

FEBRERO
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 de las Comunicaciones de Marketing 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.

RESUMEN INVERSIÓN DIGITAL FEBRERO 2020

INVERSIÓN REAL ASOCIADOS AAM - CIFRAS NOMINALES

La Inversión Digital en **febrero 2020** tuvo un prometedor crecimiento del **18% vs. igual mes 2019**, y para el periodo **acumulado** fue un **7% vs. igual periodo 2019**.

Considerando como base el año 2016, el crecimiento en el mes de febrero 2020 vs. febrero 2016 fue de un **176%**.

El **SOI Digital** en febrero 2020 fue un **36%** sobre el total inversión en medios vs. igual mes 2019, el mayor share obtenido en el periodo de un año móvil, **umentando 8,9** puntos porcentuales vs. igual mes año anterior.

El **SOI acumulado** enero-febrero **fue de un 35%** vs. igual periodo 2019.

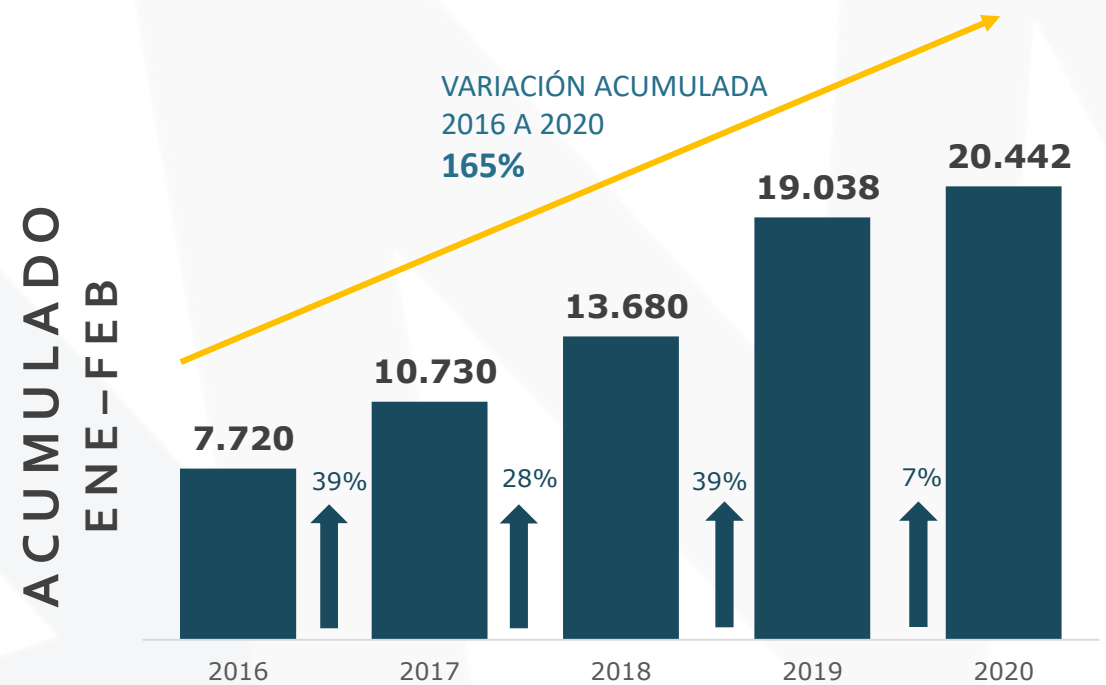
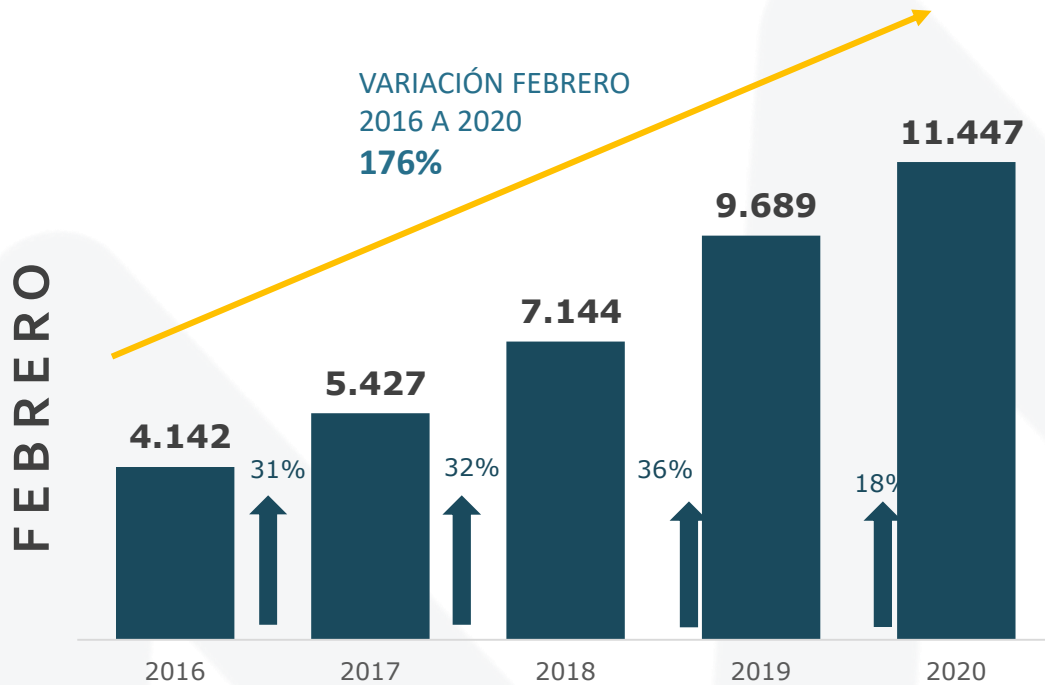
El SOI por **TIPO DE COMPRA** en febrero 2020 fue de un **83% DIRECTA** y **17% PROGRAMMATIC**, igual participación tuvo el periodo acumulado enero - febrero.

El SOI por **CANAL en compra DIRECTA** el mes de febrero 2020 fue de en un 42% para Social, un 23% Display, 15% Video, 14% Search, 5% Contenido, 1% Email y 0,3% Audio.

En tanto en compra **PROGRAMMATIC** se distribuyó en 54% para Display, 45% Video y 1% Audio.

INVERSIÓN DIGITAL | SOCIOS AAM

FEBRERO Y ACUMULADO ENE-FEB DEL 2016 AL 2020 EN MM\$ - CIFRAS NOMINALES



Inversión |
FEBRERO 2020
\$11.447

INVERSIÓN \$MM

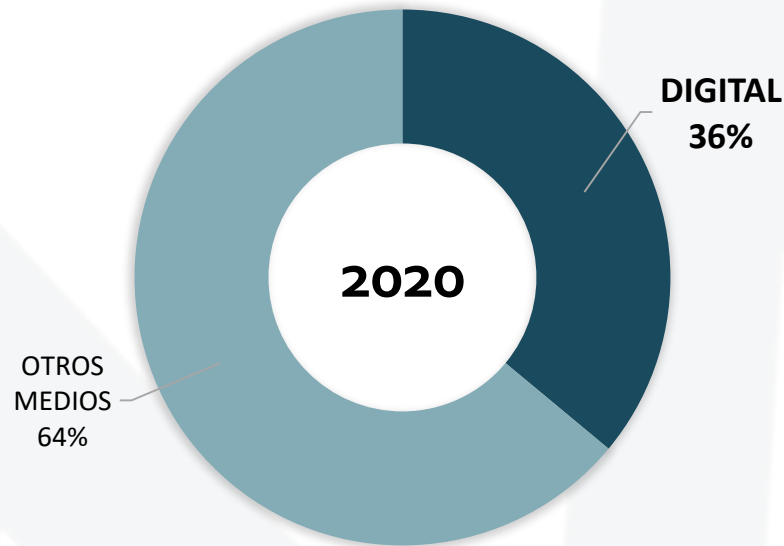
%Var | FEBRERO
2020 vs. 2019
18%

Inversión |
ACUMULADA
2020
\$20.442

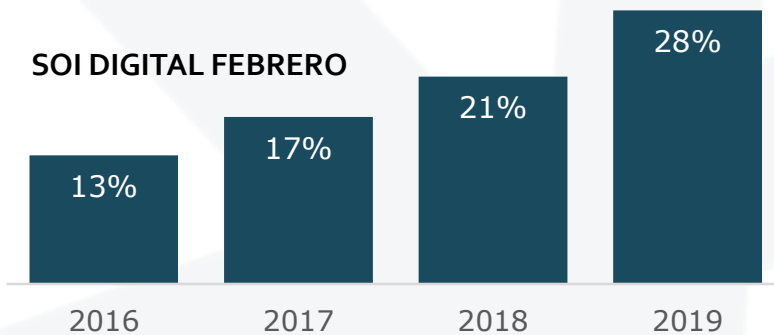
INVERSIÓN \$MM

%Variación |
ACUMULADA
2020 vs. 2019
7%

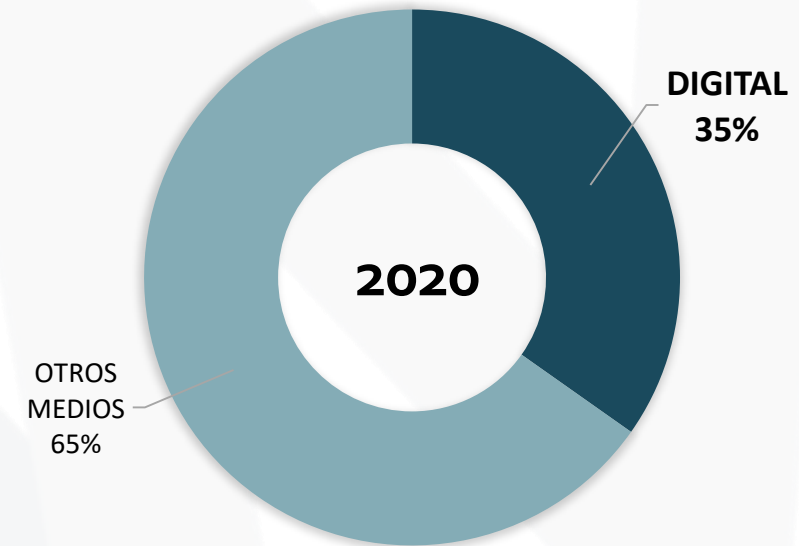
FEBRERO



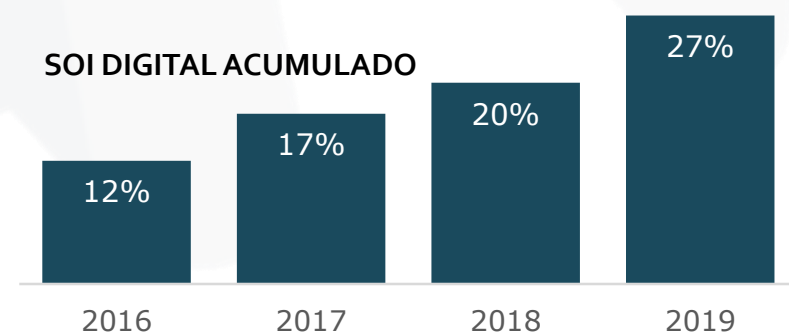
SOI DIGITAL FEBRERO

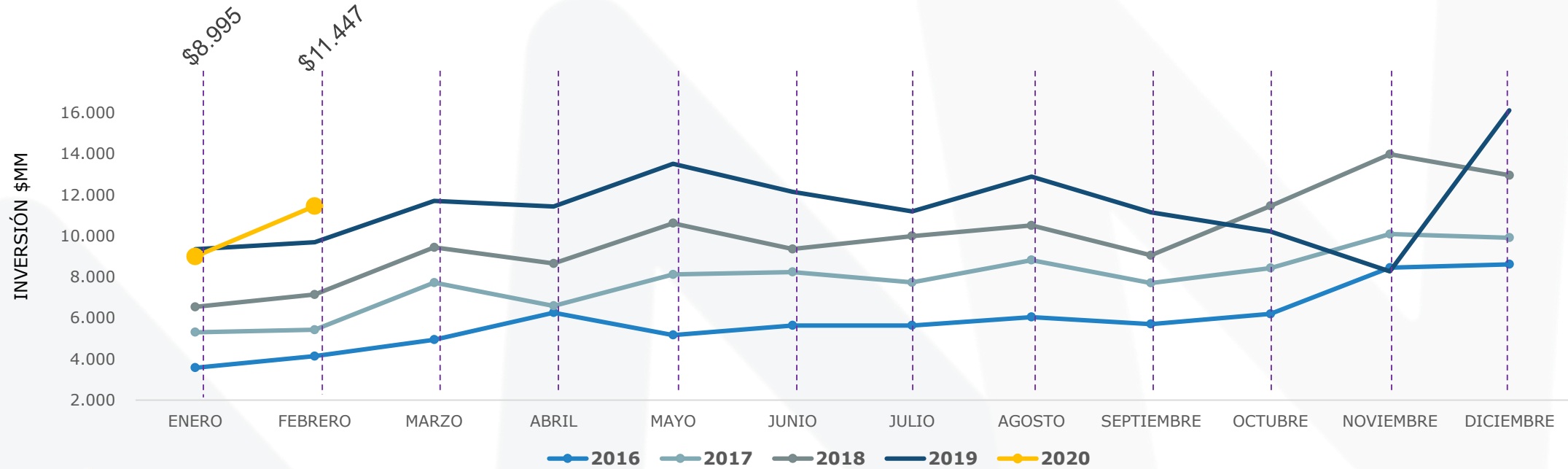


ACUMULADO
ENE-FEB












































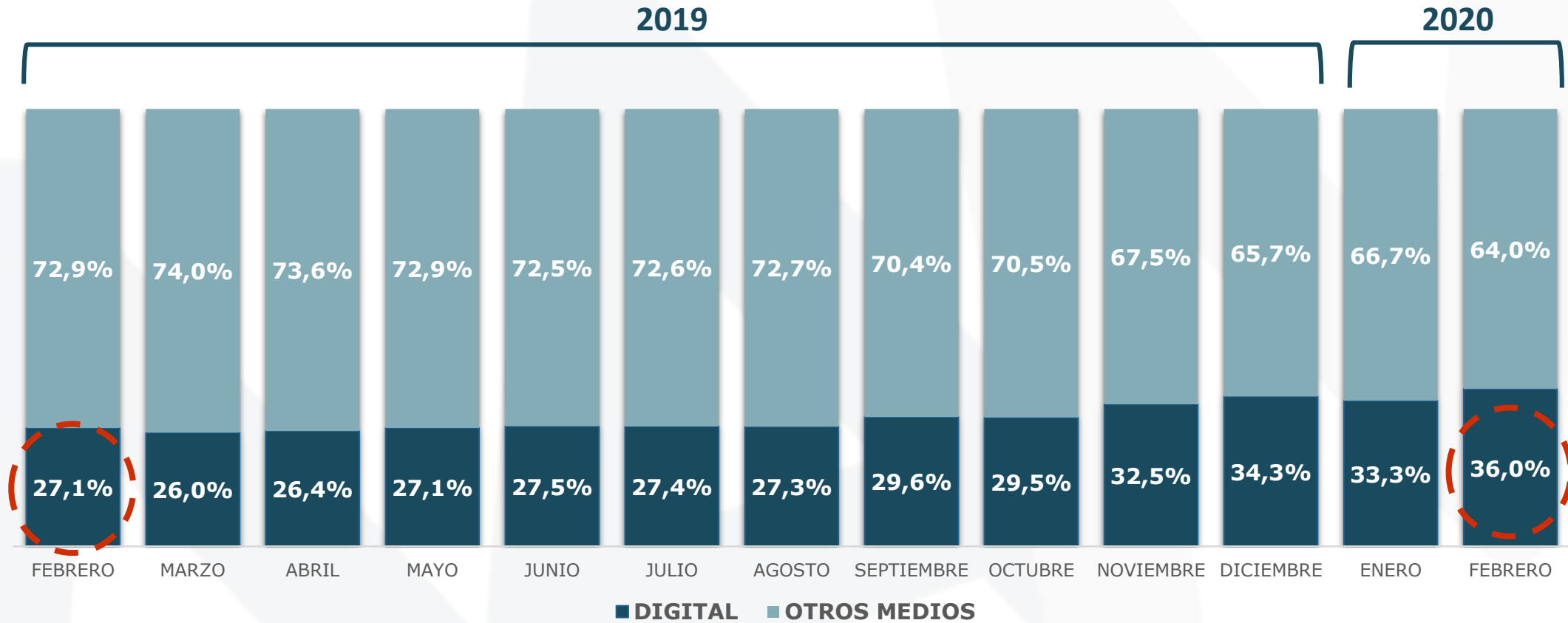
SOI DIGITAL ACUMULADO





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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.442
SHARE	44%	56%											
Var. 2020 vs. 2019	-3,8%	18,1%											

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%		
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%	20.442	



Crecimiento SOI: 8,9 puntos porcentuales Febrero 2020 vs. 2019

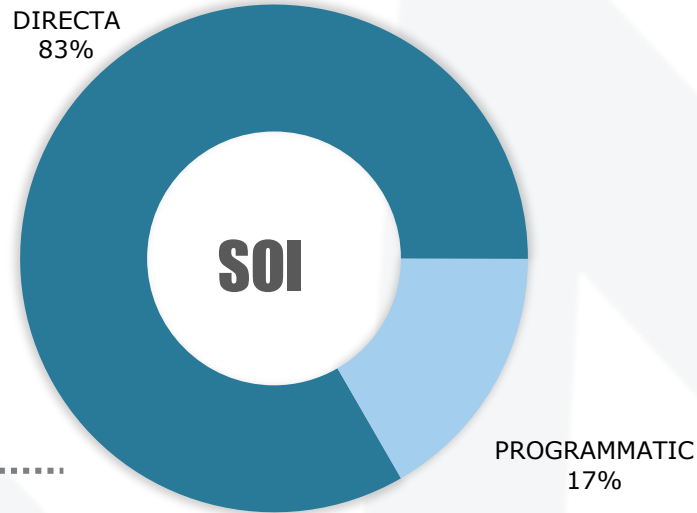
INVERSIÓN DIGITAL

POR TIPO Y CANALES DE COMPRA

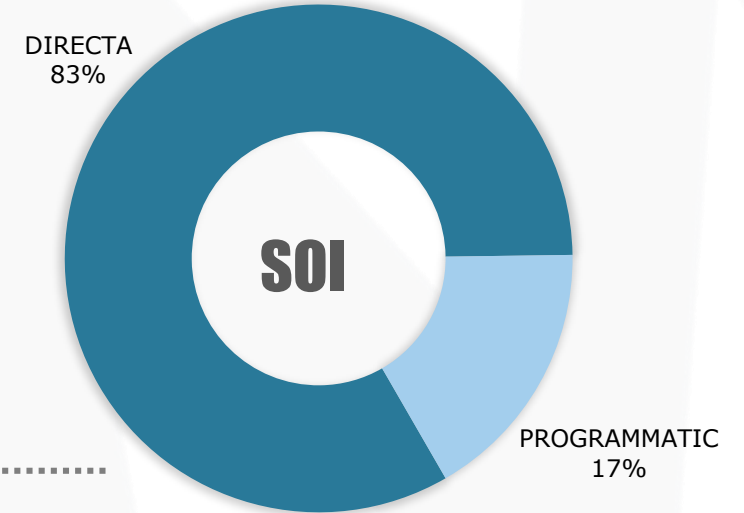
Inversión Real Socios AAM

FEBRERO 2020

**FEBRERO
2020**



**ACUMULADO
ENE-FEB 2020**



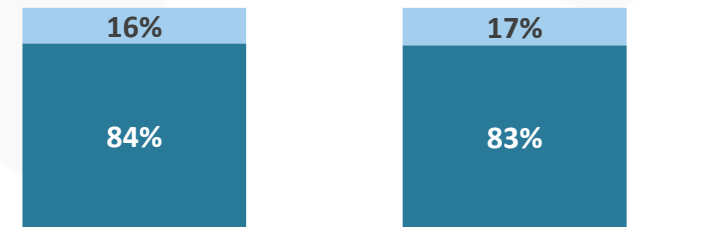
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



FEBRERO 2018

FEBRERO 2019

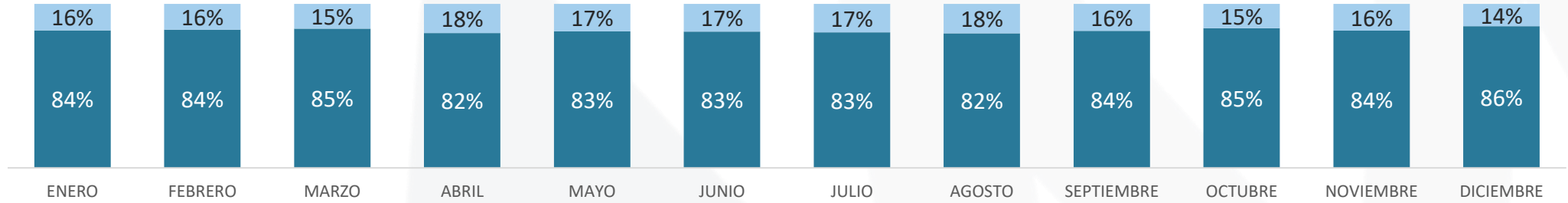
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



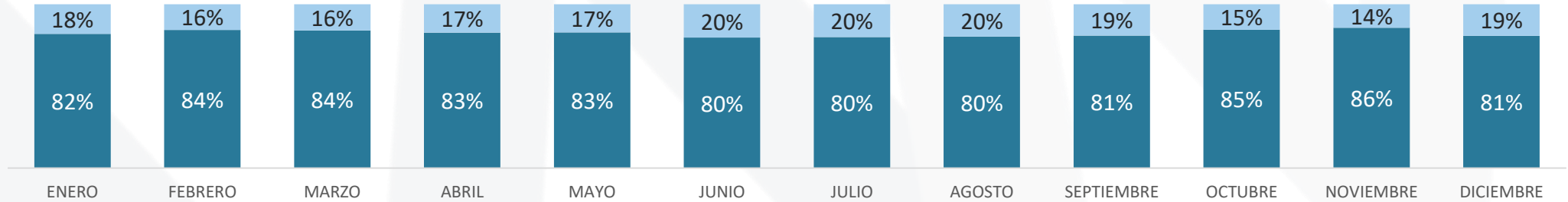
ACUM 2018

ACUM 2019

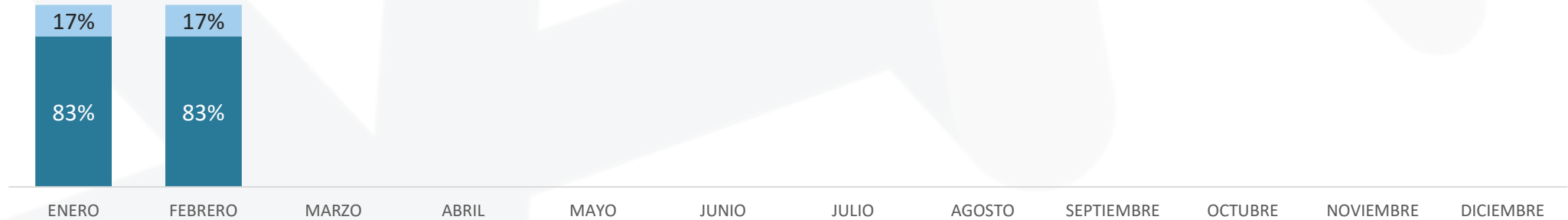
SOI 2018



SOI 2019

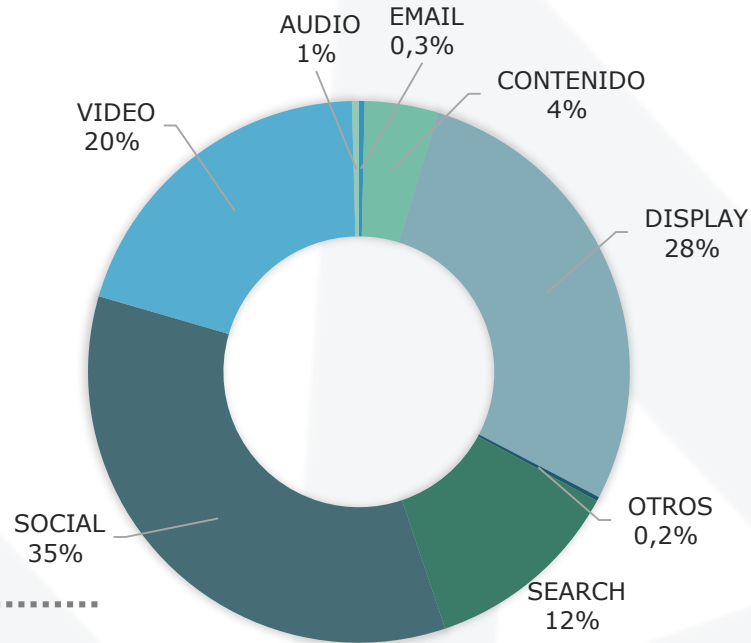


SOI 2020

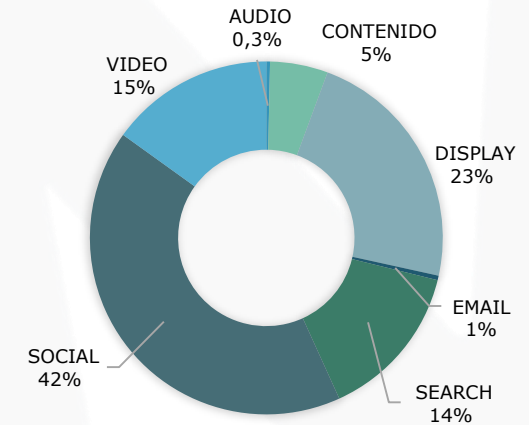


■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC

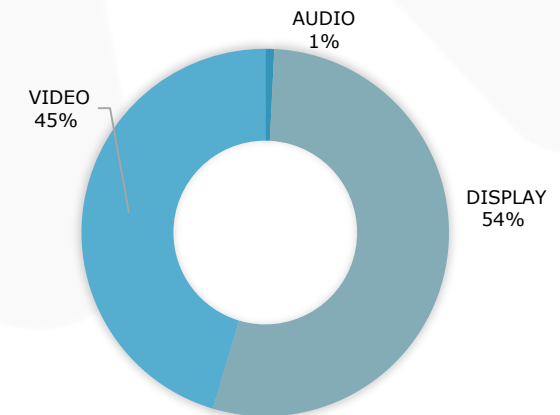
SOI POR CANAL FEBRERO 2020



DIRECTA

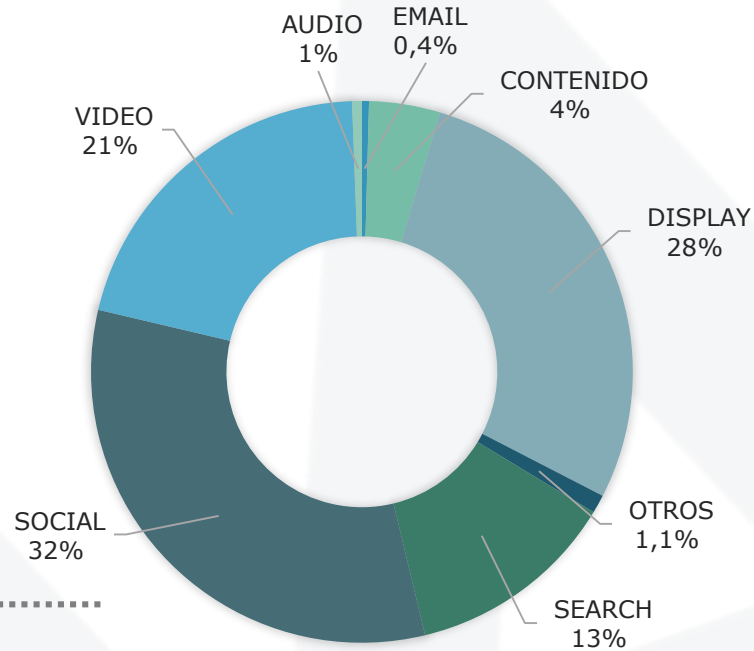


PROGRAMMATIC

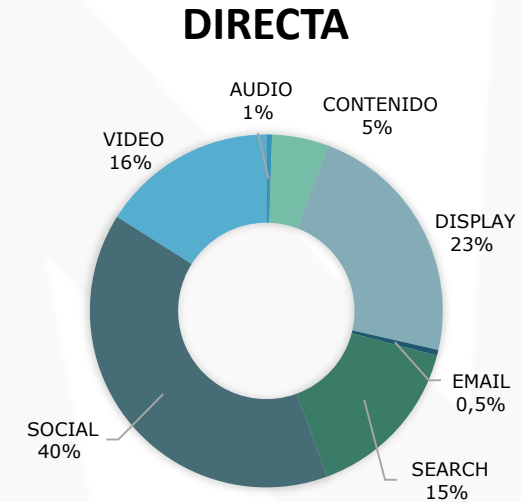


SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL FEBRERO 2020

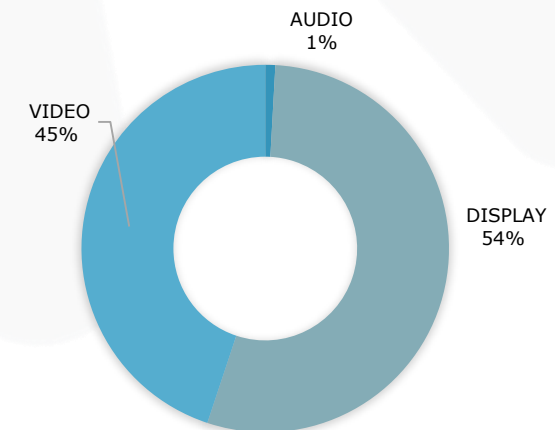
SOI POR CANAL ACUMULADO ENE-FEB 2020



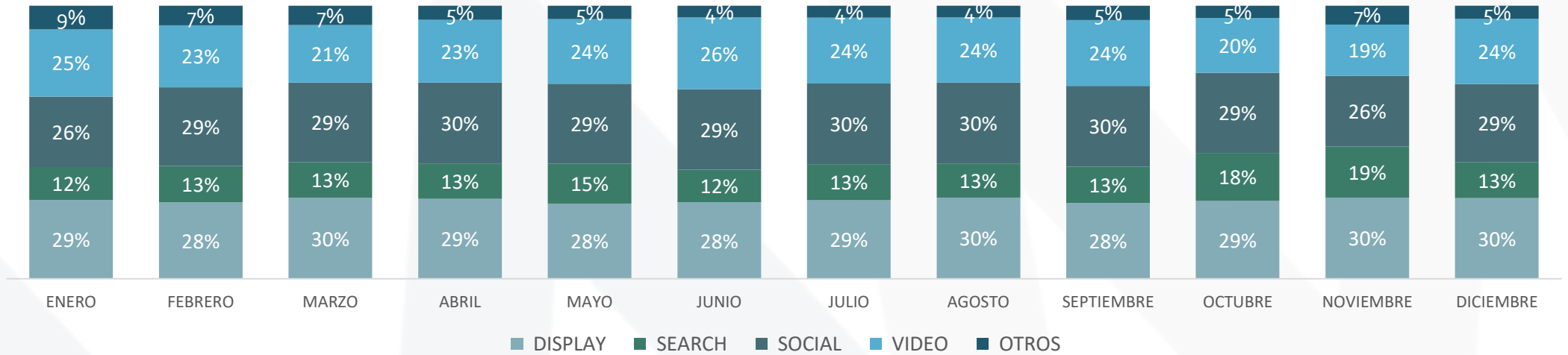
SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL ACUMULADO ENE-FEB 2020



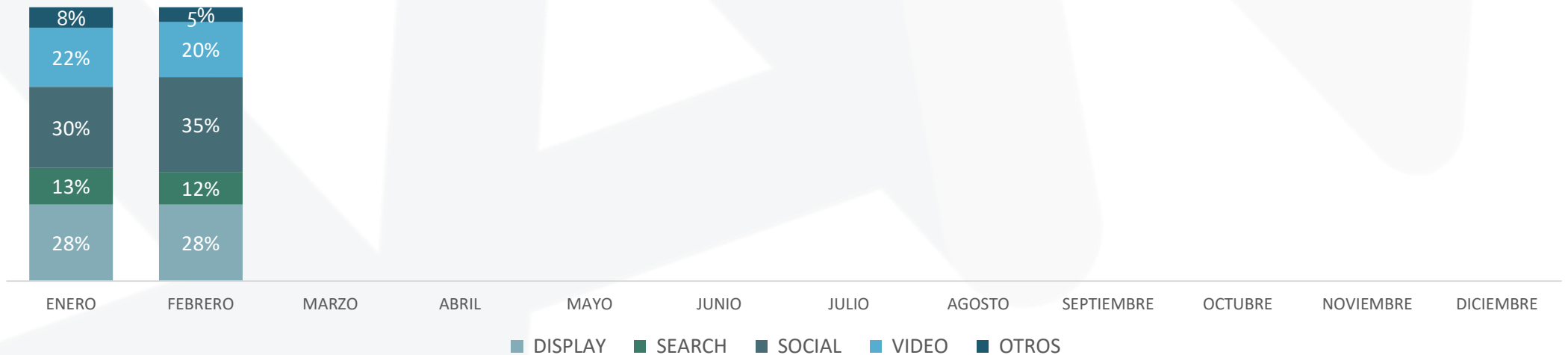
PROGRAMMATIC



SOI 2019



SOI 2020



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 repcesos 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](#)