

ABRIL
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 comercial, **desarrolla 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 **los hace ser actores relevantes dentro de la publicidad online de Chile.**

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

CONTENIDO

- Inversión Digital 2016 - 2019
- SOI Digital
- Estacionalidad Digital Mensual y Acumulada
- 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.

El mes de abril 2020 tuvo una nueva disminución debido a la pandemia mundial COVID-19 de **-26%** vs. igual mes 2019, y para el periodo acumulado 2020 la variación de inversión fue de **-7%** vs. igual periodo 2019.

El SOI Digital abril 2020 fue un **37,7%** sobre el total de la inversión en medios, aumentando en 11 puntos porcentuales vs. igual mes 2019, el acumulado enero - abril fue un **36,7%**, es decir, un crecimiento de 9,9 puntos porcentuales vs. igual periodo 2019. En abril 2020 el SOI disminuyó en 2,4 puntos porcentuales respecto a marzo de este mismo año.

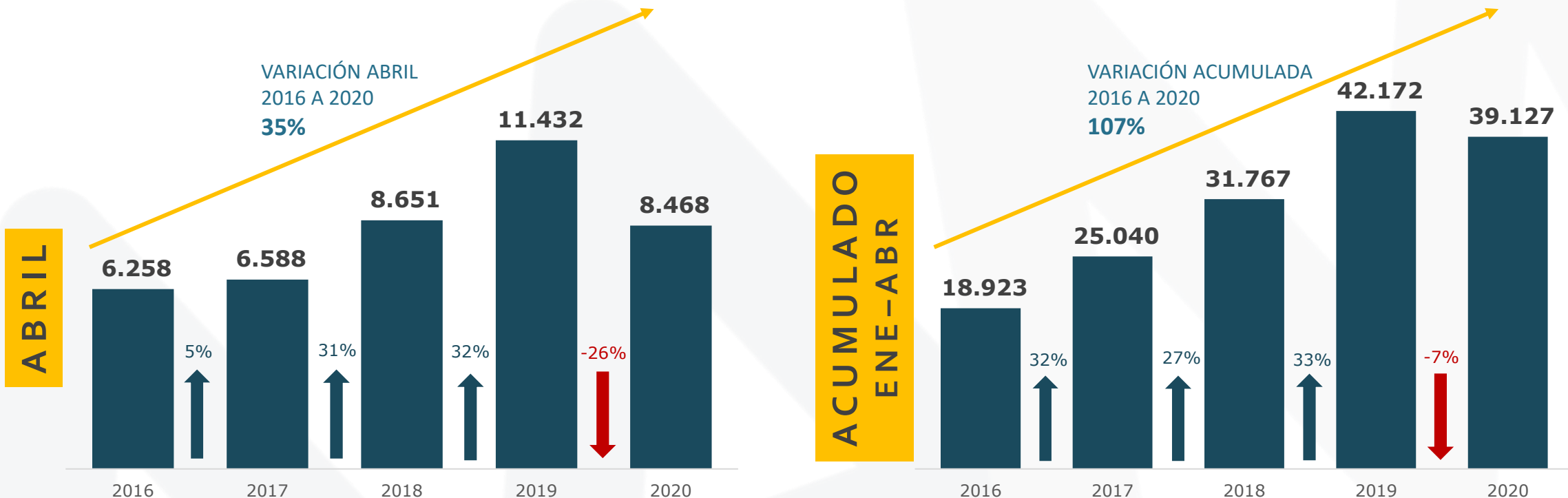
En cuanto a la inversión por **Tipo de Compra**, en abril 2020 el SOI se distribuyó en un **85%** a Directa y **15%** a Programmatic, y para el periodo acumulado enero - abril el share fue de un **84%** y **16%**, respectivamente.

El SOI por Canal en Compra Directa en abril 2020 fue de un **42%** para Social, un **22%** Display, **20%** Search, **11%** Video, **4%** Contenido, **0,4%** Email y **0,3%** Audio. En relación con el mes de marzo 2020 se registro un aumento de share en SOCIAL y SEARCH, como también una disminución de inversión en VIDEO y levemente en CONTENIDO y DISPLAY.

El SOI por Canal en Compra Programática para abril fue un **50,7%** en Display, **48,5%** Video y **0,8%** Audio. En comparación con el mes de marzo 2020, Video y Audio experimentan un alza y Display disminuye.

INVERSIÓN DIGITAL | SOCIOS AAM

ABRIL Y ACUMULADO ENE-ABR 2016 A 2020 EN MM\$ - CIFRAS NOMINALES



Inversión |
ABRIL 2020
\$8.468

INVERSIÓN \$MM

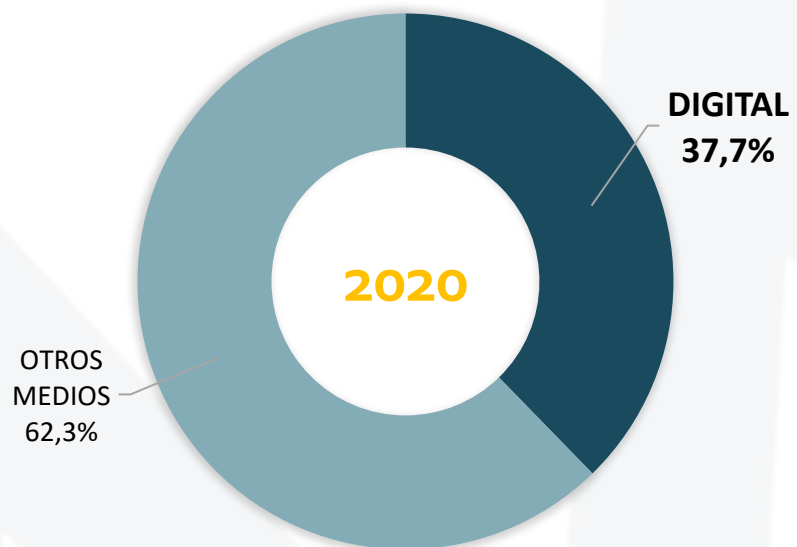
%Var | **ABRIL**
2020 vs. 2019
-26%

Inversión |
ACUMULADA
2020
\$39.127

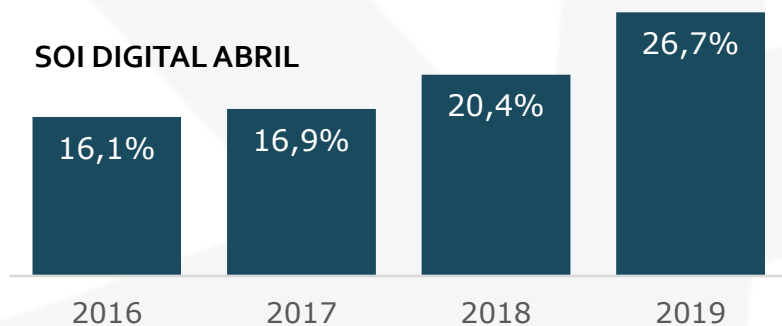
INVERSIÓN \$MM

%Variación |
ACUMULADA
2020 vs. 2019
-7%

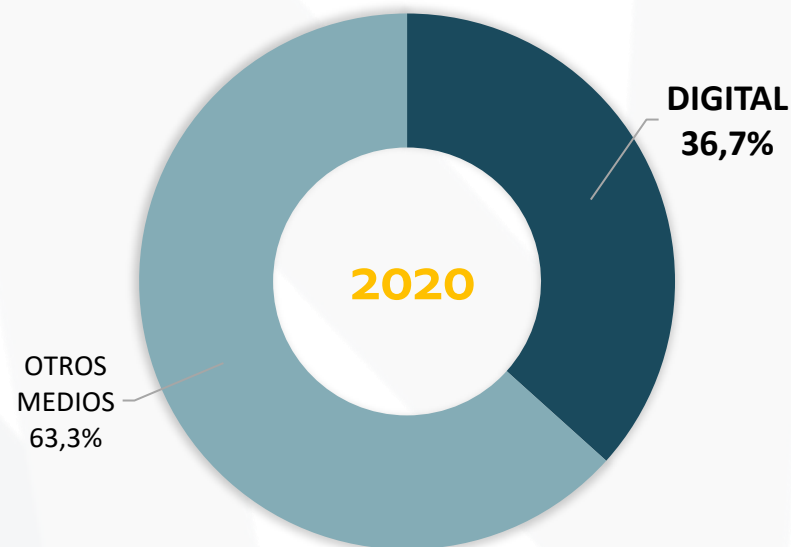
ABRIL



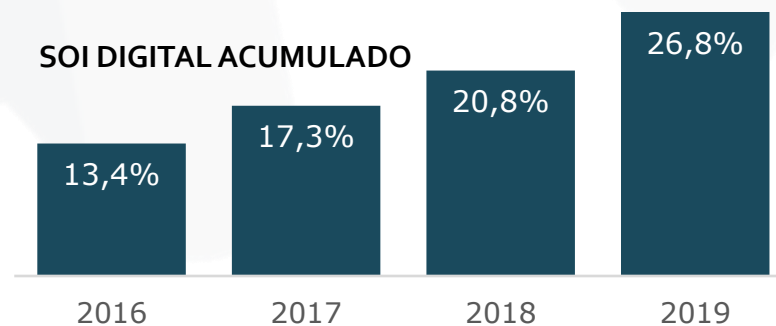
SOI DIGITAL ABRIL



ACUMULADO
ENE-ABR

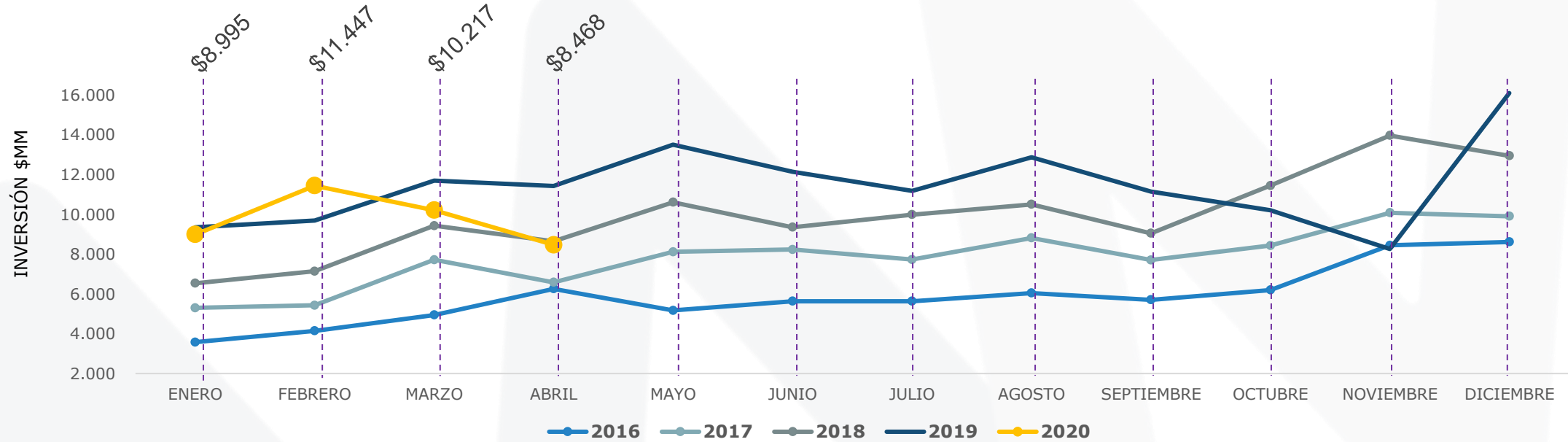


SOI DIGITAL ACUMULADO



ESTACIONALIDAD DIGITAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

AÑO 2016-2017-2018-2019-2020 A ABRIL | 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
SHARE	5%	6%	7%	9%	7%	8%	8%	9%	8%	9%	12%	12%	
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
SHARE	6%	6%	8%	7%	9%	9%	8%	9%	8%	9%	11%	11%	
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
SHARE	5%	6%	8%	7%	9%	8%	8%	9%	8%	10%	12%	11%	
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
SHARE	7%	7%	9%	8%	10%	9%	8%	9%	8%	7%	6%	12%	
2020	8.995	11.447	10.217	8.468	-	-	-	-	-	-	-	-	39.127
SHARE	23%	29%	26%	22%									
Var. 2020 vs. 2019	-3,8%	18,1%	-12,7%	-25,9%									

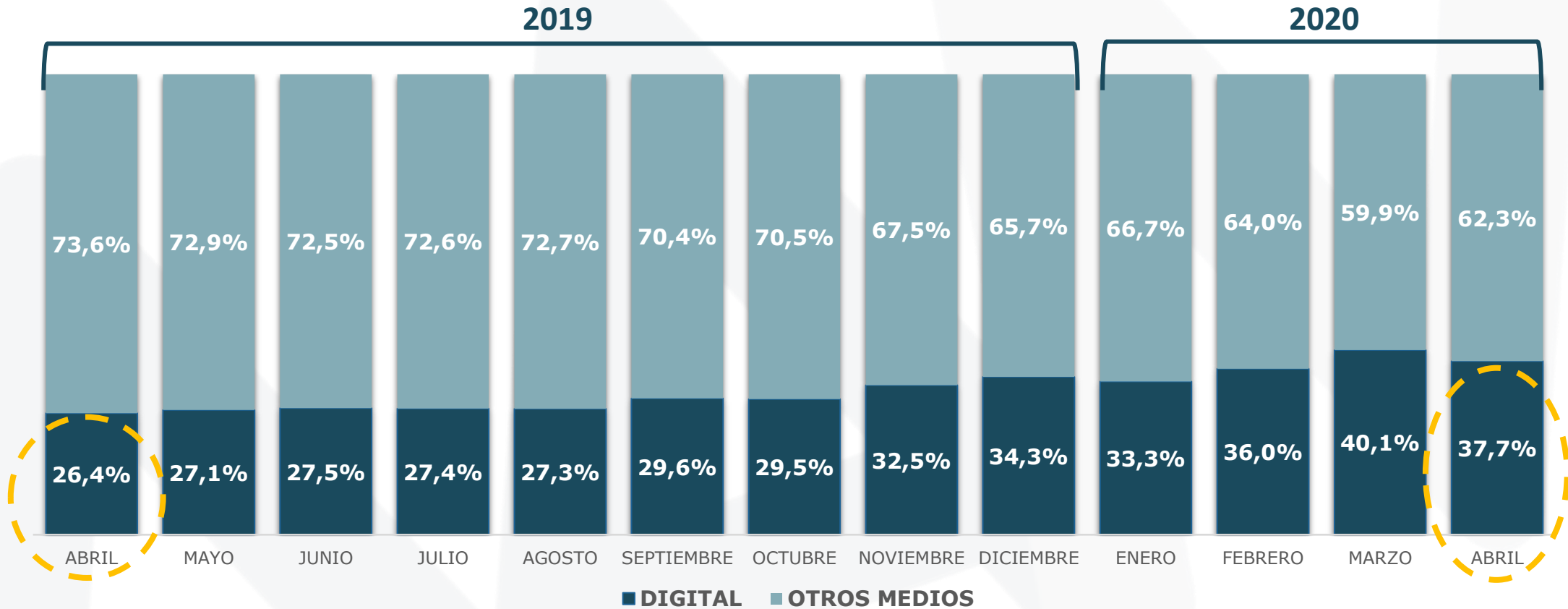
VARIACIÓN MENSUAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

AÑOS 2016-2017-2018-2019-2020 A ABRIL | 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%	6.536	23%	9.349	43%	8.995	-4%
FEBRERO	4.142	5.427	31%	7.144	32%	9.689	36%	11.447	18%
MARZO	4.944	7.722	56%	9.436	22%	11.702	24%	10.217	-13%
ABRIL	6.258	6.588	5%	8.651	31%	11.432	32%	8.468	-26%
MAYO	5.171	8.119	57%	10.614	31%	13.510	27%		
JUNIO	5.633	8.238	46%	9.357	14%	12.144	30%		
JULIO	5.633	7.731	37%	9.990	29%	11.187	12%		
AGOSTO	6.044	8.819	46%	10.506	19%	12.882	23%		
SEPTIEMBRE	5.706	7.706	35%	9.053	17%	11.146	23%		
OCTUBRE	6.200	8.434	36%	11.454	36%	10.215	-11%		
NOVIEMBRE	8.448	10.087	19%	13.972	39%	8.266	-41%		
DICIEMBRE	8.616	9.907	15%	12.950	31%	16.107	24%		
TOTAL	70.372	94.081	34%	119.663	27%	137.630	15%	39.127	

SOI DIGITAL AÑO MÓVIL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

ABRIL 2019 A ABRIL 2020



Crecimiento SOI: 11,3 puntos porcentuales ABRIL 2020 vs. 2019

INVERSIÓN DIGITAL

POR TIPO Y CANALES DE COMPRA

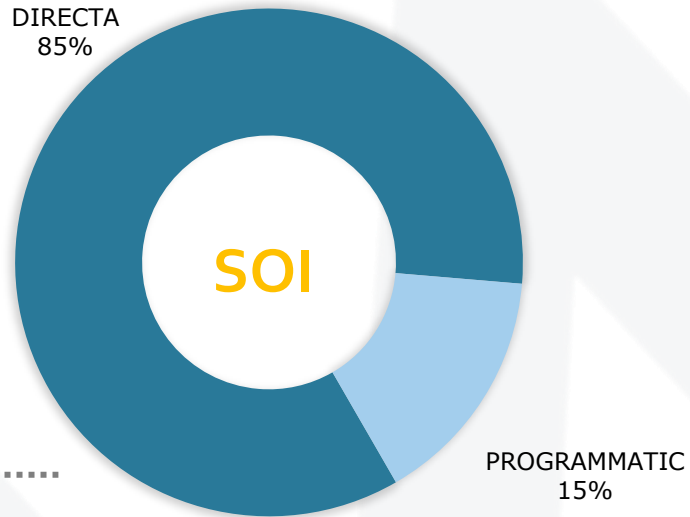
Inversión Real Socios AAM

ABRIL 2020

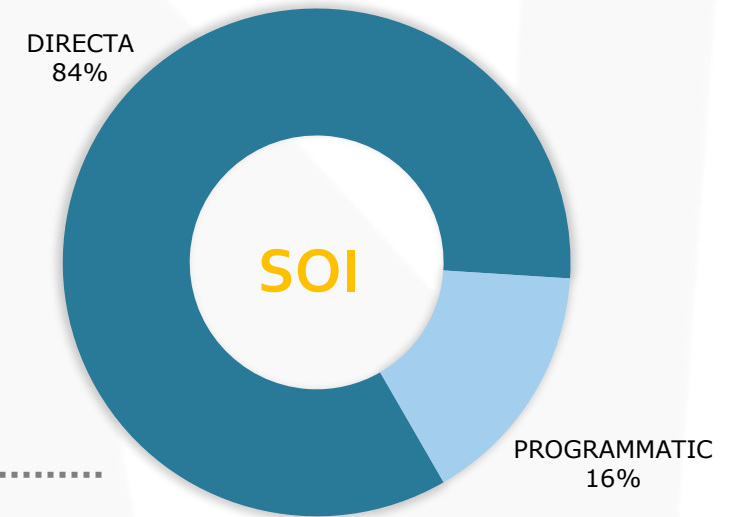
SOI DIGITAL POR TIPO DE COMPRA | SOCIOS AAM

ABRIL Y ACUMULADO ENERO-ABRIL 2020

**ABRIL
2020**



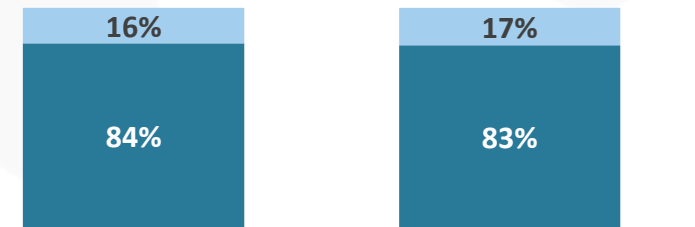
**ACUMULADO
ENE-ABR 2020**



■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



ABRIL 2018

ABRIL 2019

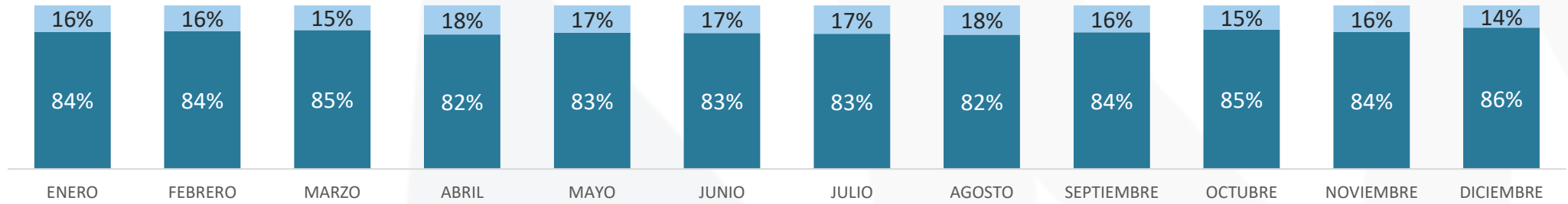
ACUM ABRIL 2018

ACUM ABRIL 2019

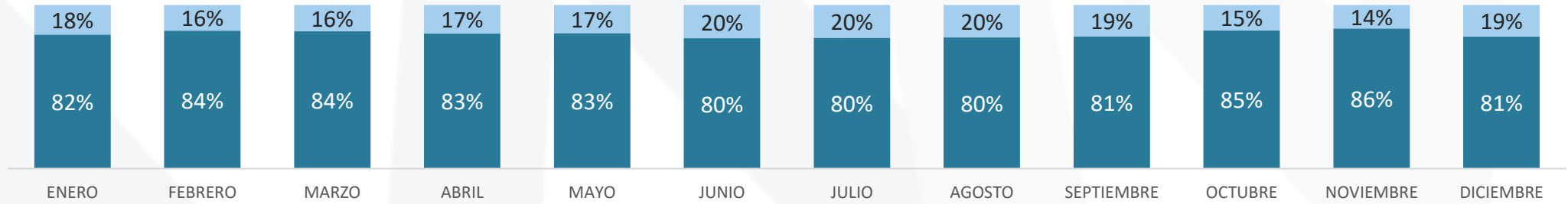
ESTACIONALIDAD HISTÓRICA TIPO DE COMPRA | SOCIOS AAM

AÑO 2018 – 2019 – 2020 A ABRIL

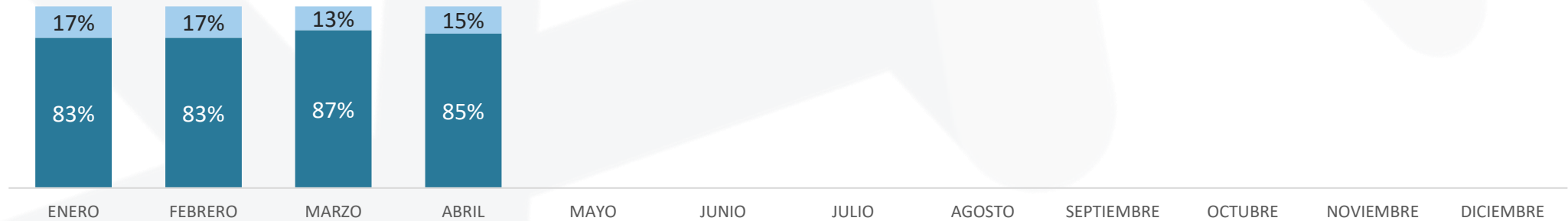
SOI 2018



SOI 2019

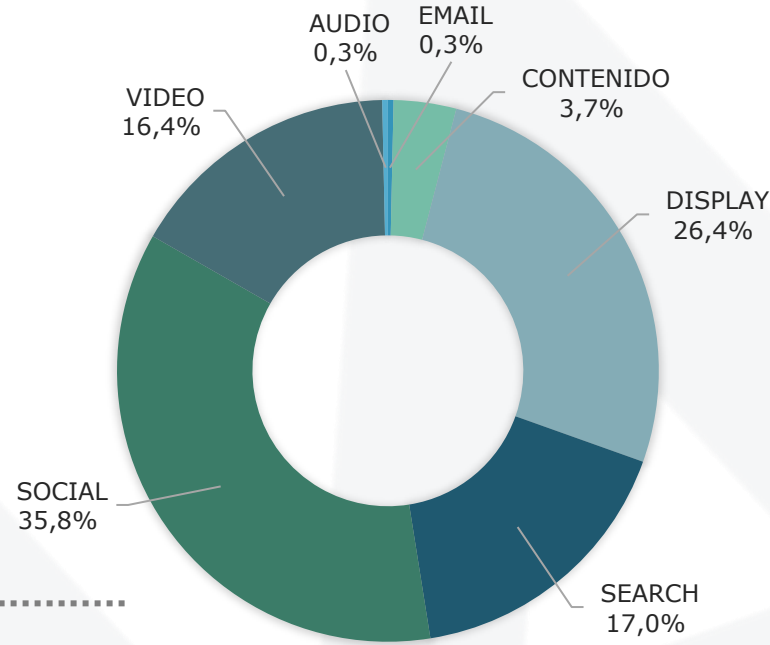


SOI 2020



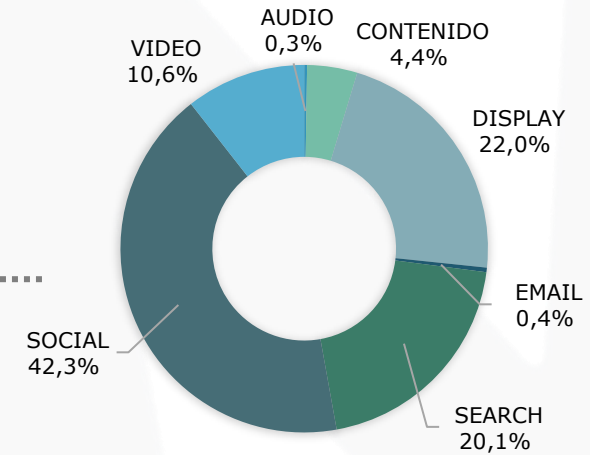
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC

SOI POR CANAL ABRIL 2020

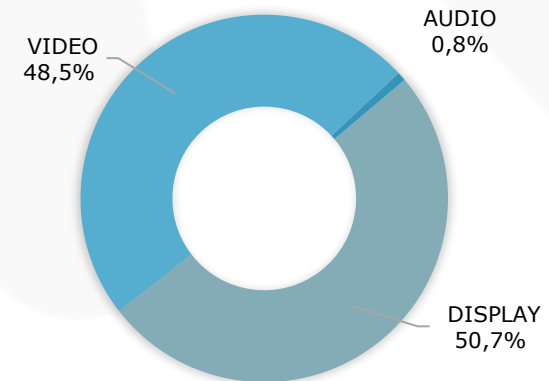


SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL ABRIL 2020

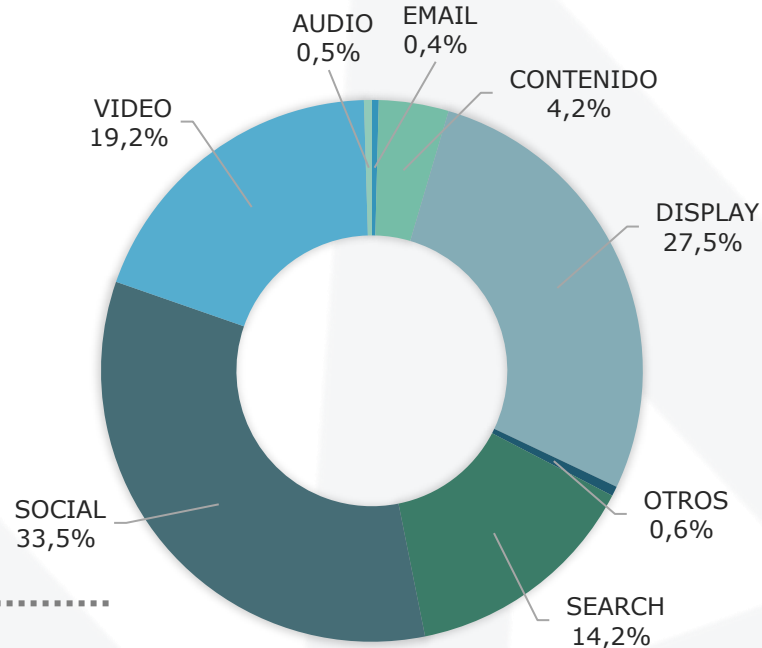
DIRECTA



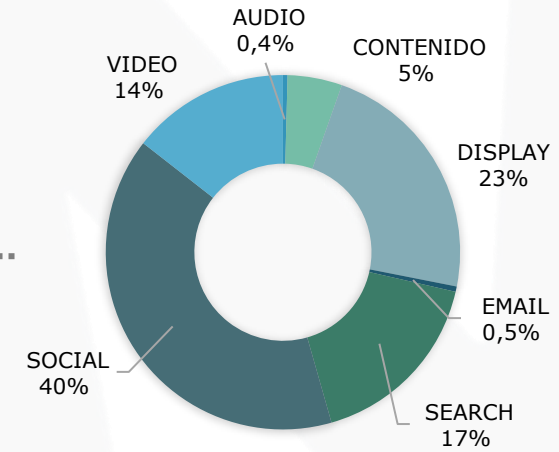
PROGRAMMATIC



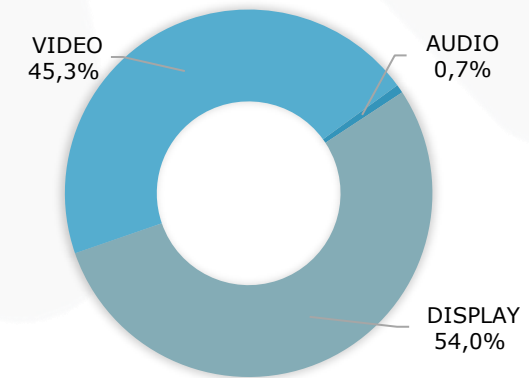
SOI POR CANAL ACUMULADO ENE-ABR 2020



DIRECTA



PROGRAMMATIC



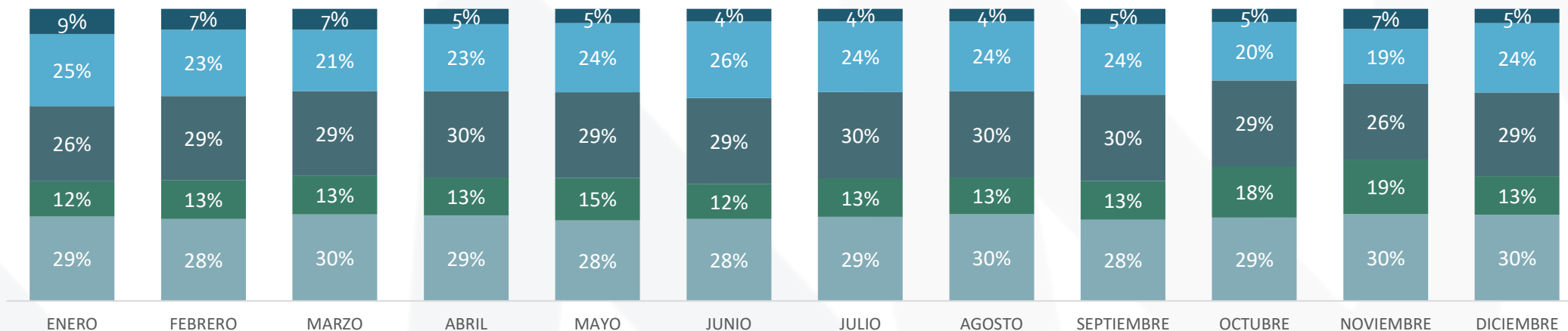
SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL

ACUMULADO ENE-ABR 2020

ESTACIONALIDAD HISTÓRICA TIPO DE CANAL | SOCIOS AAM

AÑO 2019 – 2020 A ABRIL

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.

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



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