

INVERSIÓN DIGITAL

REAL SOCIOS AAM

1° SEMESTRE 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 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 AAM | Asociación Chilena de Agencias de Medios.

RESUMEN INVERSIÓN 1º SEMESTRE 2019

CIFRAS NOMINALES – ASOCIADOS AAM

Para el 1º Semestre 2019 la **Inversión Digital** acumulada aumenta de un **30% vs. igual periodo año 2018**.

Junio obtiene un **crecimiento del 27%** con respecto al mismo mes del año anterior.

El **SOI Digital** para el acumulado 1º semestre 2019 es de un **27% vs. 21% igual periodo año 2018**.

En junio el **SOI Digital** logra un **28% vs. 22%** igual mes año 2018.

El **crecimiento acumulado** enero-junio desde el año **2016 al 2019** es de un **126%** y para el mes de **junio** de un **111%** igual periodo y mes respectivamente.

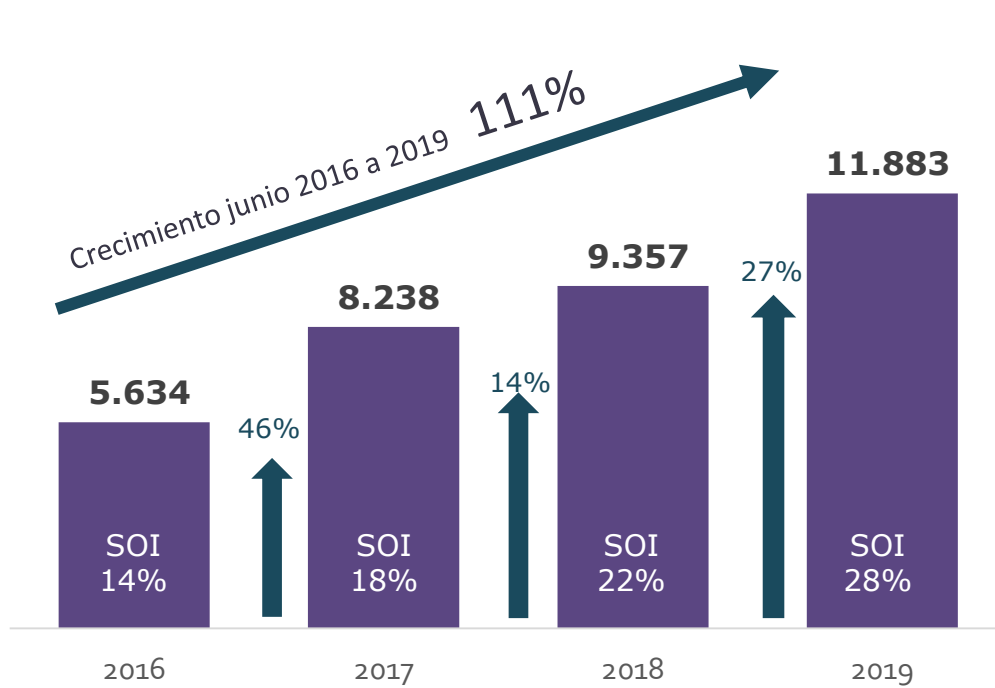
El **SOI por tipo de compra** en el 1º semestre 2019 es de un **83% en compra Directa** y **17% en compra Programática**, para junio es un **79% y 21% respectivamente**, representando un crecimiento de 4 puntos porcentuales en compra Programática respecto al mes anterior.

La **distribución por Canales por tipo de compra** varía significativamente el 1º semestre 2019 vs. 2018

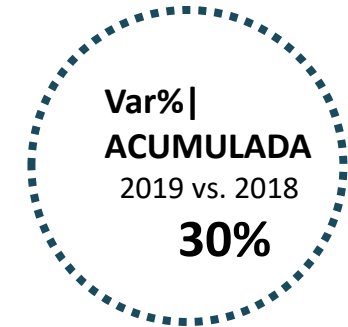
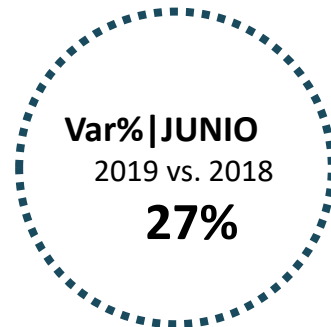
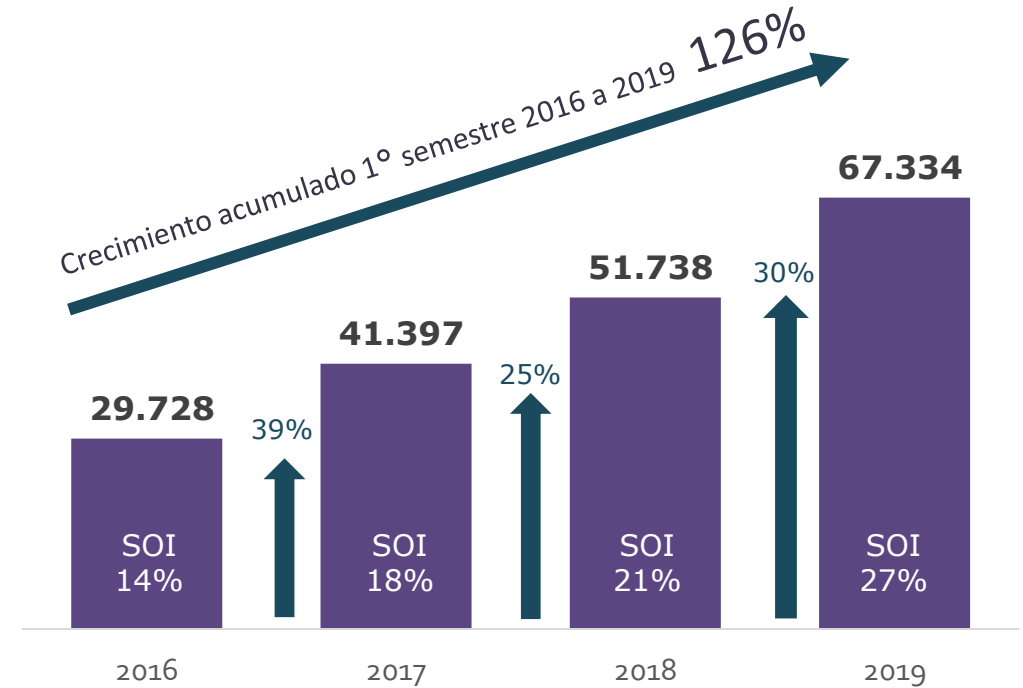
- **Compra Directa** concentra un **42%** en Social, un **21%** en Display, **16%** en Search, **17%** en Video, **5%** en Contenido y **1%** en Email.

- En tanto en la **compra Programática** el 53% es para video y 47% para Display.

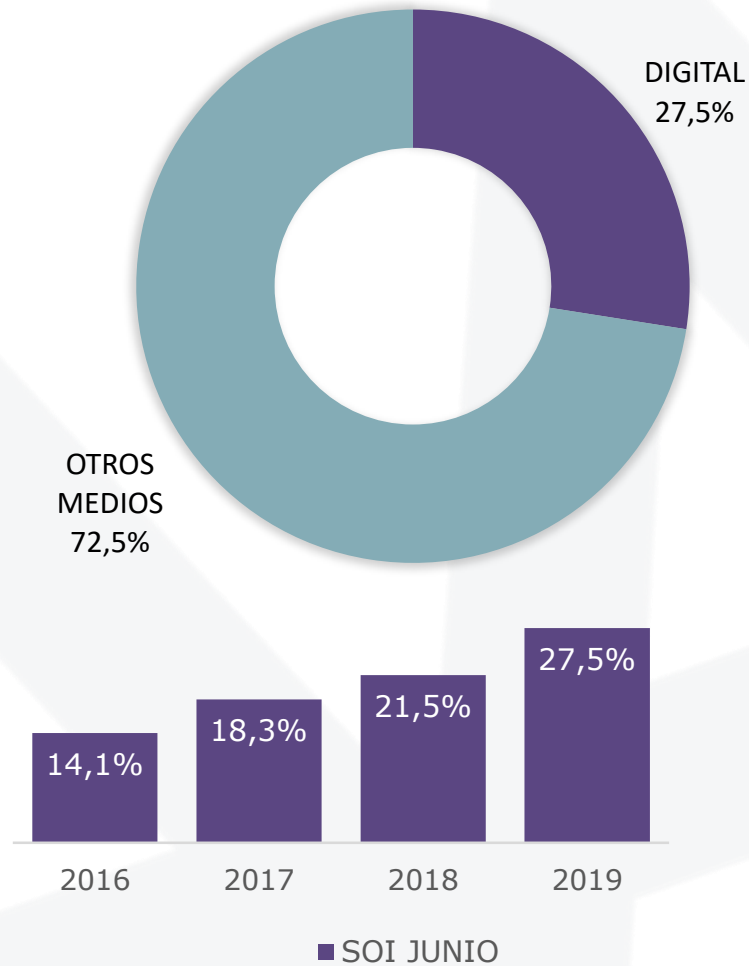
JUNIO



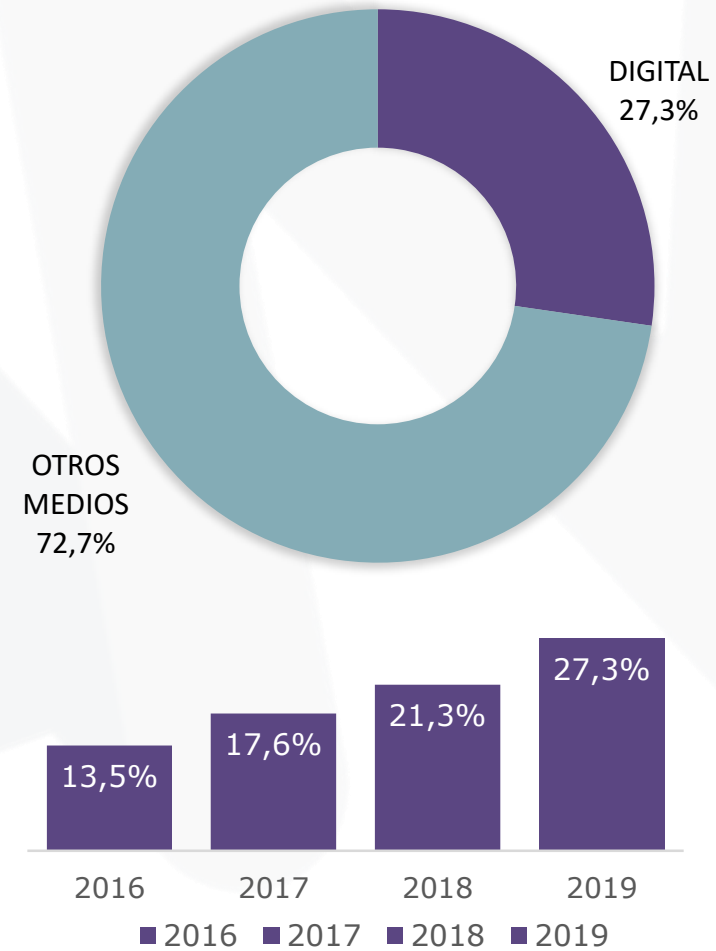
ACUMULADA

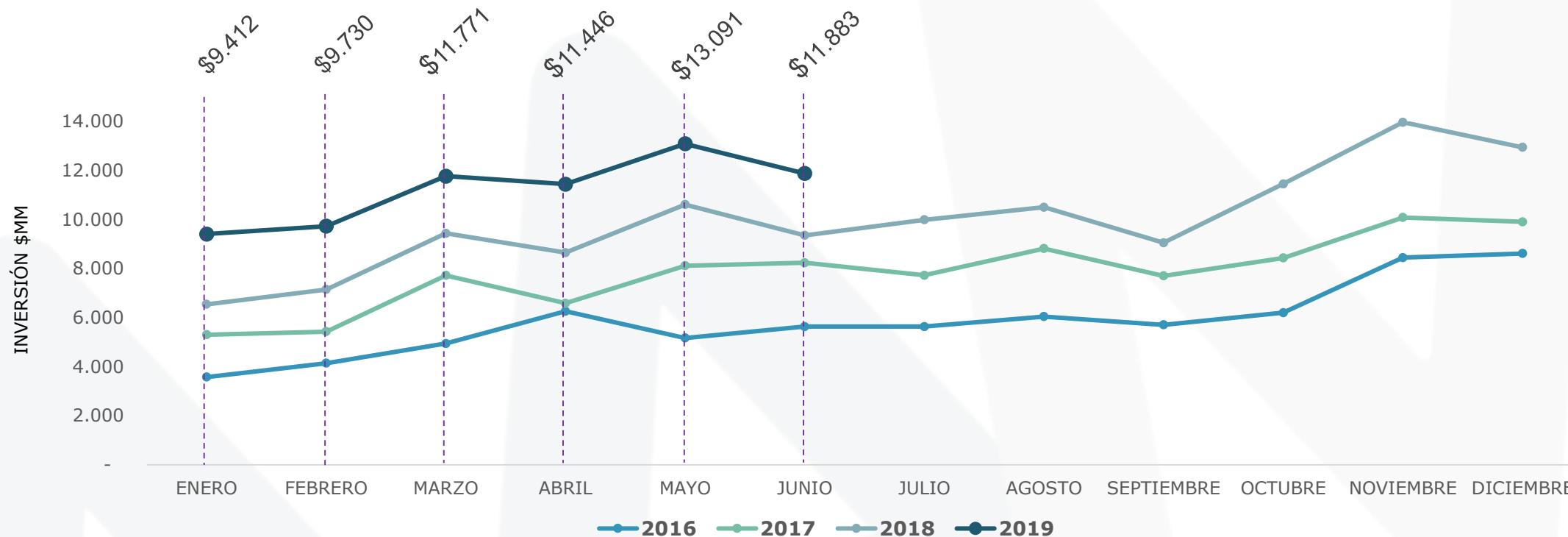


JUNIO



ACUMULADO

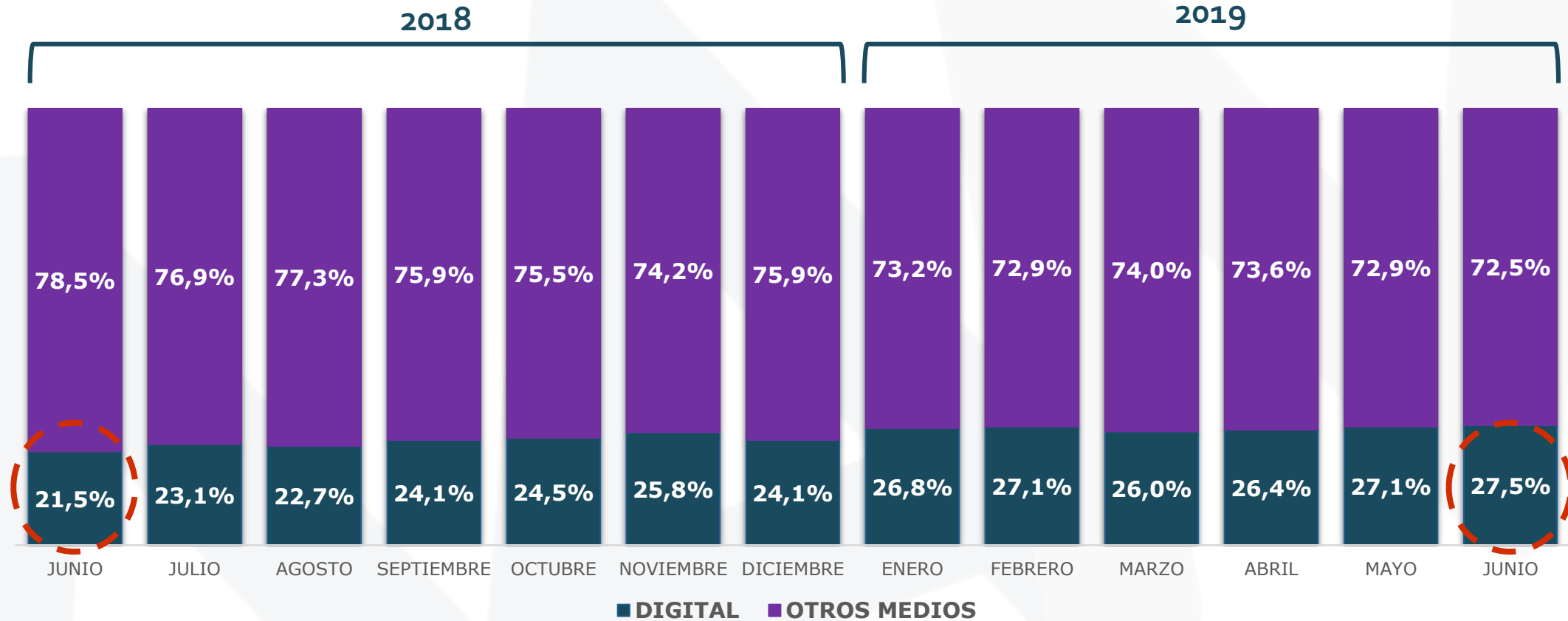




\$(000)	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL ACUM.
2016	3.577.822	4.142.252	4.944.887	6.258.309	5.171.136	5.633.647	5.633.456	6.044.145	5.706.566	6.200.115	8.448.040	8.616.652	70.377.028
SHARE	5%	6%	7%	9%	7%	8%	8%	9%	8%	9%	12%	12%	
2017	5.302.908	5.426.593	7.722.148	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							67.333.672
SHARE	14%	14%	17%	17%	19%	18%							
Var. vs 2018	44%	36%	25%	32%	23%	27%							

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	45%	41%
ENE A FEB	7.720.075	301	10.729.501	403	13.679.696	487			19.026.769	691	39%	42%
ENE A MAR	12.664.961	493	18.451.649	695	23.115.921	837			30.798.168	1.118	33%	34%
ENE A ABR	18.923.271	735	25.039.644	943	31.766.908	1.158			42.244.273	1.532	33%	32%
ENE A MAY	24.094.406	934	33.158.889	1.248	42.381.025	1.550			55.335.474	2.005	31%	29%
ENE A JUN	29.728.054	1.151	41.396.646	1.557	51.738.130	1.895			67.218.393	2.430	30%	28%
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%	9.412	44,0%
FEBRERO	4.142	125%	5.427	31%	7.144	32%	9.730	36,2%
MARZO	4.944	87%	7.722	56%	9.436	22%	11.771	24,7%
ABRIL	6.258	136%	6.588	5%	8.651	31%	11.446	32,3%
MAYO	5.171	77%	8.119	57%	10.614	31%	13.091	23,3%
JUNIO	5.633	66%	8.238	46%	9.357	14%	11.883	27,0%
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%		
DICIEMBRE	8.616	42%	9.907	15%	12.950	31%		
TOTAL	70.372	83%	94.081	34%	119.663	27%		



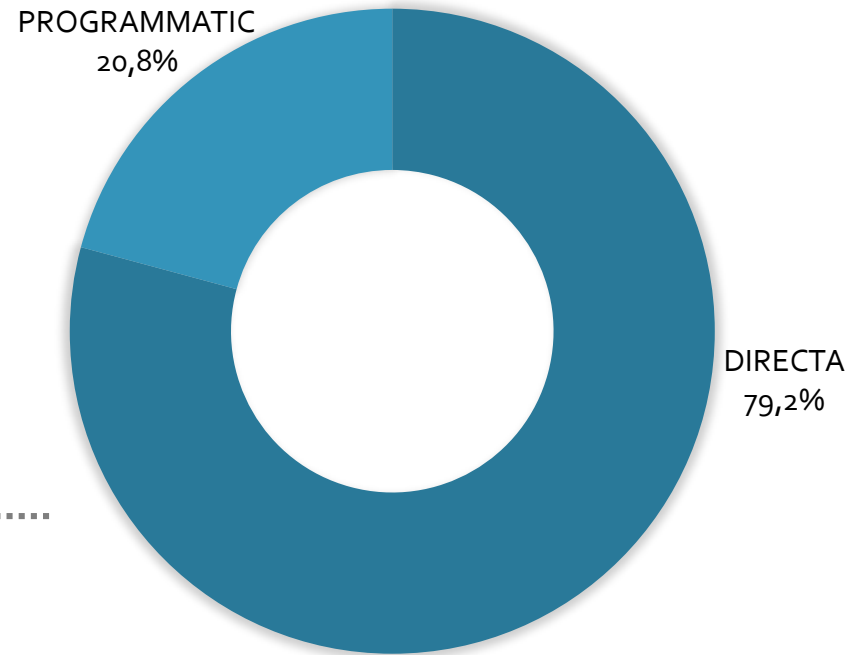
28% variación junio 2019 vs. 2018

INVERSIÓN DIGITAL

POR TIPO Y CANALES DE COMPRA

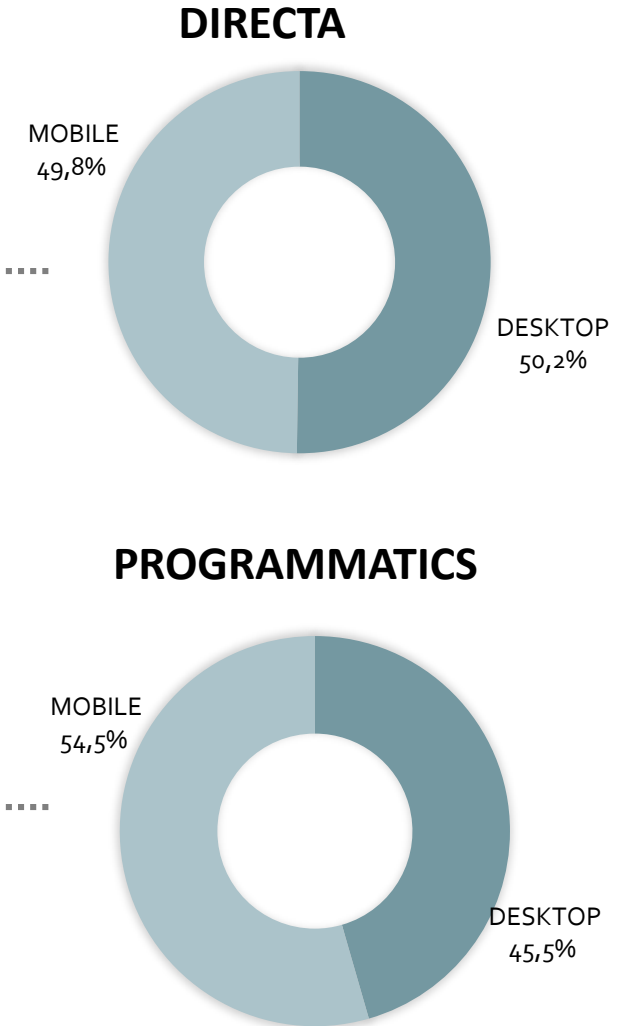
1er SEMESTRE 2019
Inversión Real Socios AAM

SOI POR TIPO DE COMPRA JUNIO 2019

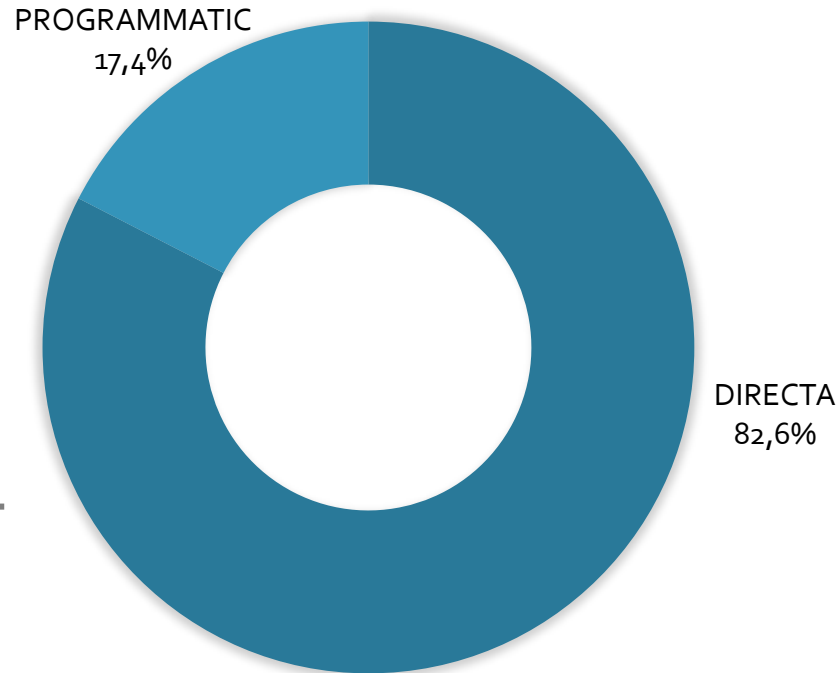


SOI POR MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
DIRECTO	83%	85%	84%	82%	83%	79%
PROGRAMMATIC	17%	15%	16%	18%	17%	21%

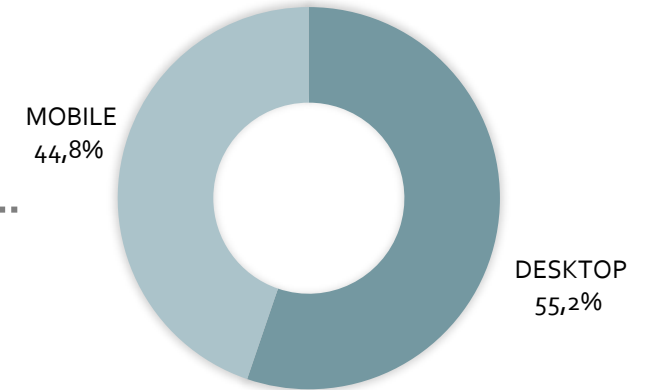
SOI POR DISPOSITIVO JUNIO 2019



**SOI POR
TIPO DE
COMPRA**
1° SEMESTRE
2019

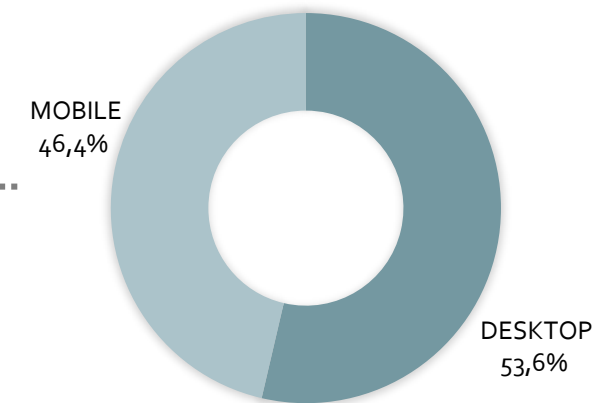


DIRECTA

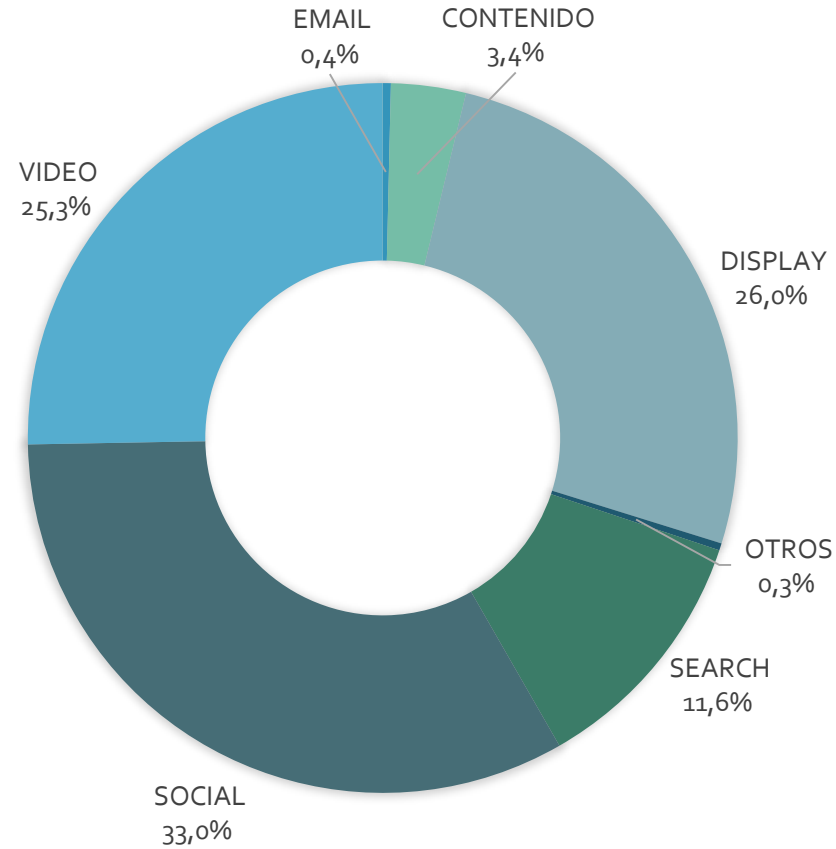


**SOI POR
DISPOSITIVO**
JUNIO 2019

PROGRAMMATIC

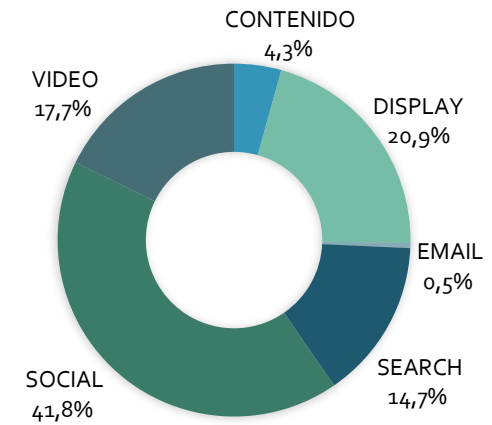


**SOI POR
CANAL
JUNIO 2019**

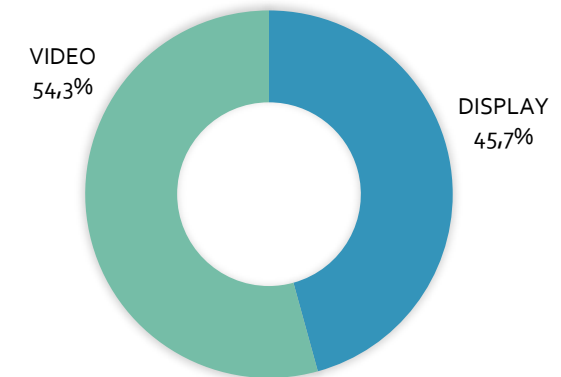


**SOI POR TIPO DE
COMPRA Y CANAL
JUNIO 2019**

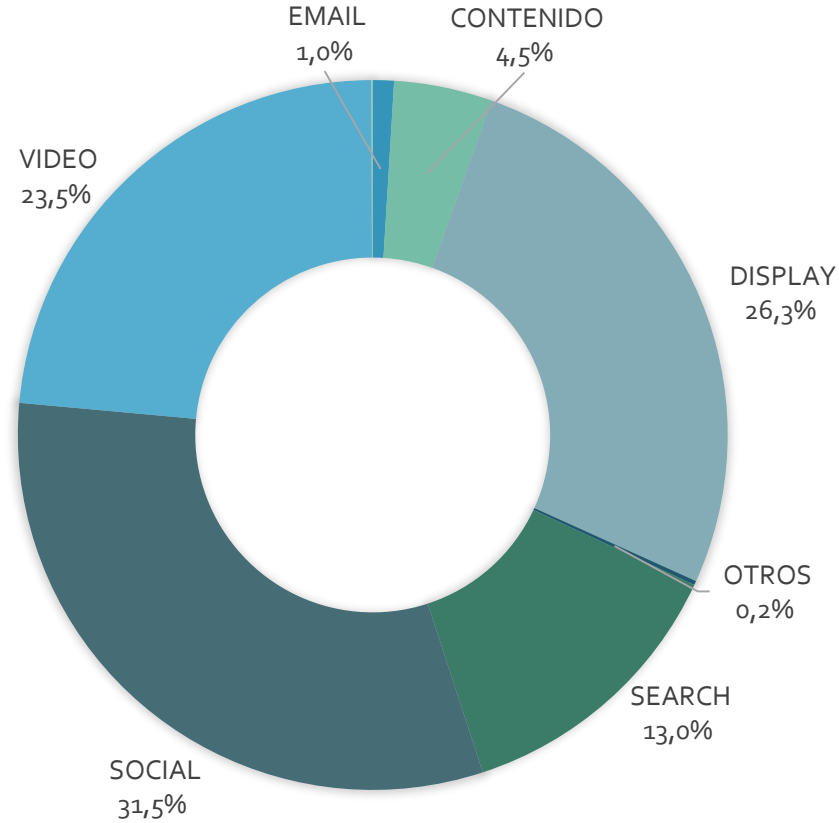
DIRECTA



PROGRAMMATIC

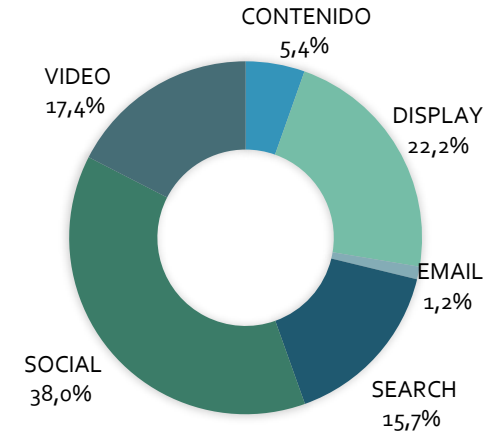


SOI POR CANAL 1° SEMESTRE 2019

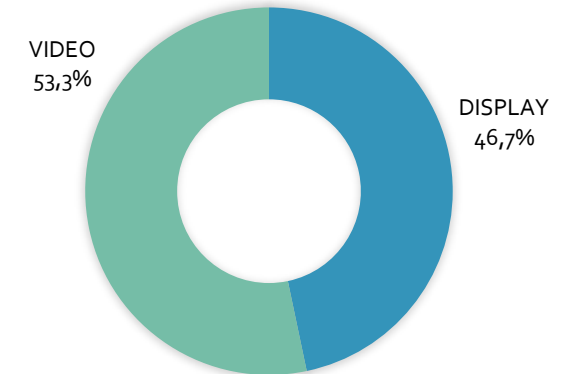


SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL 1° SEMESTRE 2019

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 | [f](#) [t](#) [i](#) [in](#)