

# INVERSIÓN DIGITAL

REAL SOCIOS AAM

AGOSTO 2019



aam.cl

**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 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 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 de incorpora AUDIO como nuevo Canal de Compra y se elimina la separación de Desktop y Mobile. Se hace un reproceso desde enero 2019.

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

## RESUMEN INVERSIÓN DIGITAL ENERO–AGOSTO 2019

CIFRAS NOMINALES – INVERSIÓN REAL ASOCIADOS AAM

El crecimiento acumulado **enero – agosto** desde el año **2016 al 2019** es de un **118%** y en el **mes de agosto** igual periodo es de un **97%**.

El SOI de Digital del mes de **agosto como también en el acumulado a agosto** es de un **27%** vs. total inversión en Medios.

Para el periodo **enero – agosto 2019** la Inversión Digital **creció un 25% vs.** igual periodo **2018**, lo que representa un **SOI del 27% vs. 22%** del año 2018.

En el mes de **agosto 2019** la Inversión Digital obtiene un **crecimiento del 13%** vs. igual mes del año anterior, logrando un **SOI del 27% vs. 23%** del año 2018.

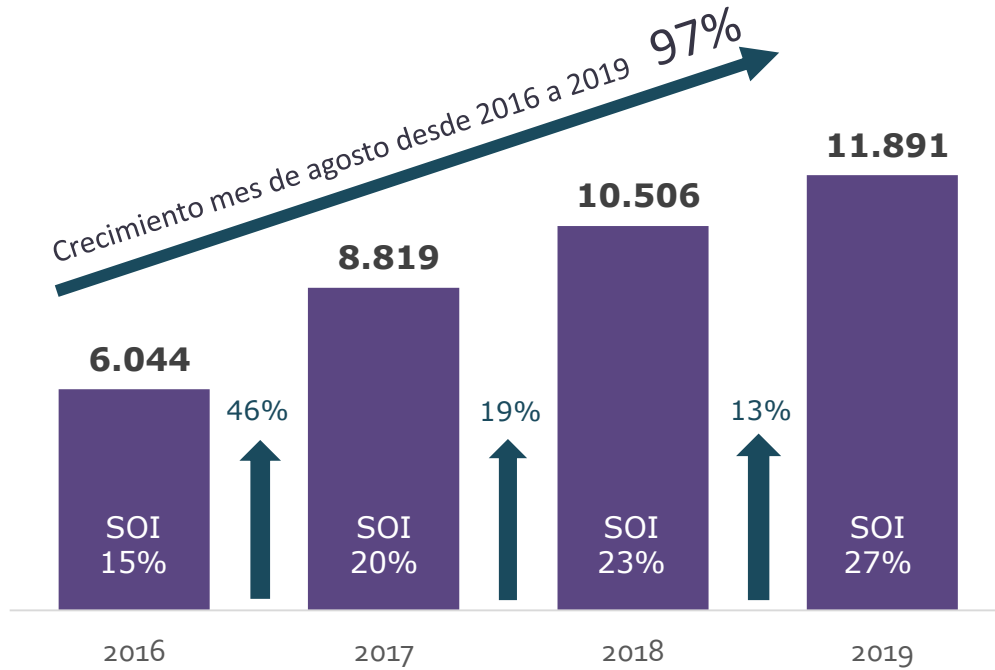
La Inversión Digital en agosto, al igual que en el mes de julio, **tiene un crecimiento menor** (12% y 13% respectivamente), **comparado** con el **30%** del obtenido durante el **1º semestre del año**.

El **SOI por tipo de compra** en el periodo **enero – agosto 2019** es de un **82% Compra Directa** y **18% Compra Programática** y para el mes de **agosto** es un **79% y 21% respectivamente**.

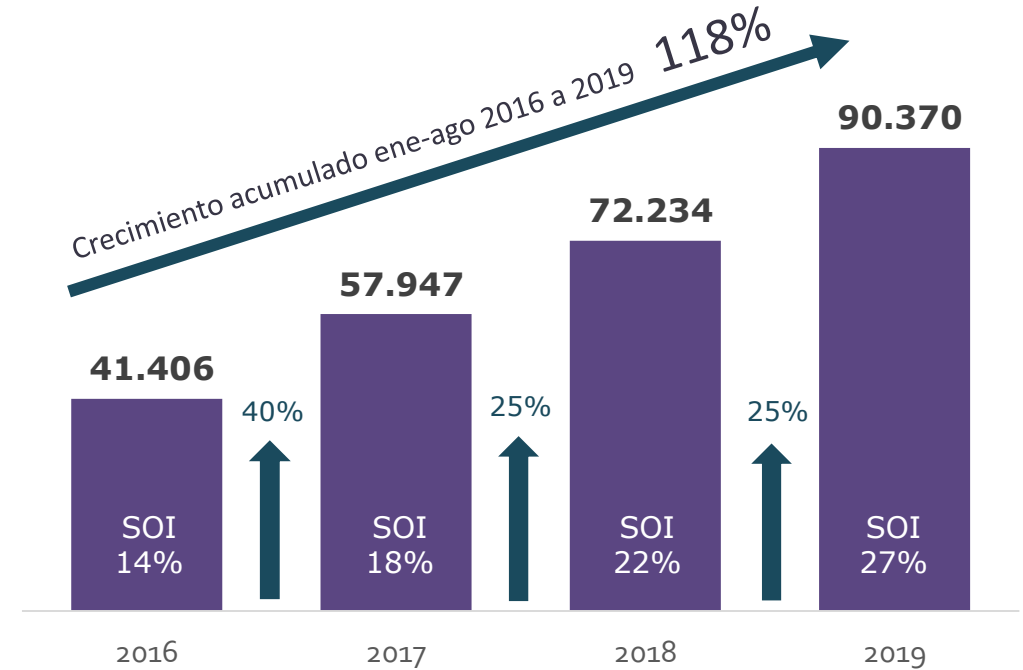
En el periodo **enero – agosto 2019** la **Compra Directa** concentra un **38%** de su inversión en Social, un **21%** en Display, **20%** en Video, **15%** en Search, **6%** en Contenido, **0,4%** en Audio y **0,3%** en Email.

En tanto en la **Compra Programática** el **54%** es para Video, **45%** para Display y **1%** para Audio en igual periodo.

## AGOSTO



## ACUMULADO



Inversión |  
AGOSTO 2019  
**\$11.891**

INVERSIÓN \$MM

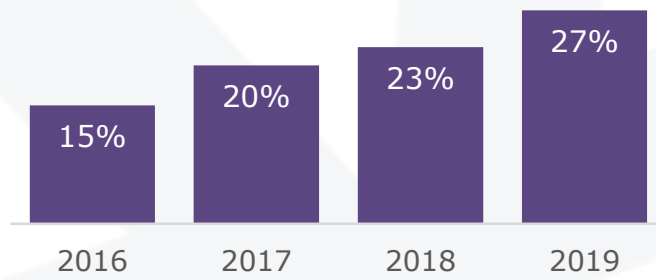
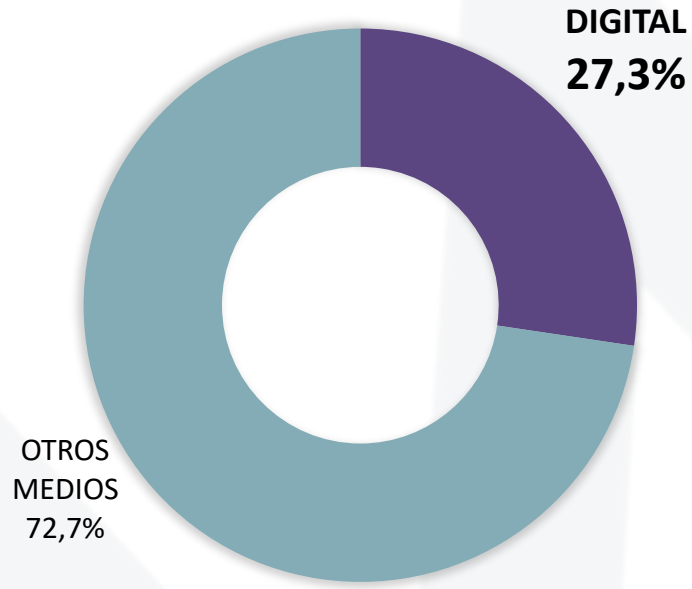
Var% | AGOSTO  
2019 vs. 2018  
**13%**

Inversión |  
ACUMULADA  
2019  
**\$90.370**

INVERSIÓN \$MM

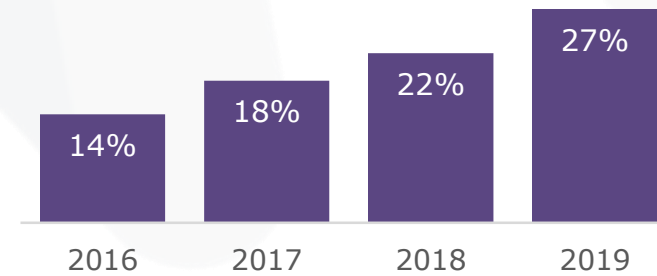
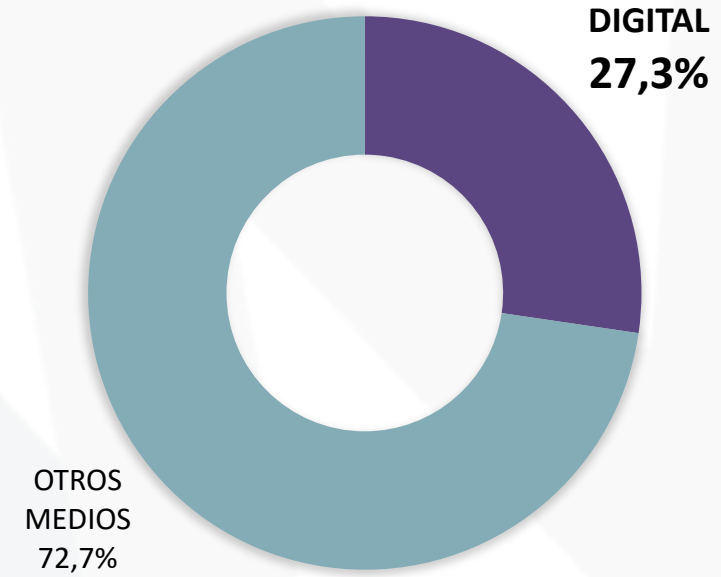
Var% |  
ACUMULADA  
2019 vs. 2018  
**25%**

**AGOSTO**

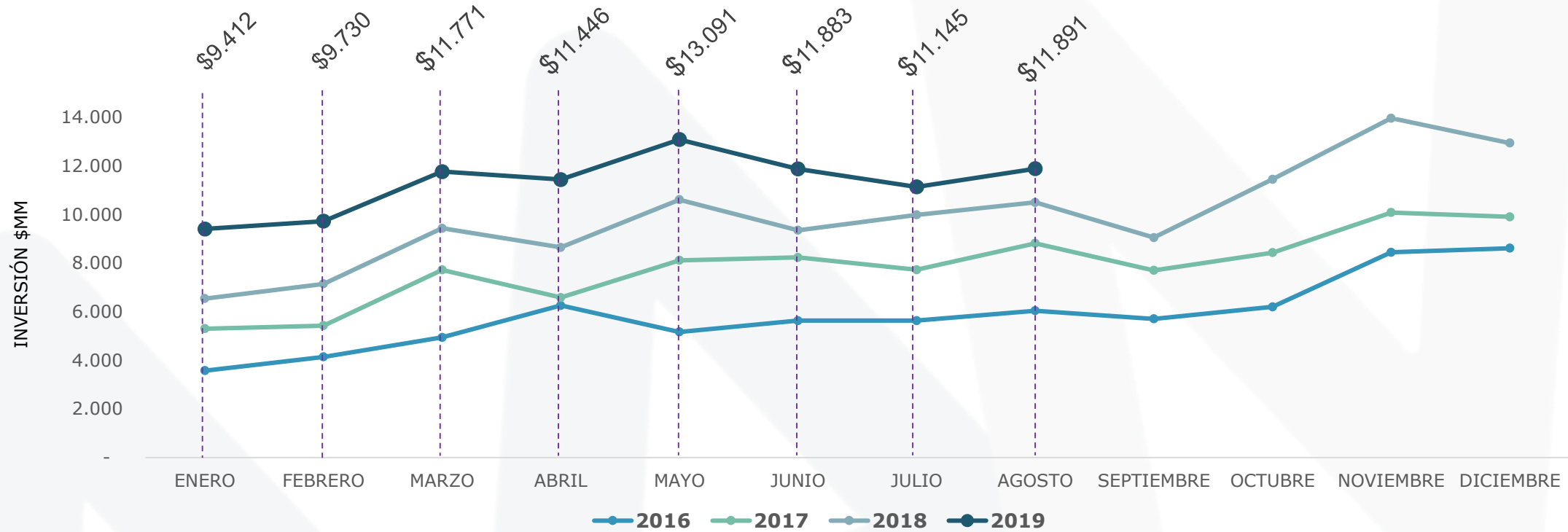


**SOI AGOSTO**

**ACUMULADO**

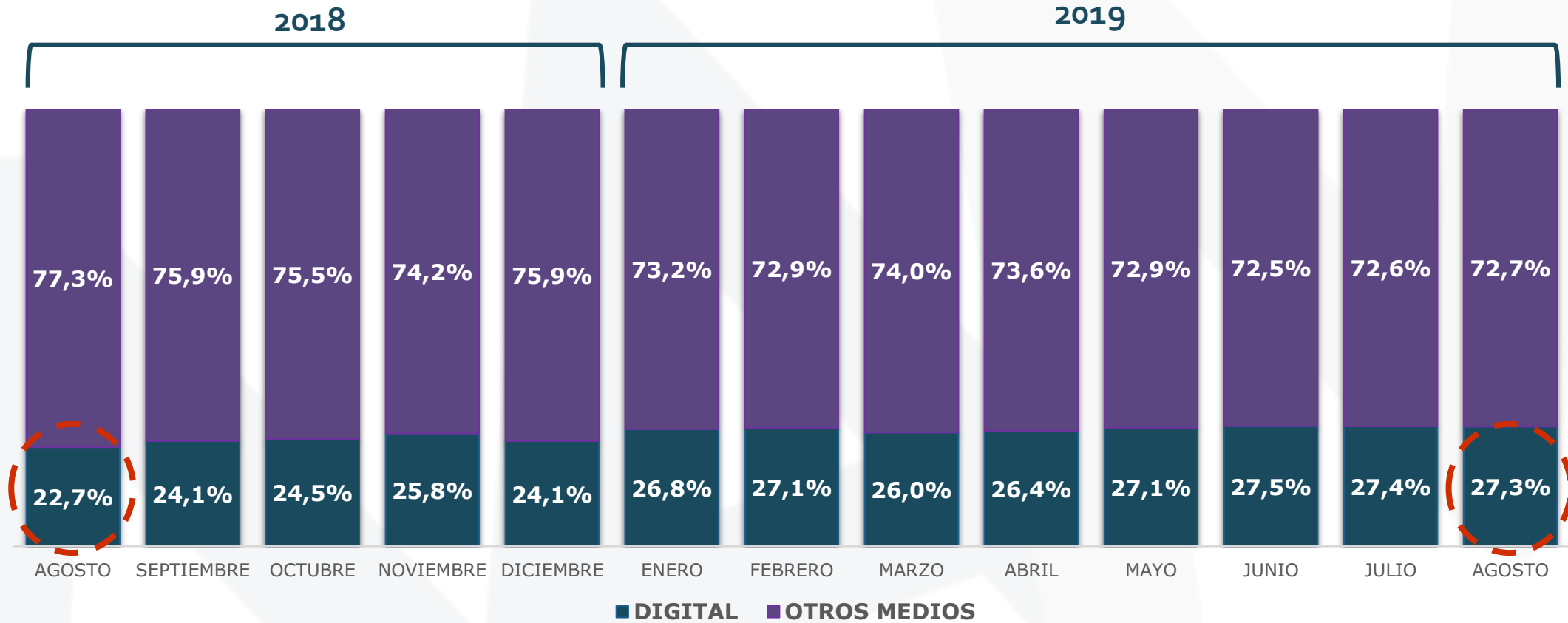


**SOI ACUMULADO ENE-AGO**



\$(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%	6%	7%	9%	7%	8%	8%	9%	8%	9%	12%	12%	
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	6%	6%	8%	7%	9%	9%	8%	9%	8%	9%	11%	11%	
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%	6%	8%	7%	9%	8%	8%	9%	8%	10%	12%	11%	
2019	9.411.859	9.730.189	11.771.399	11.446.105	13.091.201	11.882.919	11.145.063	11.891.382	-	-	-	-	90.370.117
SHARE	10%	11%	13%	13%	14%	13%	12%	13%					
Var. vs 2018	44%	36%	25%	32%	23%	27%	12%	13%					

MES	2015	2016	VAR 16 - 15	2017	VAR 17-16	2018	VAR 18-17	2019	VAR 19-18
ENERO	1.731	3.577	107%	5.303	48%	6.536	23%	9.412	44%
FEBRERO	1.837	4.142	125%	5.427	31%	7.144	32%	9.730	36%
MARZO	2.646	4.944	87%	7.722	56%	9.436	22%	11.771	25%
ABRIL	2.648	6.258	136%	6.588	5%	8.651	31%	11.446	32%
MAYO	2.921	5.171	77%	8.119	57%	10.614	31%	13.091	23%
JUNIO	3.388	5.633	66%	8.238	46%	9.357	14%	11.883	27%
JULIO	2.643	5.633	113%	7.731	37%	9.990	29%	11.145	12%
AGOSTO	2.694	6.044	124%	8.819	46%	10.506	19%	11.891	13%
SEPTIEMBRE	2.467	5.706	131%	7.706	35%	9.053	17%		
OCTUBRE	4.231	6.200	47%	8.434	36%	11.454	36%		
NOVIEMBRE	5.220	8.448	62%	10.087	19%	13.972	39%		
DICIEMBRE	6.061	8.616	42%	9.907	15%	12.950	31%		
<b>TOTAL</b>	<b>38.487</b>	<b>70.372</b>	<b>83%</b>	<b>94.081</b>	<b>34%</b>	<b>119.663</b>	<b>27%</b>		



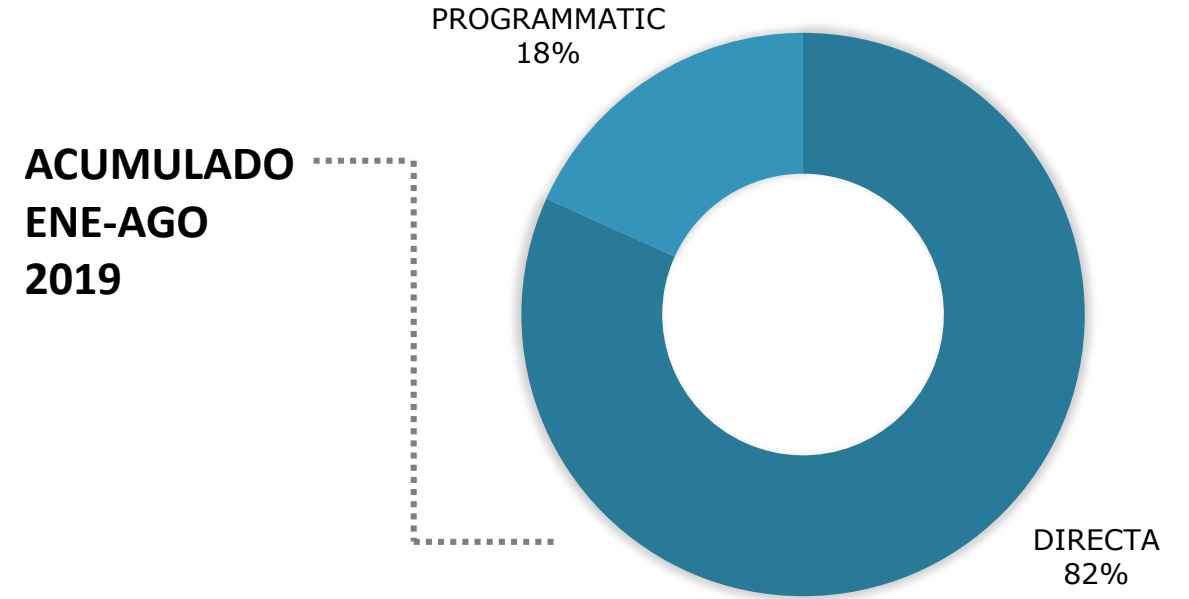
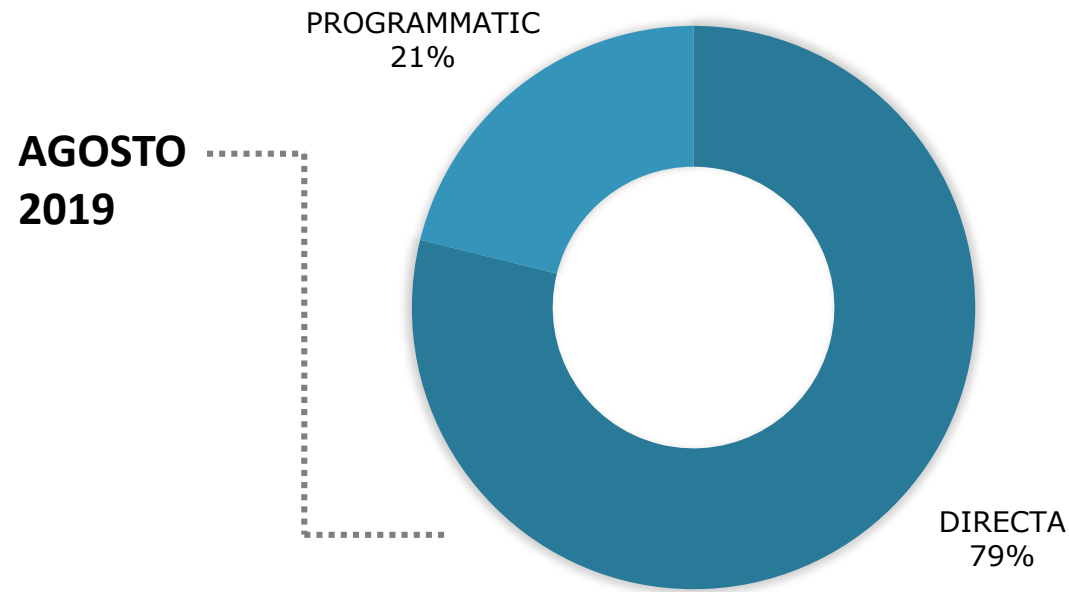
13% variación agosto 2019 vs. 2018



# INVERSIÓN DIGITAL

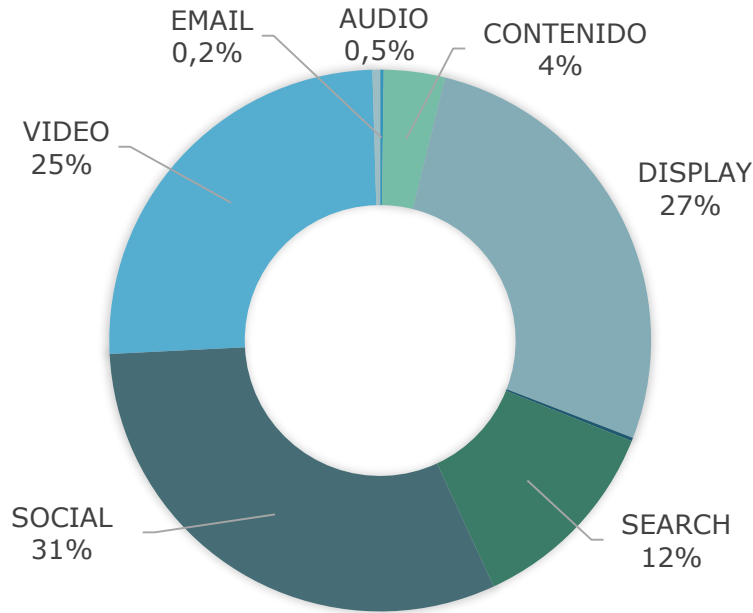
## POR TIPO Y CANALES DE COMPRA

ENERO-AGOSTO 2019  
Inversión Real Socios AAM

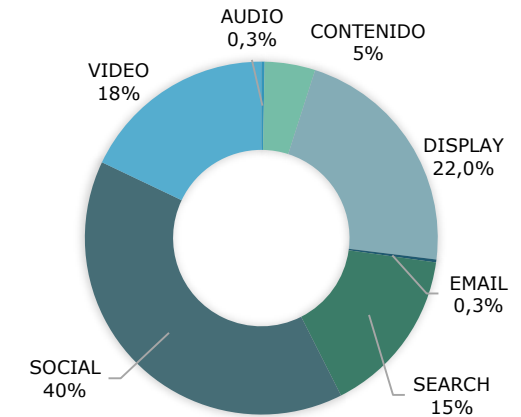


SOI POR MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
DIRECTO	83%	85%	84%	82%	83%	79%	80%	79%				
PROGRAMMATIC	17%	15%	16%	18%	17%	21%	20%	21%				

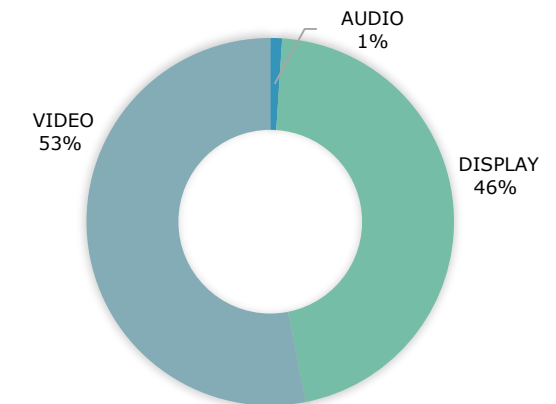
**SOI POR  
CANAL**  
AGOSTO 2019



**DIRECTA**

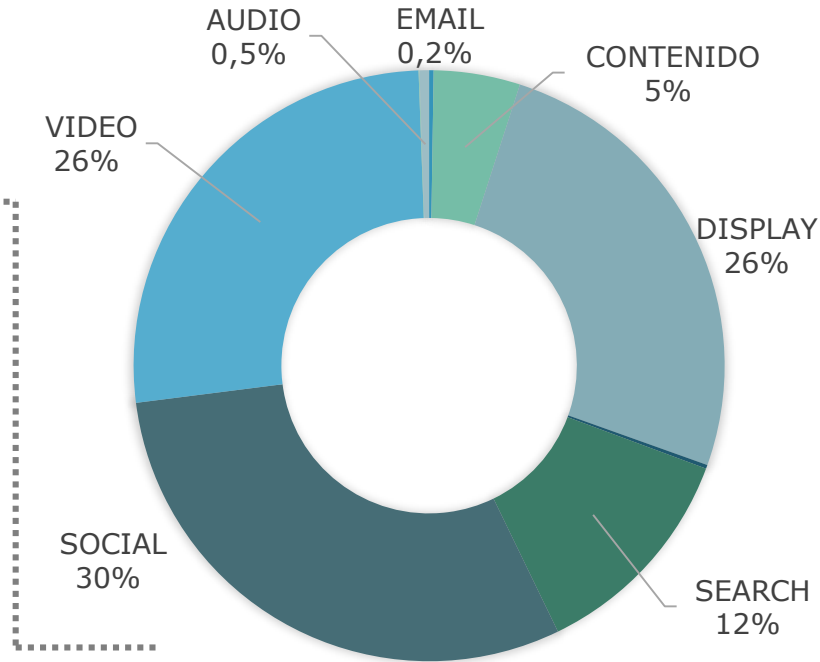


**PROGRAMMATIC**

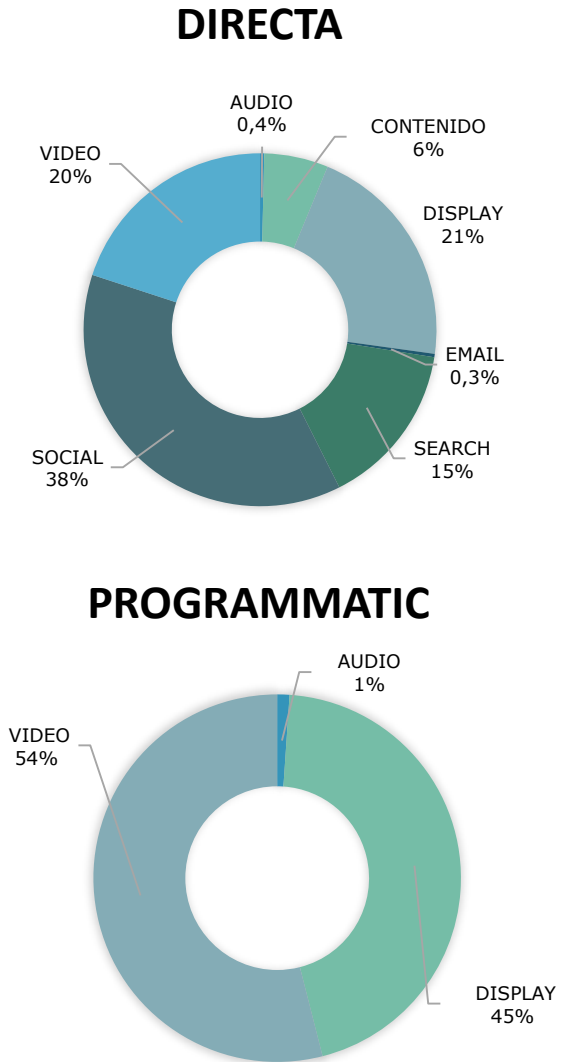


**SOI POR TIPO DE  
COMPRA Y CANAL**  
AGOSTO 2019

## SOI POR CANAL ACUMULADO ENE-AGO 2019



## SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL ACUMULADO ENE-AGO 2019



## 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 los resguardos de confidencialidad que requiere la industria.*



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