

INVERSIÓN DIGITAL

REAL SOCIOS AAM

ANUAL 2019



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 se 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 ANUAL 2019

INVERSIÓN REAL ASOCIADOS AAM - CIFRAS NOMINALES

La variación de crecimiento **Anual 2019** fue de un **15% vs. igual periodo 2018**.

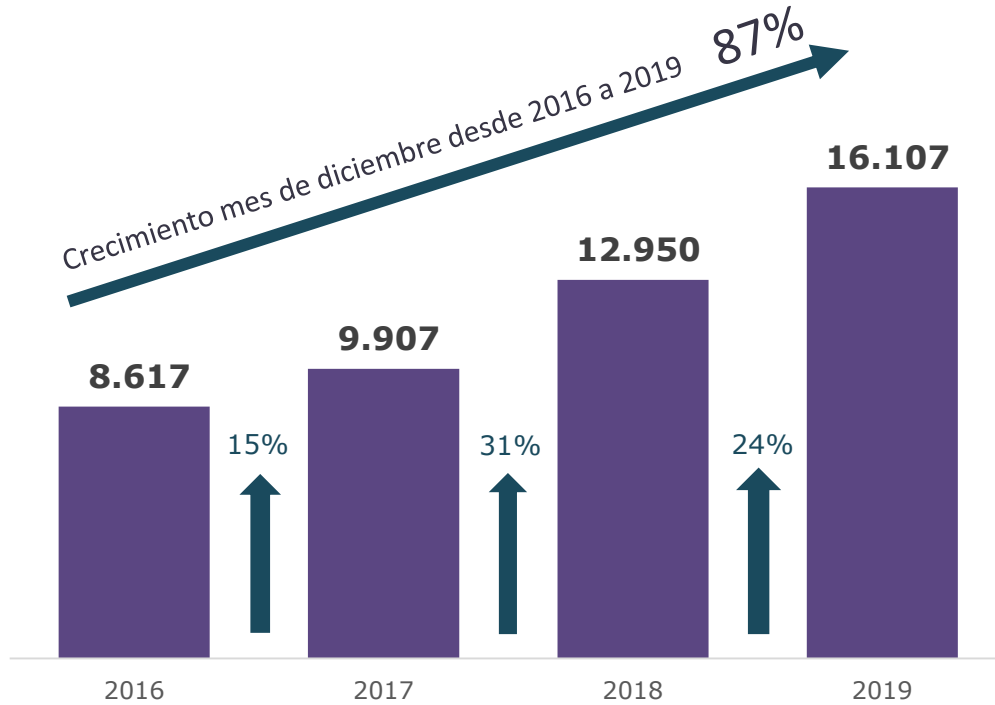
El mes de **diciembre 2019** obtuvo un **15% de variación positiva** vs. igual mes del año anterior.

El **SOI** para el periodo acumulado **Anual 2019** fue de un **29%** y para el mes de diciembre un **34%** sobre el total inversión en medios vs. 2018. Ambos periodos crecen 10 y 6 puntos porcentuales respectivamente vs. año y mes 2018.

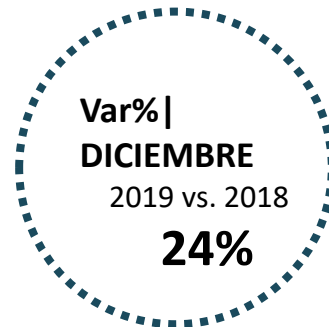
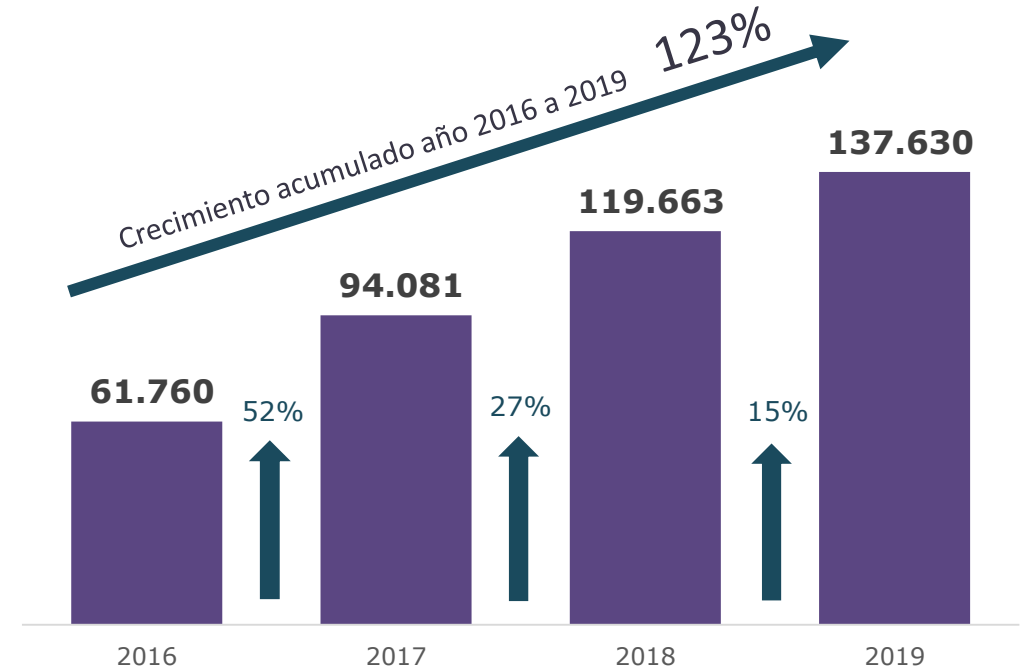
El SOI por **TIPO DE COMPRA** para el **año 2019** es un **82% DIRECTA** y **18% PROGRAMMATIC**. El mes de diciembre 2019 la compra **DIRECTA** concentra el 81% de la inversión y **PROGRAMÁTICA** el 19%.

La compra **DIRECTA** en el periodo acumulado **Anual 2019** se divide en un 35% de su inversión para Social, un 25% en Display, 17% en Video, 17% en Search, 5% en Contenido, 0,7% en Email y 0,4% en Audio. En tanto la inversión de la compra **PROGRAMMATIC** se reparte en 51% para Video, 48% para Display y 1% para Audio.

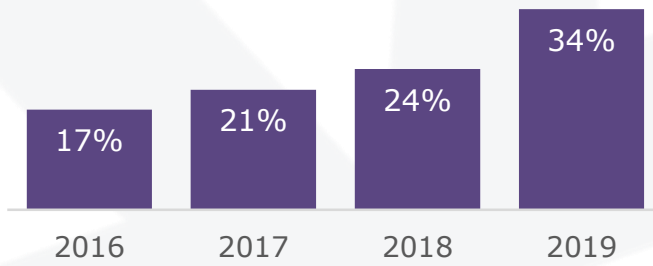
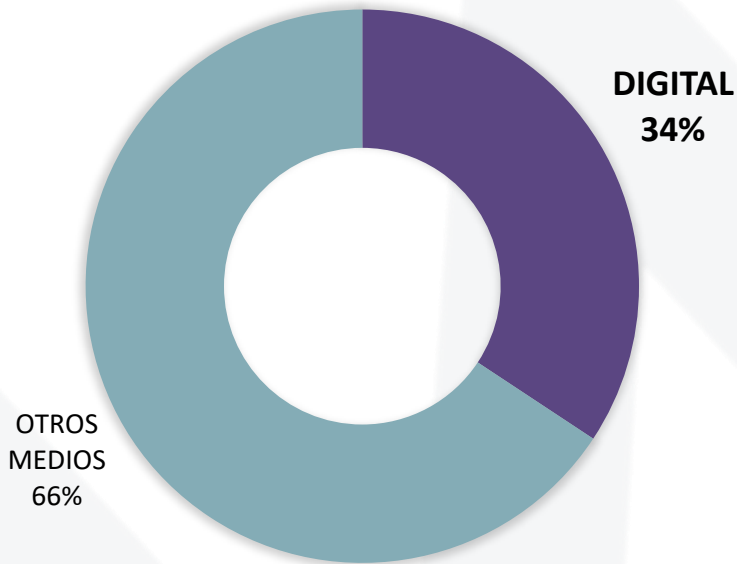
DICIEMBRE



ACUMULADO

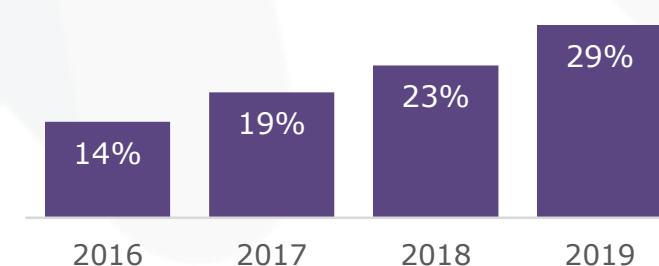
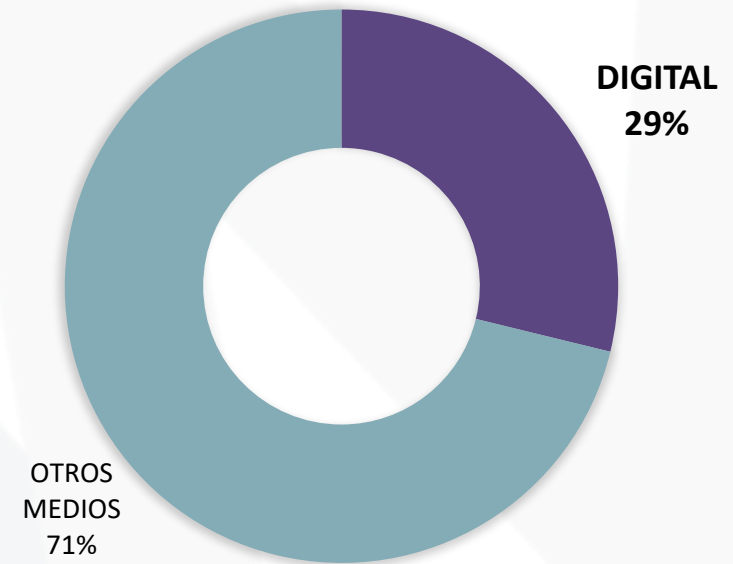


DICIEMBRE

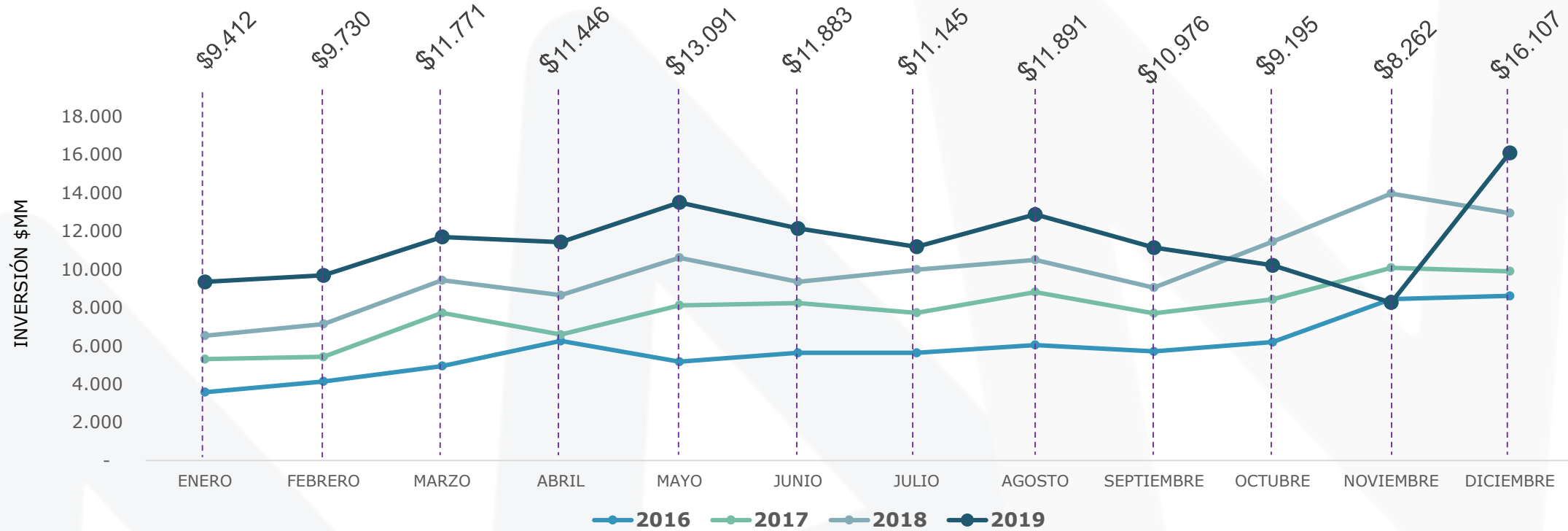


SOI DIGITAL DICIEMBRE

ACUMULADO

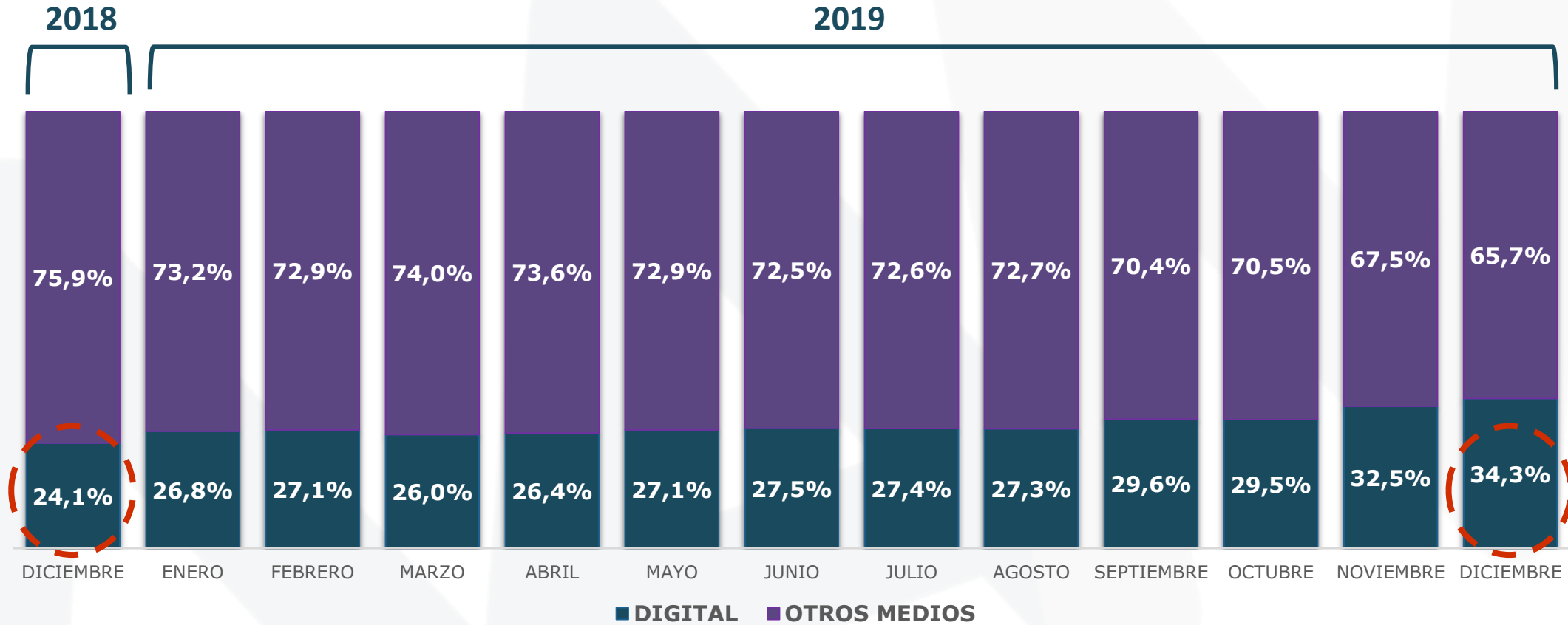


SOI DIGITAL ACUMULADO ANUAL



\$ (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	9.349.323	9.689.027	11.701.661	11.431.663	13.510.479	12.144.009	11.186.730	12.881.655	11.146.380	10.215.320	8.266.120	16.107.487	137.629.854
SHARE	7%	7%	9%	8%	10%	9%	8%	9%	8%	7%	6%	12%	
Var. vs 2018	43%	36%	24%	32%	27%	30%	12%	23%	23%	-11%	-41%	24%	15%

MES	INV. 2016	INV. 2017	Var 2017-2016	INV. 2018	Var 2018-2017	INV. 2019	Var 2019-2018
ENERO	3.577	5.303	48%	6.536	23%	9.349	43%
FEBRERO	4.142	5.427	31%	7.144	32%	9.689	36%
MARZO	4.944	7.722	56%	9.436	22%	11.702	24%
ABRIL	6.258	6.588	5%	8.651	31%	11.432	32%
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%



10 puntos porcentuales SOI diciembre 2019 vs. 2018

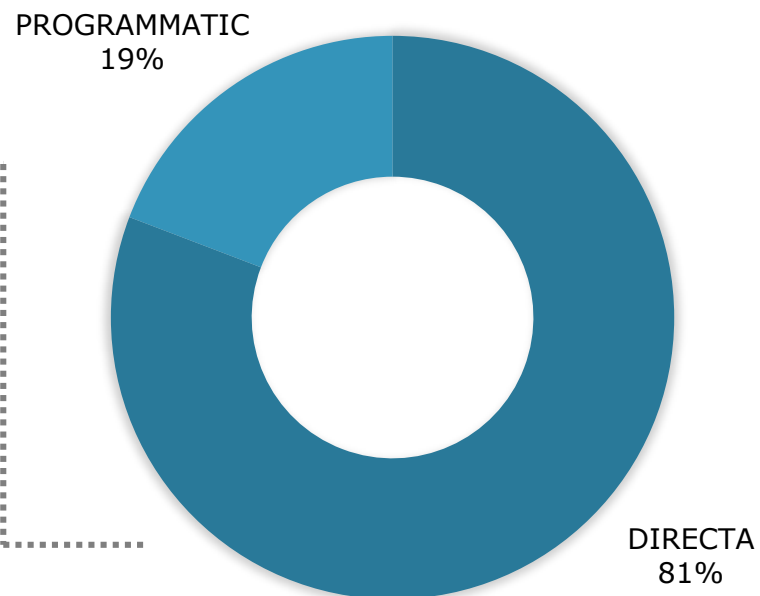
INVERSIÓN DIGITAL

POR TIPO Y CANALES DE COMPRA

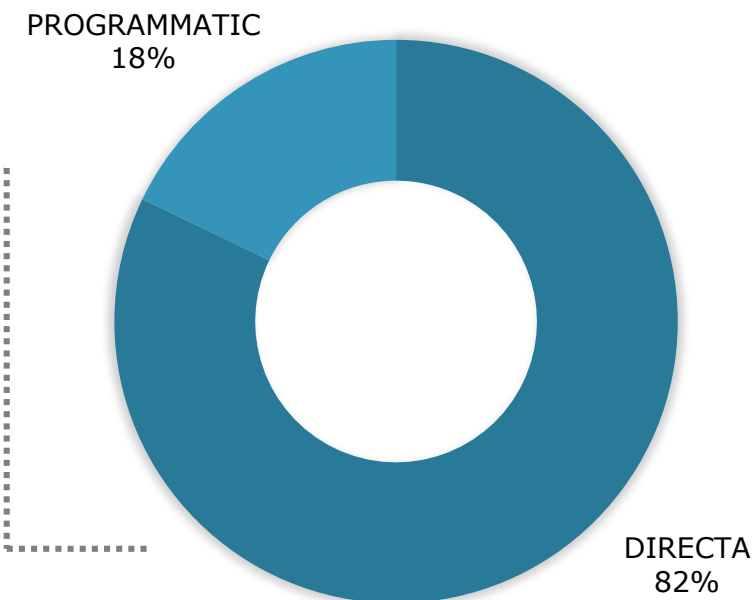
ANUAL 2019

Inversión Real Socios AAM

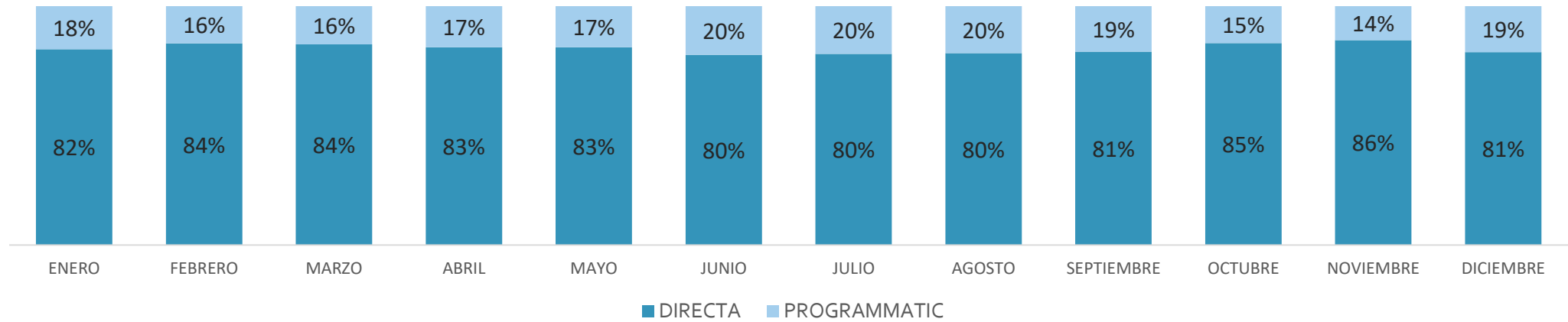
**DICIEMBRE
2019**



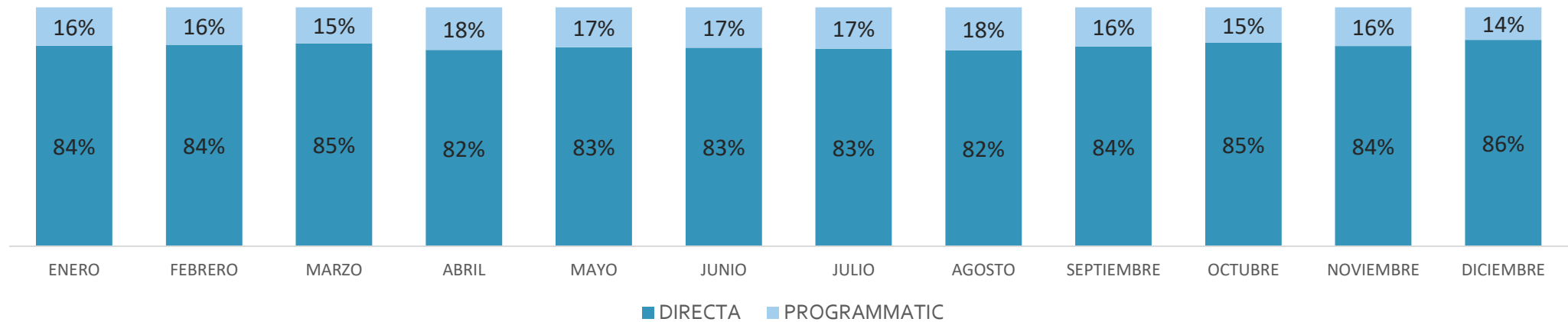
**ACUMULADO
ANUAL 2019**



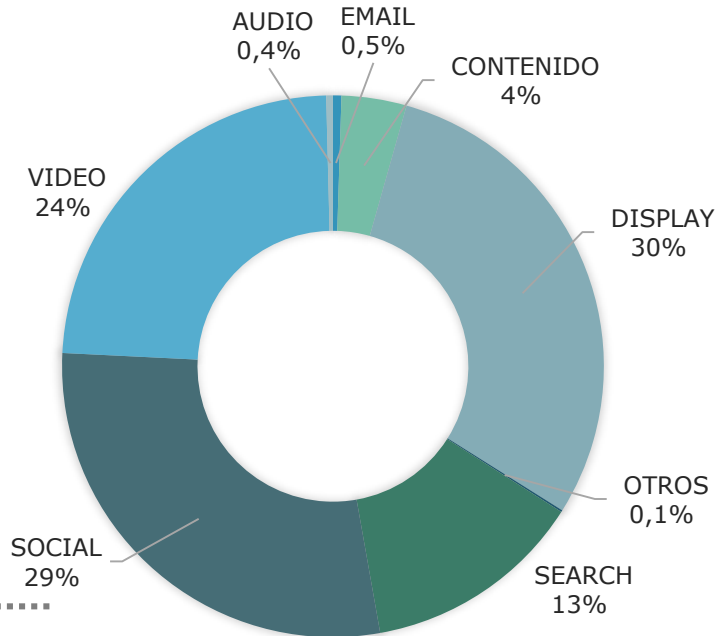
SOI 2019



SOI 2018

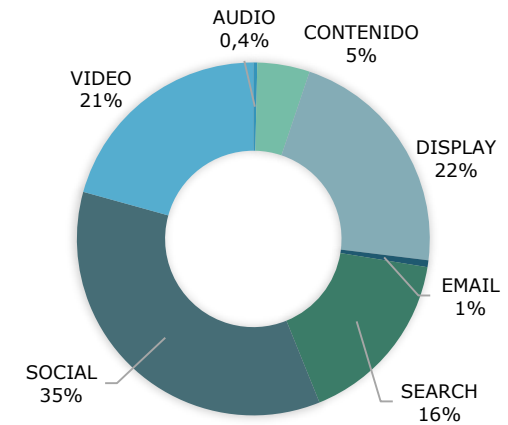


**SOI POR
CANAL**
DICIEMBRE 2019

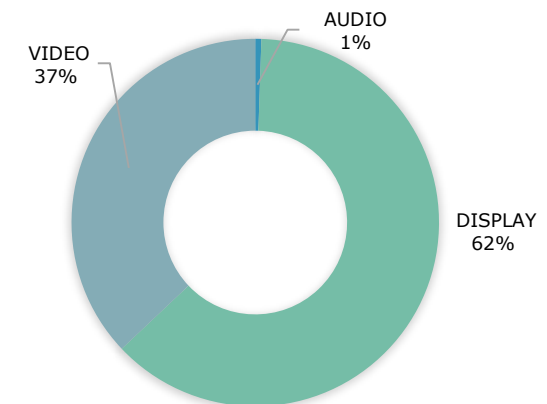


**SOI POR TIPO DE
COMPRA Y CANAL**
DICIEMBRE 2019

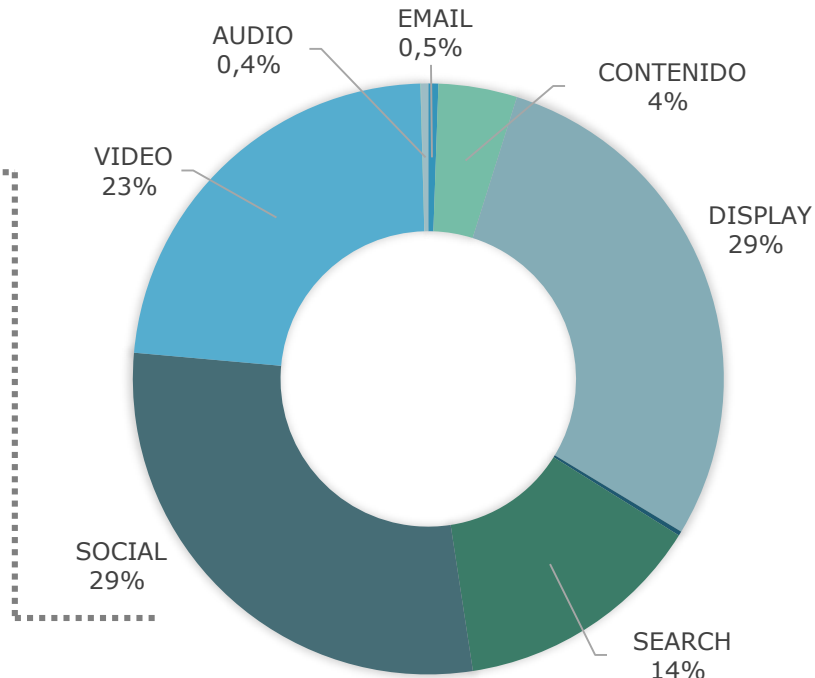
DIRECTA



PROGRAMMATIC

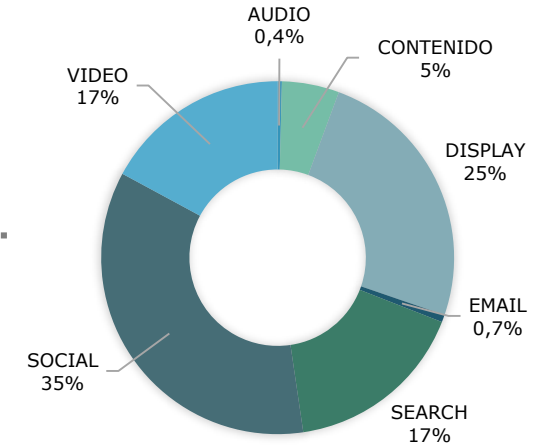


**SOI POR
CANAL**
ACUMULADO
ANUAL 2019

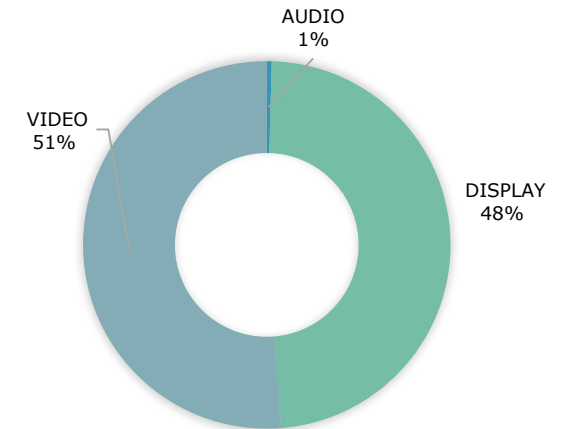


**SOI POR TIPO DE
COMPRA Y CANAL**
ACUMULADO ANUAL 2019

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 los resguardos de confidencialidad que requiere la industria.



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