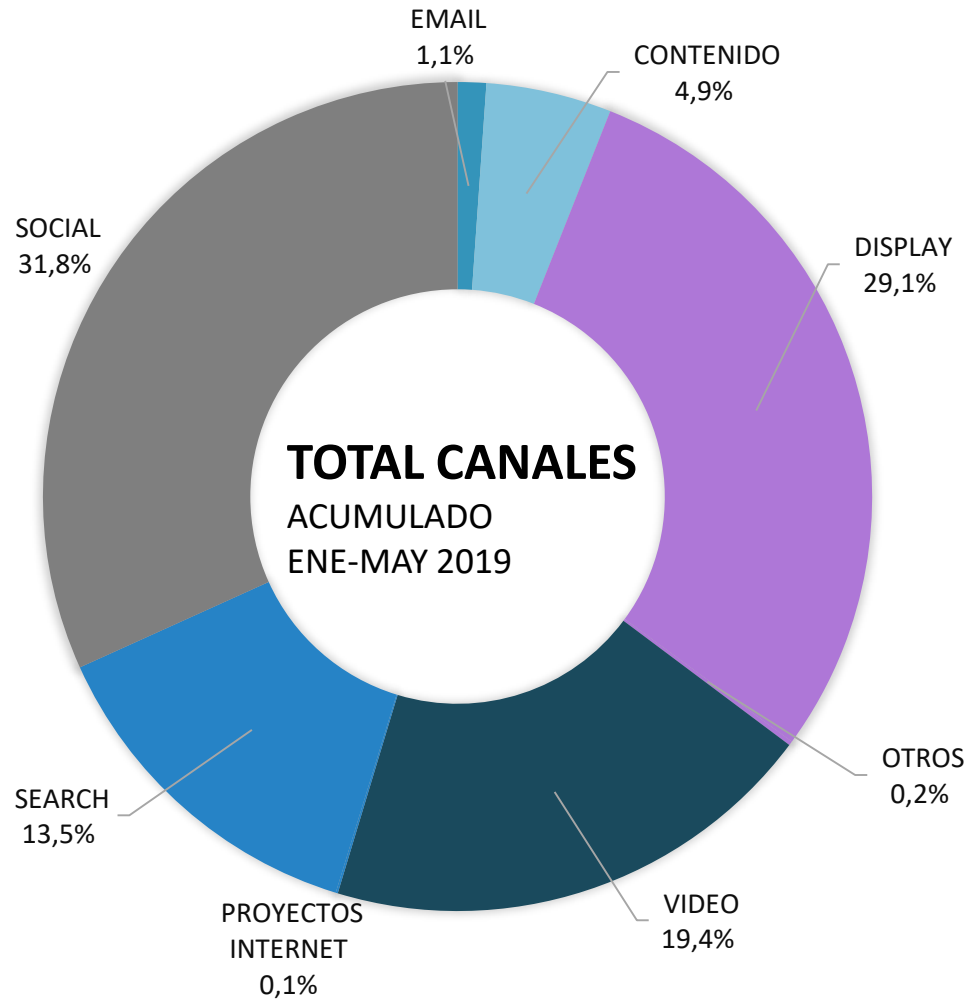
MAYO 2019

### DIRECTA



### PROGRAMMATIC

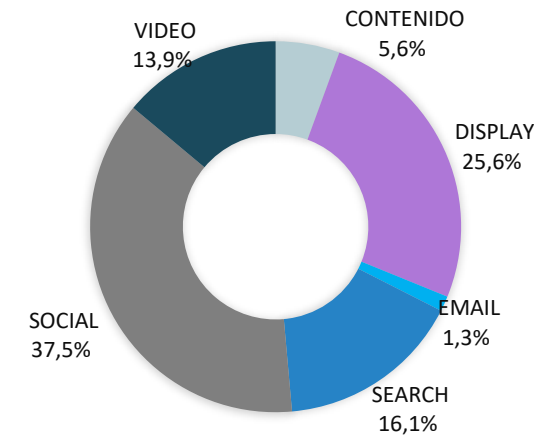




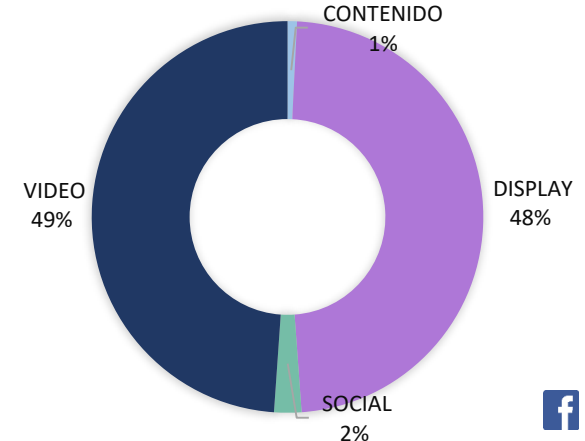
## SOI POR CANAL Y TIPO DE COMPRA

ACUMULADO ENE-MAY 2019

### DIRECTA



### PROGRAMMATIC



## METODOLOGÍA

1. El siguiente 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 corresponde 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.

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



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