

INVERSIÓN DIGITAL

FEBRERO 2025

REAL SOCIOS AAM

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 comerciales, **desarrolla el primer Informe mensual en Chile de la Inversión Publicitaria Digital el año 2016.**

La información corresponde a **cifras nominales de Inversión Digital** que realizan los Asociados de AAM, cuya participación **los convierte en actores relevantes dentro de la publicidad online de Chile.**

CONTENIDO

- Inversión Digital 2019 – 2024
- SOI Digital
- Estacionalidad Digital
- 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. Se reprocesó desde enero 2019.

Propiedad intelectual de AAM. Para su uso en publicaciones se requiere indicar fuente: AAM | Asociación Chilena de Agencias de Medios.

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.

CANALES DE COMPRA

Display: Publicidad de formatos gráficos. (Incluye banner, multiformato Google ads).

Social: Publicidad incluida dentro de plataformas sociales. (Facebook, Instagram, Twitter, Likedin, Snapchat).

Search/SEM: Anuncios de búsqueda pagada (Google search, Bing, etc.).

Contenido: Proyectos de contenido en medios digitales, incluyendo publi-reportajes.

Mail: Campañas de e-mailing pagadas.

Audio: Anuncios en formato Audio (ej: Spotify, radios online).

Video: Anuncios basados en un contenido de reproducción audiovisual (no incluye videos en RRSS).

COMPRA

PROGRAMMATICS

Segmentando por “**tipo de compra, video-audio-display**”, NO por tipo de tecnología utilizada, es decir todo lo que pase por trading desk.

RESUMEN INVERSIÓN DIGITAL FEBRERO 2025

INVERSIÓN REAL SOCIOS AAM | CIFRAS NOMINALES

FEBRERO 2025.

La inversión publicitaria reportada por nuestras Agencias de Medios Asociadas para el mes de febrero 2025 es de **\$22.199MM**, con una variación positiva de 1,7% vs. igual mes 2024, **SOI de 47,5% vs. 48,2%** del 2024, equivalente a -0,7 puntos porcentuales.

En el periodo ACUMULADO 2025 la inversión fue de **\$42.885MM** con una variación vs. el periodo anterior de **1,1%**.

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE COMPRA._

FEBRERO 2025_

Compra Directa 86%

Programática 14%

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE CANAL – FEBRERO 2025

| | SOCIAL | DISPLAY | SEARCH | VIDEO | CONTENIDO | AUDIO |
|---------------------|---------|---------|--------|-------|-----------|-------|
| COMPRA DIRECTA | 35% | 26,5% | 26% | 8,5% | 3,7% | 0,3% |
| | DISPLAY | | VIDEO | | AUDIO | |
| COMPRA PROGRAMÁTICA | 51,4% | | 48,5% | | 0,1% | |

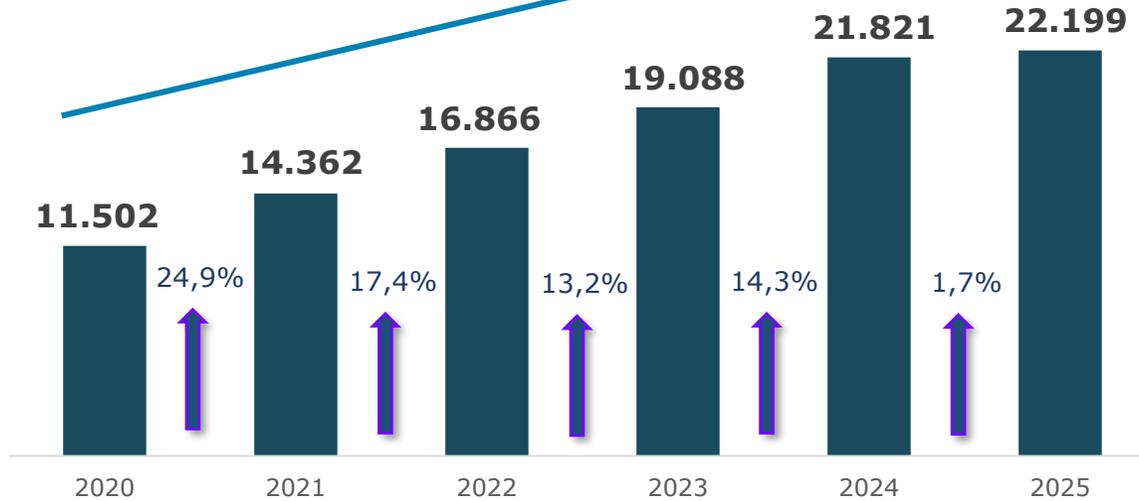
INVERSIÓN DIGITAL SOCIOS AAM | FEBRERO 2025

2019 A 2024 EN MM\$ - CIFRAS NOMINALES

VARIACIÓN FEBRERO

2025 vs. 2020

93%

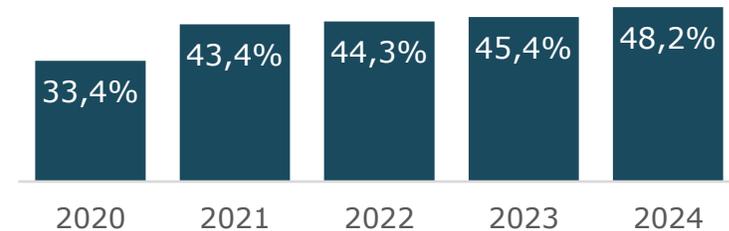


Inversión|
FEB 2025
\$22.199MM

%Var|FEB
2025 vs. 2024
+1,7%



SOI DIGITAL FEBRERO HISTÓRICO



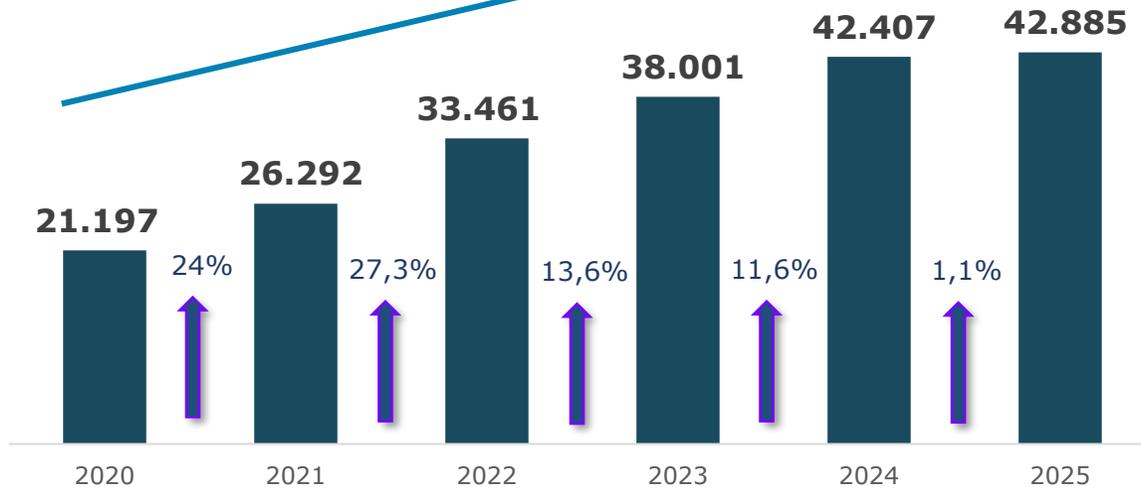
INVERSIÓN DIGITAL SOCIOS AAM | ACUMULADO 2025

2019 A 2024 EN MM\$ - CIFRAS NOMINALES

VARIACIÓN ACUMULADA

2025 vs. 2020

102%

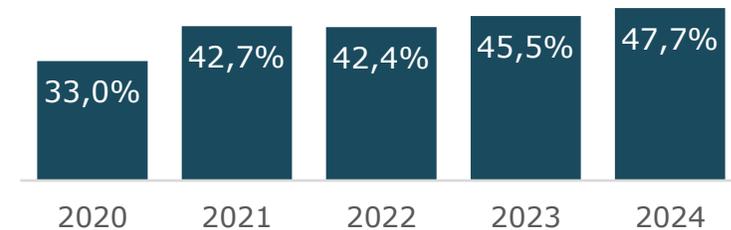


Inversión |
ACUM 2025
\$42.885MM

%Var | ACUM
2025 vs. 2024
+1,1%

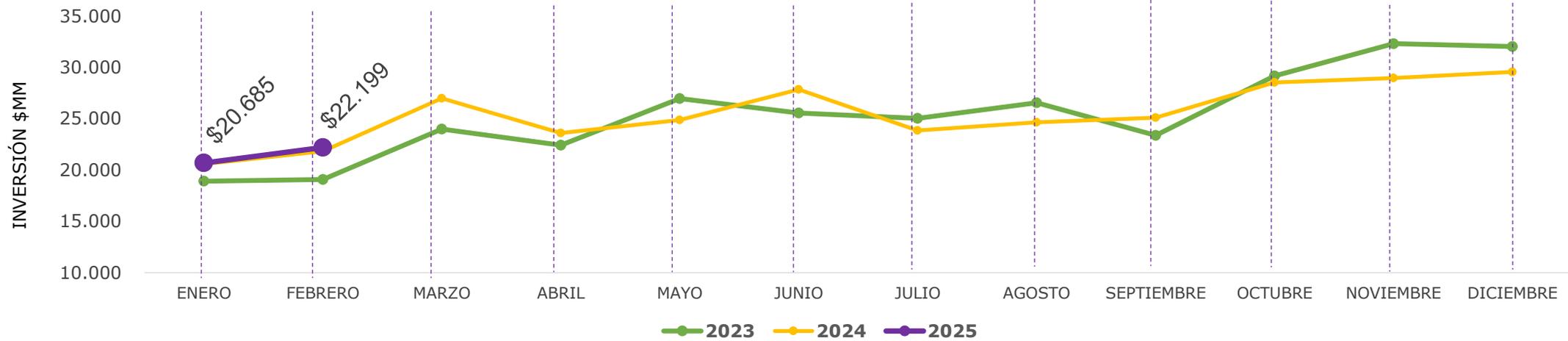


SOI DIGITAL ACUMULADA HISTÓRICO



ESTACIONALIDAD DIGITAL SOCIOS AAM | FEBRERO 2025

AÑO 2020-2021-2022-2023-2024-2025 | MM\$ CIFRAS NOMINALES



| MM\$ | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. | TOTAL ACUM. |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| 2020 | 9.694 | 11.502 | 10.086 | 8.423 | 10.098 | 11.729 | 11.404 | 14.744 | 15.537 | 17.424 | 20.946 | 23.319 | 164.907 |
| 2021 | 11.930 | 14.362 | 17.002 | 15.079 | 17.808 | 18.998 | 18.174 | 20.054 | 20.228 | 23.838 | 26.547 | 31.738 | 235.759 |
| Var. 2021 vs. 2020 | 23,1% | 24,9% | 68,6% | 79,0% | 76,4% | 62,0% | 59,4% | 36,0% | 30,2% | 36,8% | 26,7% | 36,1% | 43,0% |
| 2022 | 16.595 | 16.866 | 21.126 | 19.020 | 23.644 | 21.912 | 20.352 | 22.087 | 20.719 | 25.175 | 25.611 | 31.173 | 264.280 |
| Var. 2022 vs. 2021 | 39,1% | 17,4% | 24,3% | 26,1% | 32,8% | 15,3% | 12,0% | 10,1% | 2,4% | 5,6% | -3,5% | -1,8% | 12,1% |
| 2023 | 18.914 | 19.088 | 23.983 | 22.418 | 26.972 | 25.555 | 25.041 | 26.557 | 23.377 | 29.163 | 32.313 | 32.027 | 305.409 |
| Var. 2023 vs. 2022 | 14,0% | 13,2% | 13,5% | 17,9% | 14,1% | 16,6% | 23,0% | 20,2% | 12,8% | 15,8% | 26,2% | 2,7% | 15,6% |
| 2024 | 20.586 | 21.821 | 26.983 | 23.596 | 24.876 | 27.840 | 23.854 | 24.641 | 25.098 | 28.530 | 28.961 | 29.562 | 306.348 |
| Var. 2024 vs. 2023 | 8,8% | 14,3% | 12,5% | 5,3% | -7,8% | 8,9% | -4,7% | -7,2% | 7,4% | -2,2% | -10,4% | -7,7% | 0,3% |
| 2025 | 20.685 | 22.199 | | | | | | | | | | | 42.885 |
| SHARE | 48% | 52% | | | | | | | | | | | |
| Var. 2025 vs. 2024 | 0,5% | 1,7% | | | | | | | | | | | |

VARIACIÓN MENSUAL SOCIOS AAM | FEBRERO 2025

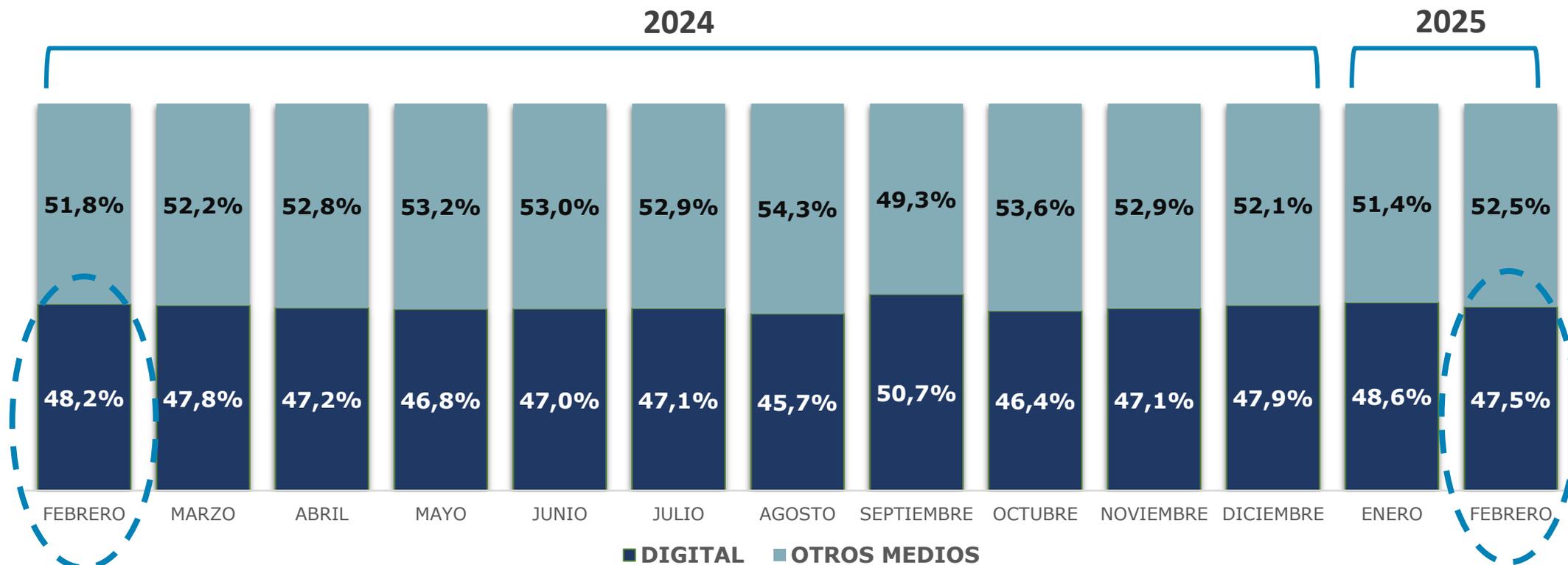
AÑO 2020-2021-2022-2023-2024-2025 | MM\$ CIFRAS NOMINALES



| MES | INV. 2020 | INV. 2021 | Var 2021-2020 | INV. 2022 | Var 2022-2021 | INV. 2023 | Var 2023-2022 | INV. 2024 | Var 2024-2023 | INV. 2025 | Var 2025-2024 |
|--------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| ENERO | 9.694 | 11.930 | 23,1% | 16.595 | 39,1% | 18.914 | 14,0% | 20.586 | 8,8% | 20.685 | 0,5% |
| FEBRERO | 11.502 | 14.362 | 24,9% | 16.866 | 17,4% | 19.088 | 13,2% | 21.821 | 14,3% | 22.199 | 1,7% |
| MARZO | 10.086 | 17.002 | 68,6% | 21.126 | 24,3% | 23.983 | 13,5% | 26.983 | 12,5% | | |
| ABRIL | 8.423 | 15.079 | 79,0% | 19.020 | 26,1% | 22.418 | 17,9% | 23.596 | 5,3% | | |
| MAYO | 10.098 | 17.808 | 76,4% | 23.644 | 32,8% | 26.972 | 14,1% | 24.876 | -7,8% | | |
| JUNIO | 11.729 | 18.998 | 62,0% | 21.912 | 15,3% | 25.555 | 16,6% | 27.840 | 8,9% | | |
| JULIO | 11.404 | 18.174 | 59,4% | 20.352 | 12,0% | 25.041 | 23,0% | 23.854 | -4,7% | | |
| AGOSTO | 14.744 | 20.054 | 36,0% | 22.087 | 10,1% | 26.557 | 20,2% | 24.641 | -7,2% | | |
| SEPTIEMBRE | 15.537 | 20.228 | 30,2% | 20.719 | 2,4% | 23.377 | 12,8% | 25.098 | 7,4% | | |
| OCTUBRE | 17.424 | 23.838 | 36,8% | 25.175 | 5,6% | 29.163 | 15,8% | 28.530 | -2,2% | | |
| NOVIEMBRE | 20.946 | 26.547 | 26,7% | 25.611 | -3,5% | 32.313 | 26,2% | 28.961 | -10,4% | | |
| DICIEMBRE | 23.319 | 31.738 | 36,1% | 31.173 | -1,8% | 32.027 | 2,7% | 29.562 | -7,7% | | |
| TOTAL | 164.907 | 235.759 | 43,0% | 264.280 | 12,1% | 305.409 | 15,6% | 306.348 | 0,3% | 42.885 | |

SOI DIGITAL AÑO MÓVIL INVERSIÓN SOCIOS AAM

FEBRERO 2024 A FEBRERO 2025



VARIACIÓN SOI FEBRERO: **-0,7 puntos** porcentuales vs. 2024

TIPO DE COMPRA CANALES DE COMPRA

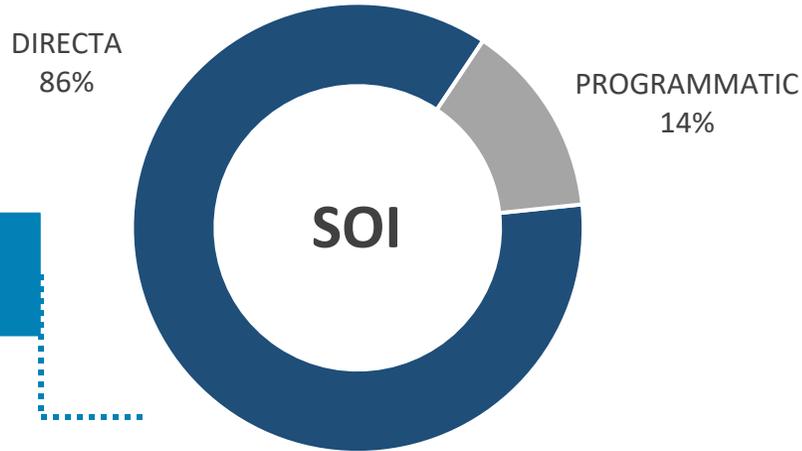
FEBRERO 2025

INVERSIÓN REAL SOCIOS AAM

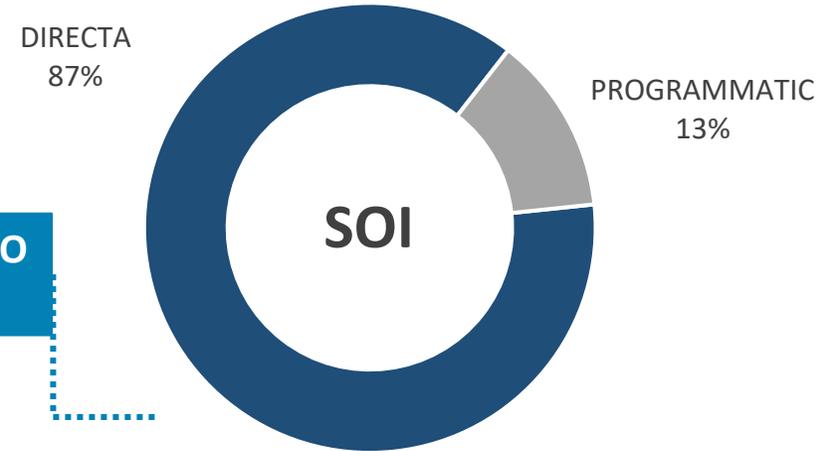
SOI DIGITAL - TIPO DE COMPRA | FEBRERO / ACUMULADO

SHARE SOCIOS AAM 2020-2021-2022-2023-2024-2025

FEBRERO
2025

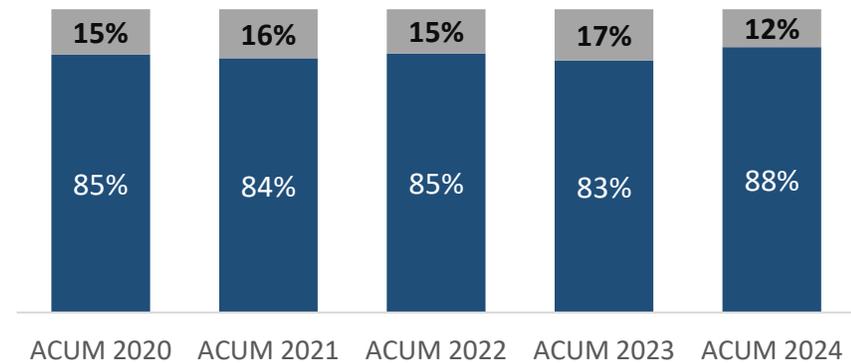
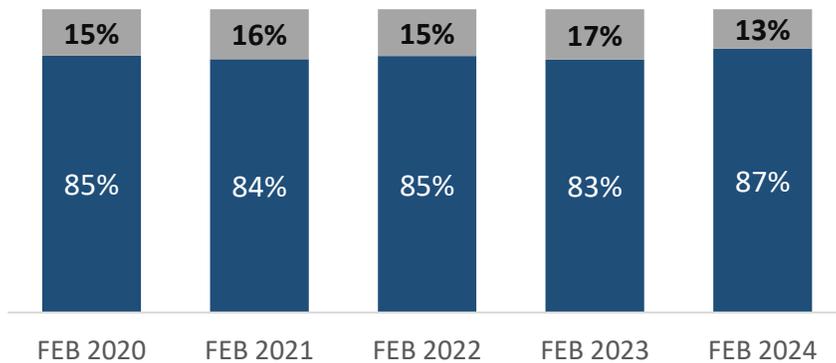


ACUMULADO
2025



■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC

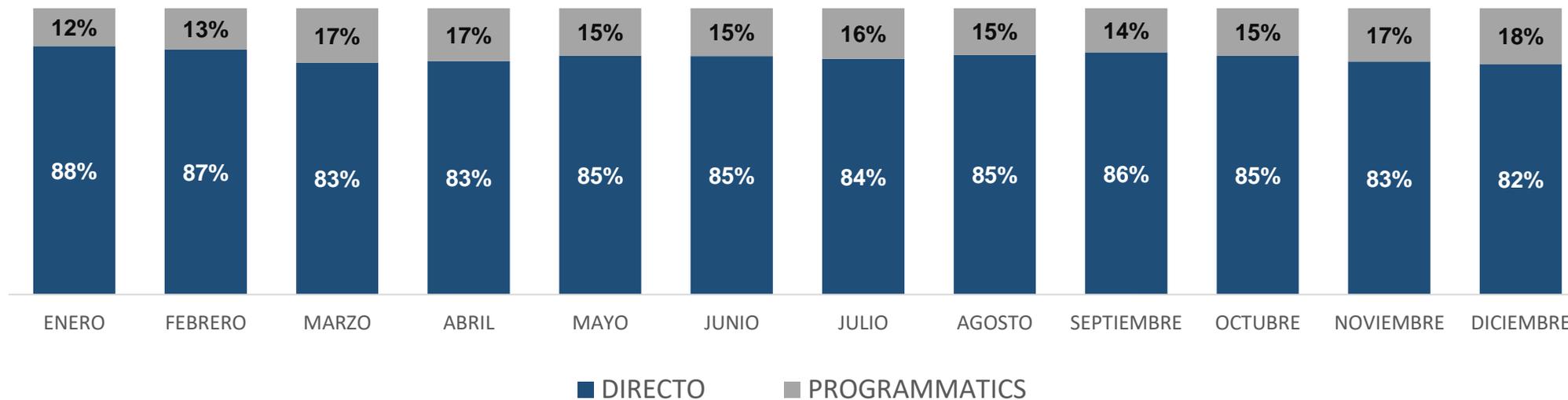
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



ESTACIONALIDAD SOI TIPO DE COMPRA | FEBRERO 2025

2024 – 2025 | SOCIOS AAM

SOI 2024

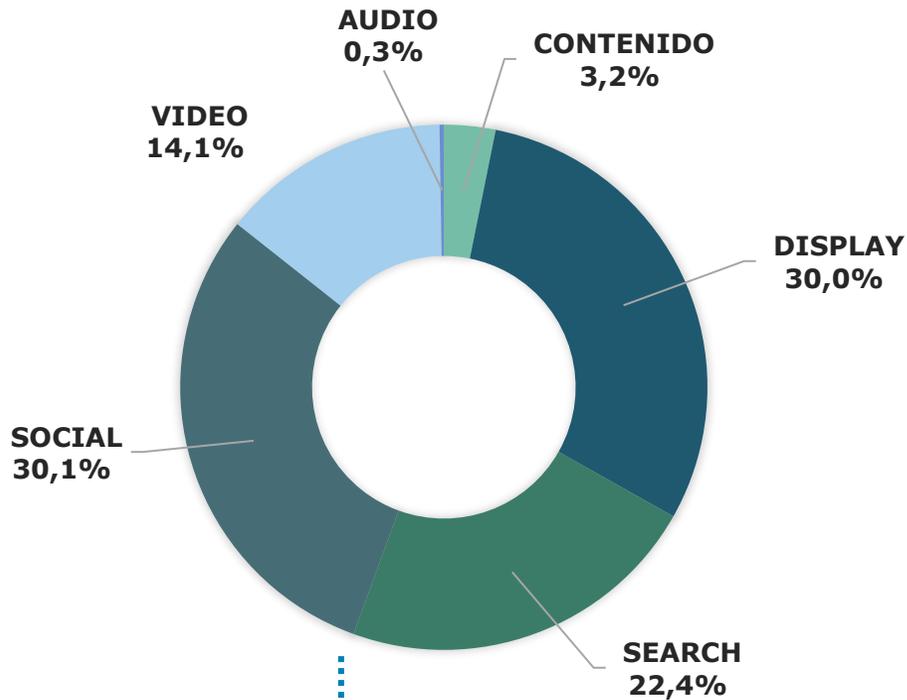


SOI 2025

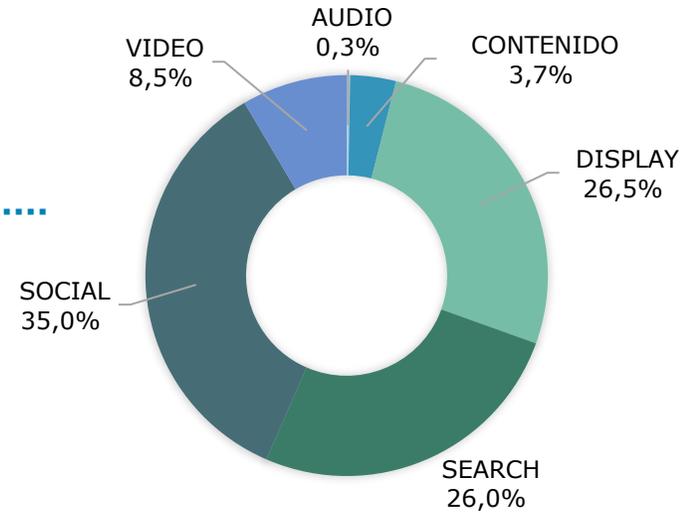


SOI DIGITAL POR CANAL Y COMPRA | FEBRERO 2025

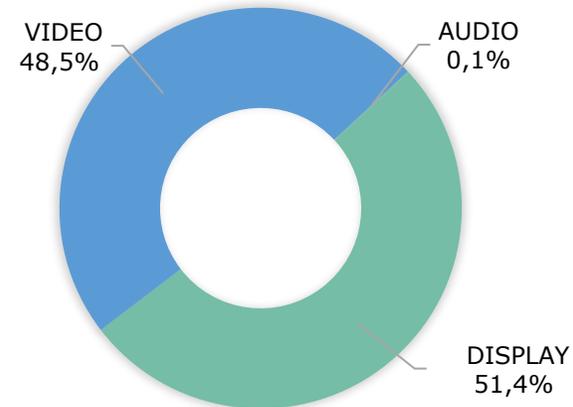
REAL SOCIOS AAM



SOI POR
CANAL
FEBRERO 2025



SOI POR TIPO DE
COMPRA Y CANAL
FEBRERO 2025

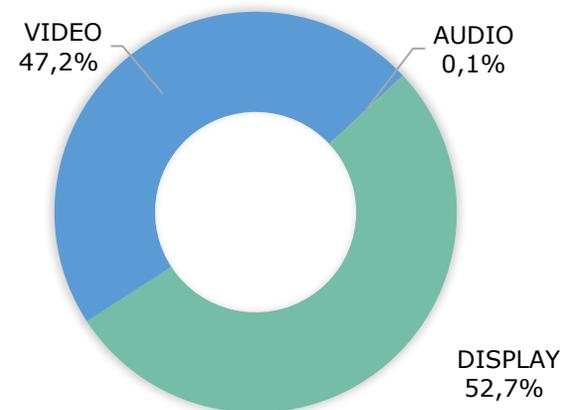
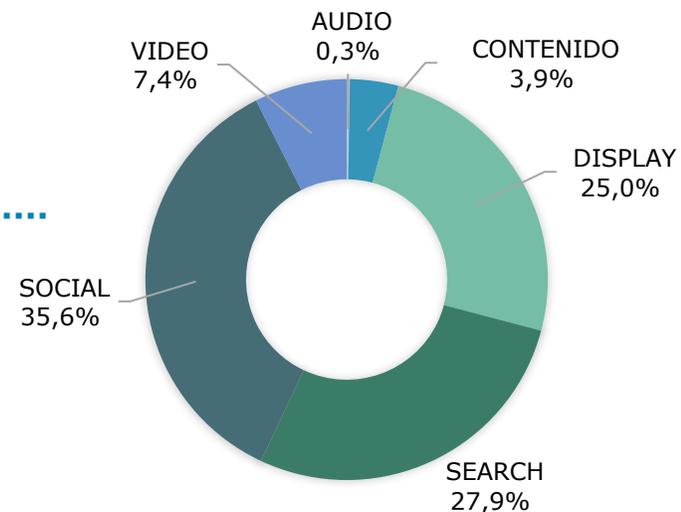
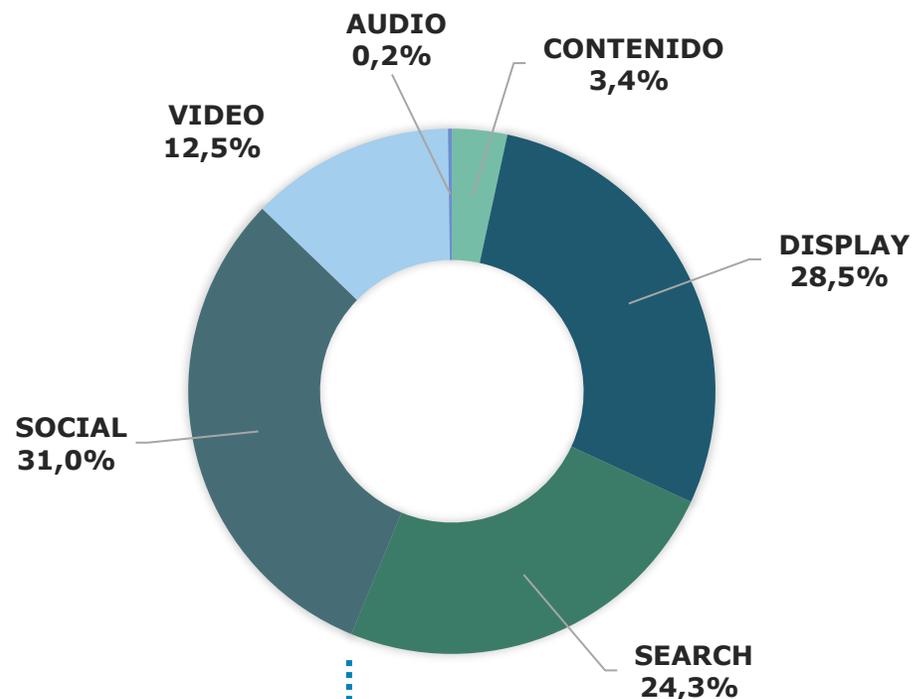


DIRECTA

PROGRAMMATIC

SOI DIGITAL POR CANAL Y COMPRA | ACUMULADO 2025

REAL SOCIOS AAM



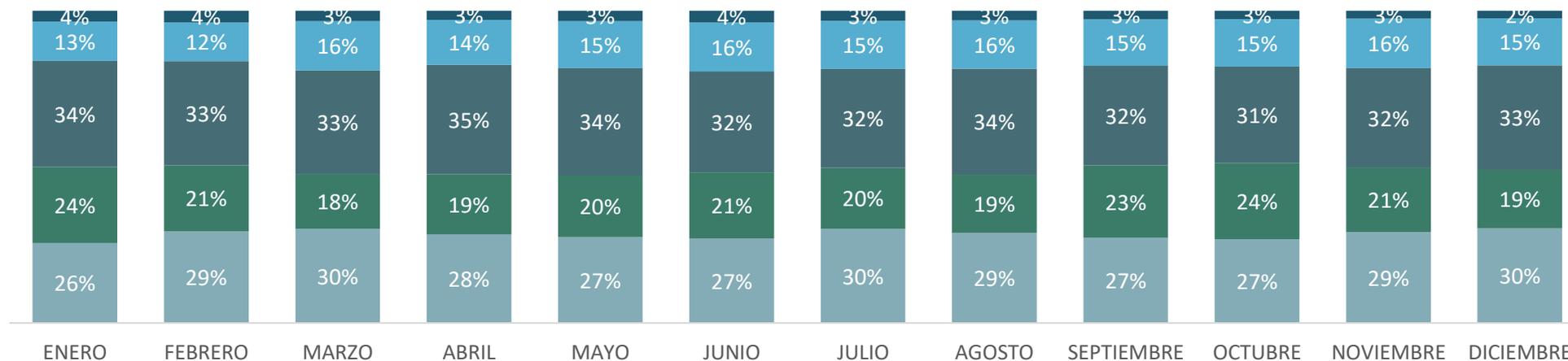
DIRECTA

PROGRAMMATIC

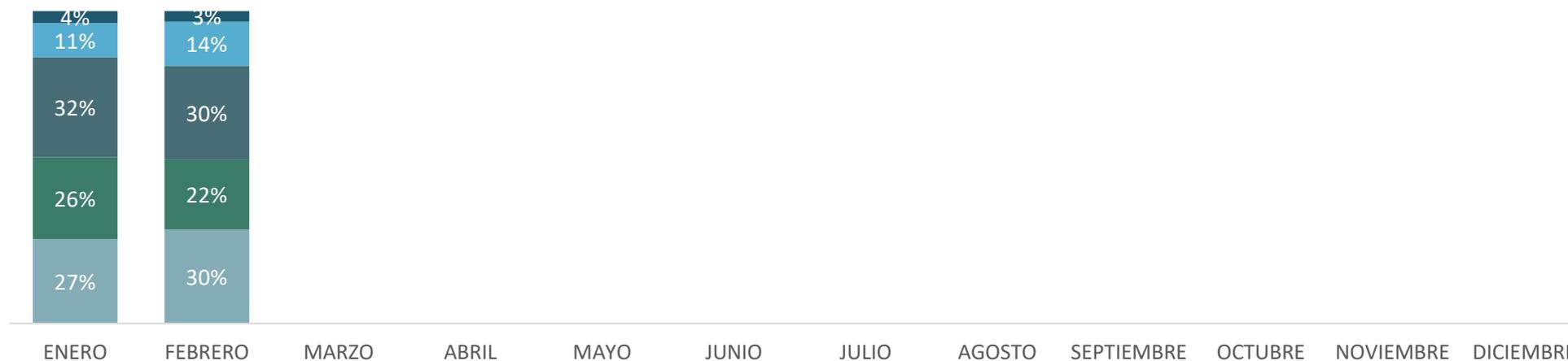
ESTACIONALIDAD HISTÓRICA TOTAL TIPO DE CANAL

SOCIOS AAM AÑO 2024 –2025

SOI 2024



SOI 2025



- OTROS
- VIDEO
- SOCIAL
- SEARCH
- DISPLAY



ASOCIACIÓN
AGENCIAS
DE MEDIOS

dentsu

group^m

HAVAS

MEDIABRANDS

OMG
OmnicomMediaGroup


**PUBLICIS
MEDIA**