

1° QUARTER  
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 MARZO 2020

### INVERSIÓN REAL ASOCIADOS AAM - CIFRAS NOMINALES

La **Inversión en marzo 2020** tuvo una disminución de **-13%** vs. igual mes 2019, y para el primer trimestre 2020 es de **-0,3%** vs. igual periodo 2019.

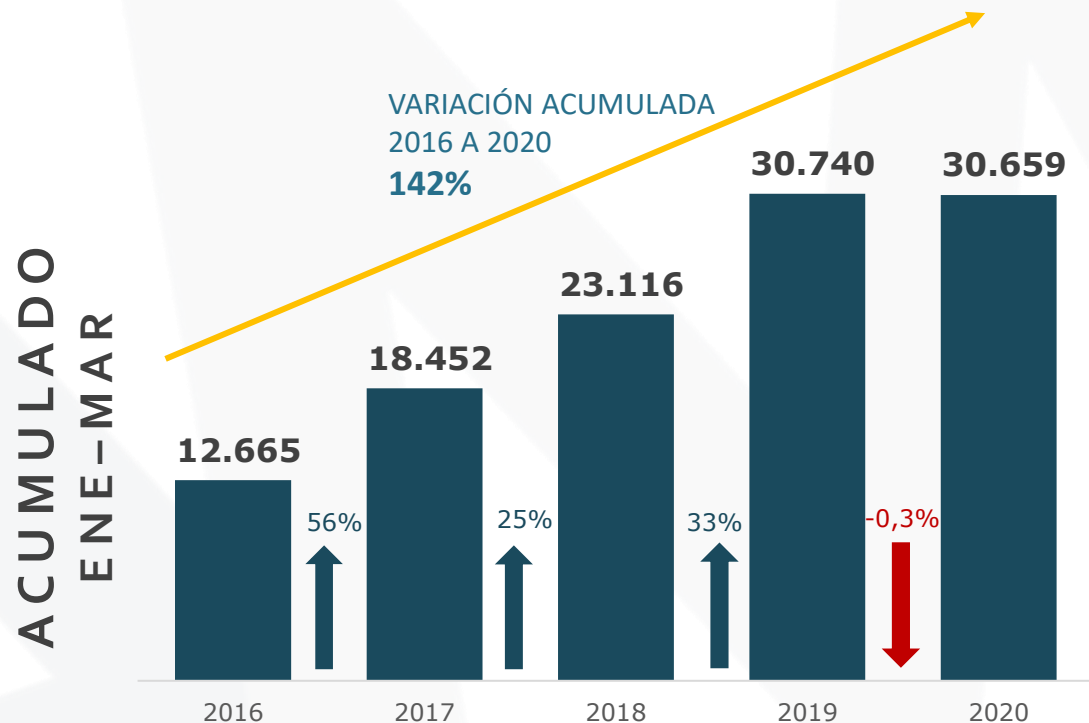
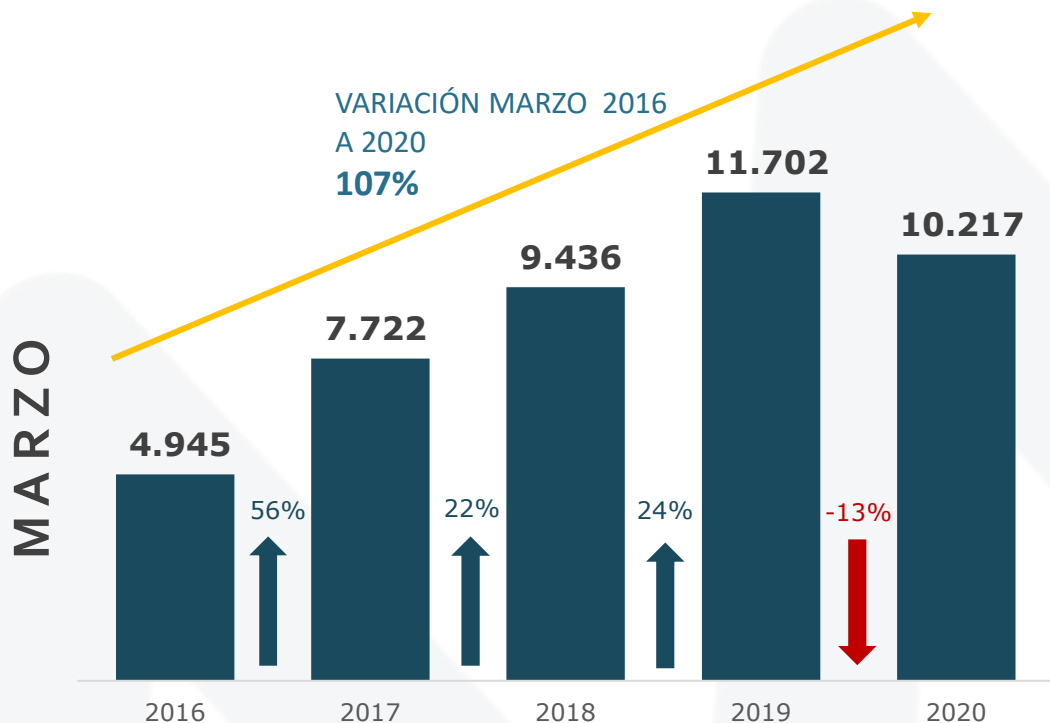
El **SOI Digital marzo 2020** fue un **40%** sobre el total inversión en medios vs. igual mes 2019, siendo el mayor share obtenido en el periodo de un año móvil, aumentando **14,1 puntos porcentuales** vs. igual mes año anterior.

El **SOI acumulado para el primer trimestre** fue de un **36%** vs. igual periodo 2019.

El **SOI por Tipo de Compra en marzo 2020** fue un **87%** a Directa y **13%** a Programmatic, cabe destacar el share de Compra Directa tuvo una variación respecto a los últimos 3 meses aumentando en **4 puntos porcentuales**. La participación acumulada enero – marzo es un **84%** y **16%** respectivamente.

El **SOI por Canal en Compra Directa de marzo 2020** se distribuyó en un **39%** para Social, un **23%** Display, **18%** Video, **15%** Search, **5%** Contenido, **0,5%** Email y **0,4%** Audio.

En tanto en **Compra Programmatic** su distribución fue **56,4%** para Display, **43,2%** Video y **0,4%** Audio.



Inversión |  
**MARZO 2020**  
**\$10.217**

INVERSIÓN \$MM

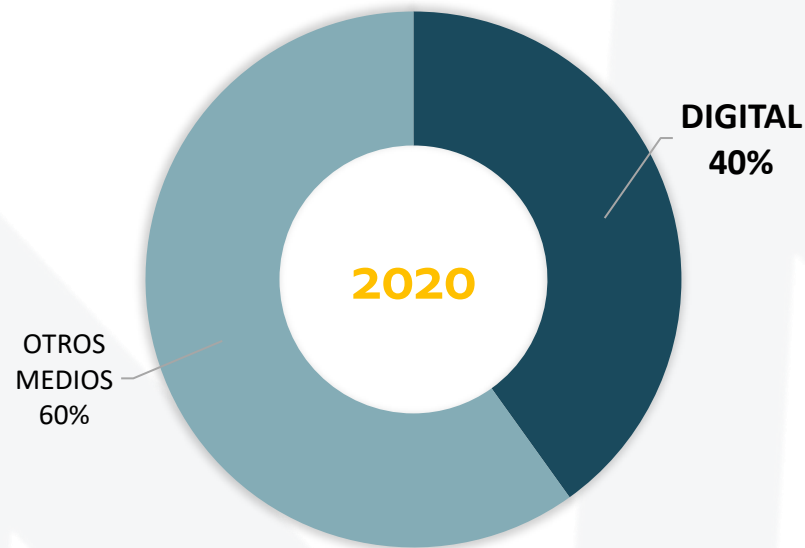
%Var | **MARZO**  
2020 vs. 2019  
**-12,7%**

Inversión |  
**ACUMULADA**  
2020  
**\$30.659**

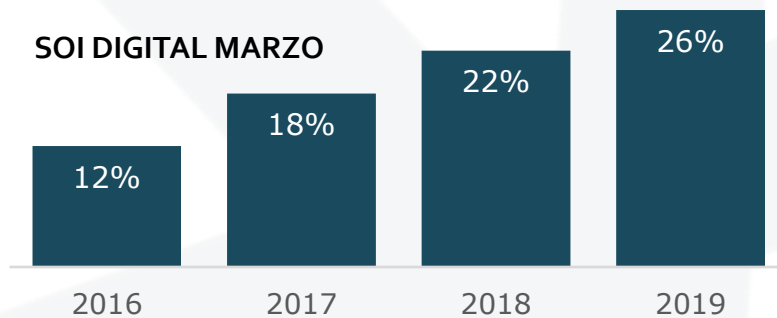
INVERSIÓN \$MM

%Variación |  
**ACUMULADA**  
2020 vs. 2019  
**-0,3%**

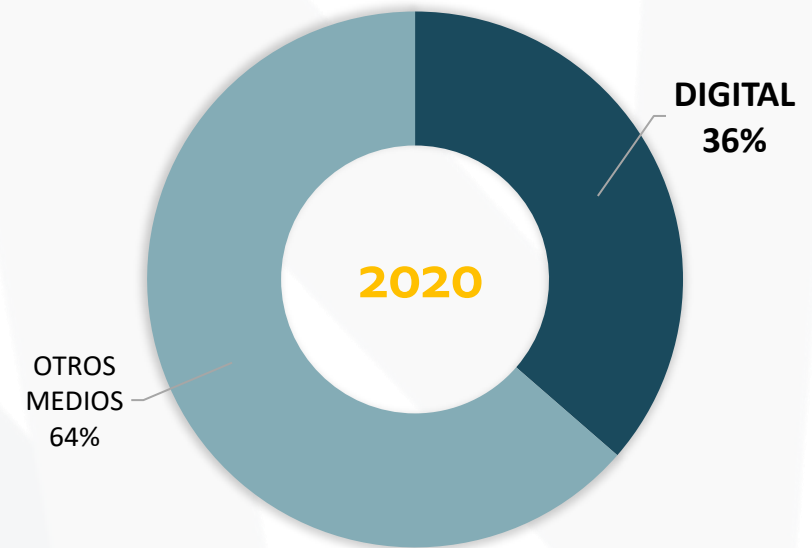
MARZO



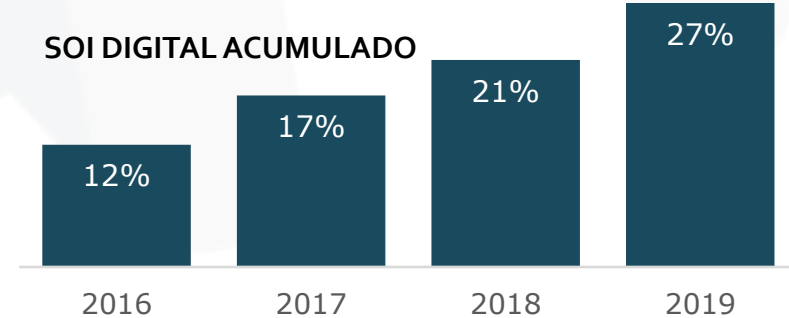
SOI DIGITAL MARZO



ACUMULADO  
ENE-MAR

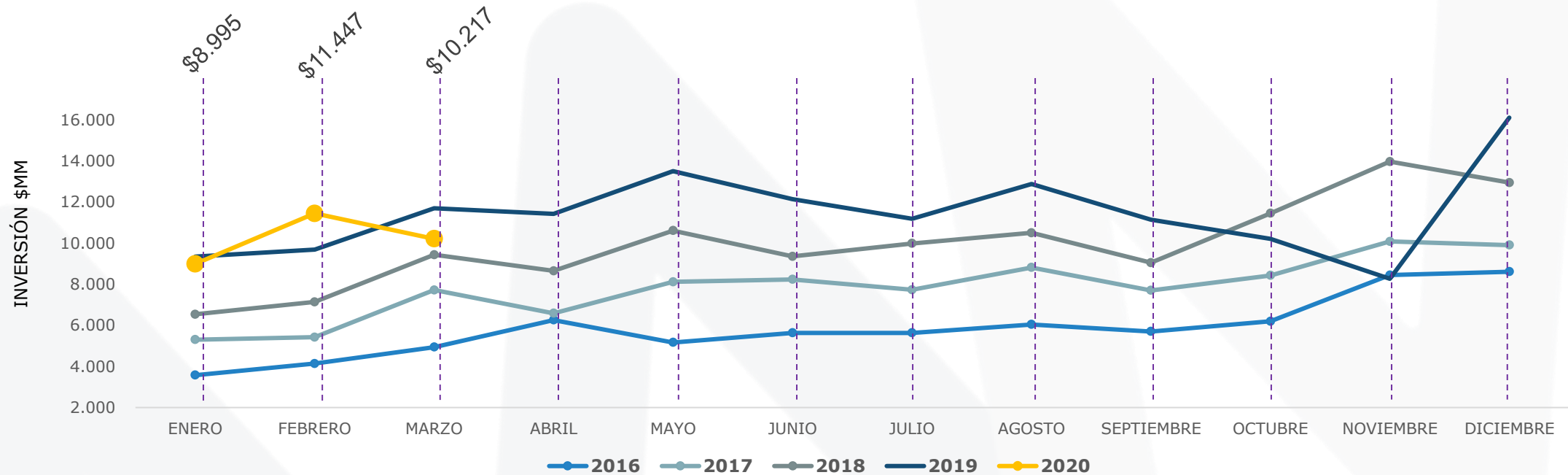


SOI DIGITAL ACUMULADO



# ESTACIONALIDAD DIGITAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM











































AÑO 2016-2017-2018-2019-2020 A MARZO | MM\$ CIFRAS NOMINALES

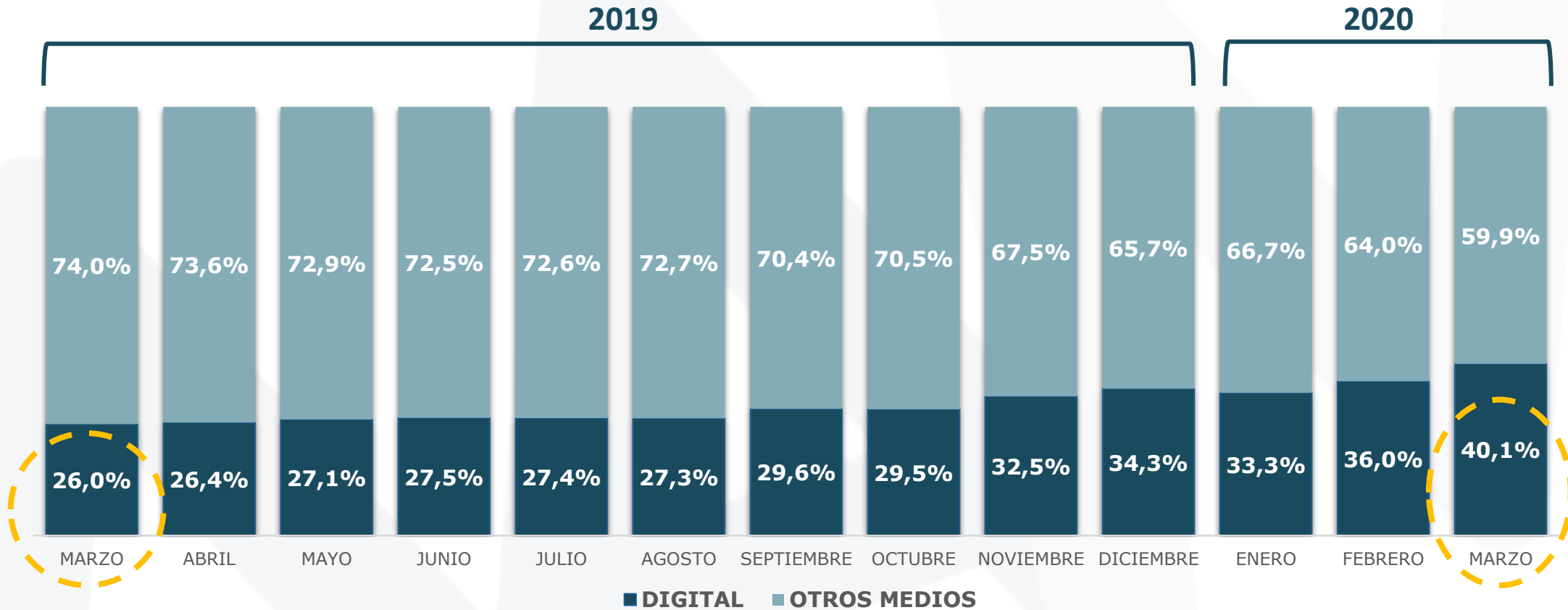


MM\$	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL ACUM.
2016	3.578	4.142	4.945	6.258	5.171	5.634	5.633	6.044	5.707	6.200	8.448	8.617	70.377
SHARE	5%	6%	7%	9%	7%	8%	8%	9%	8%	9%	12%	12%	
2017	5.303	5.427	7.722	6.588	8.119	8.238	7.731	8.819	7.706	8.434	10.087	9.907	94.081
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	10.217	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30.659
SHARE	29%	37%	33%										
Var. 2020 vs. 2019	-3,8%	18,1%	-12,7%										

# VARIACIÓN MENSUAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

AÑOS 2016-2017-2018-2019-2020 A MARZO | MM\$ CIFRAS NOMINALES

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%	10.217	 -13%
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%		
<b>TOTAL</b>	<b>70.372</b>	<b>94.081</b>	 <b>34%</b>	<b>119.663</b>	 <b>27%</b>	<b>137.630</b>	 <b>15%</b>	<b>30.659</b>	



**Crecimiento SOI: 14,1 puntos porcentuales marzo 2020 vs. 2019**



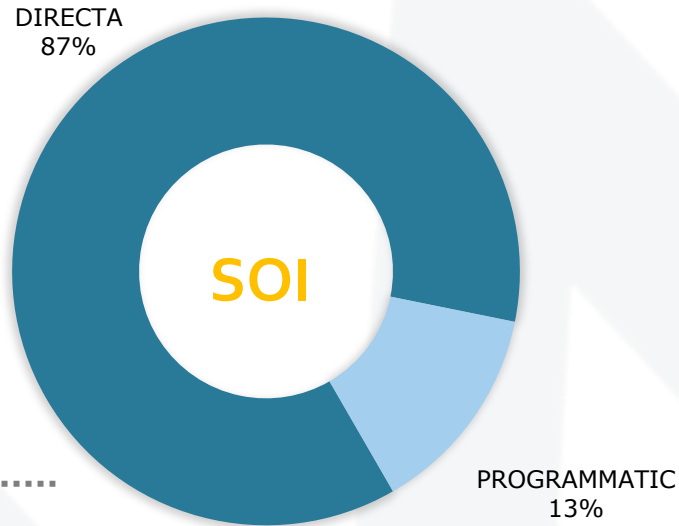
# INVERSIÓN DIGITAL

## POR TIPO Y CANALES DE COMPRA

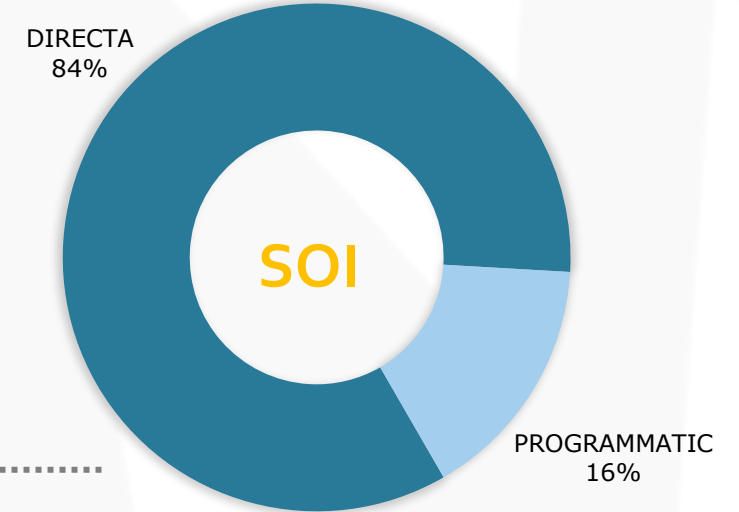
Inversión Real Socios AAM

**MARZO 2020**

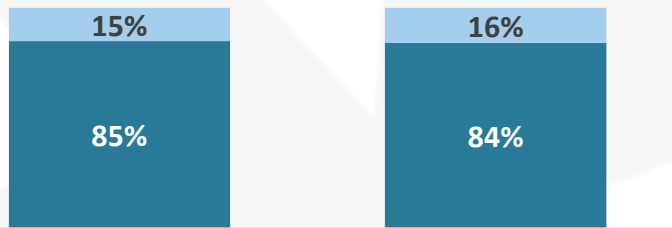
**MARZO  
2020**



**ACUMULADO  
ENE-MAR 2020**



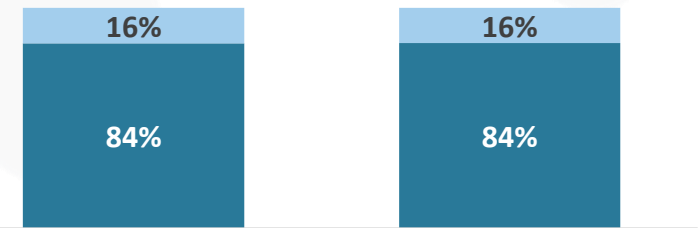
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



MARZO 2018

MARZO 2019

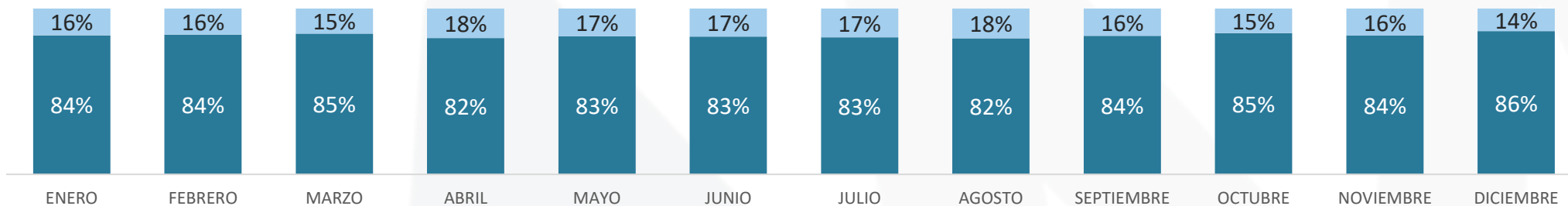
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC



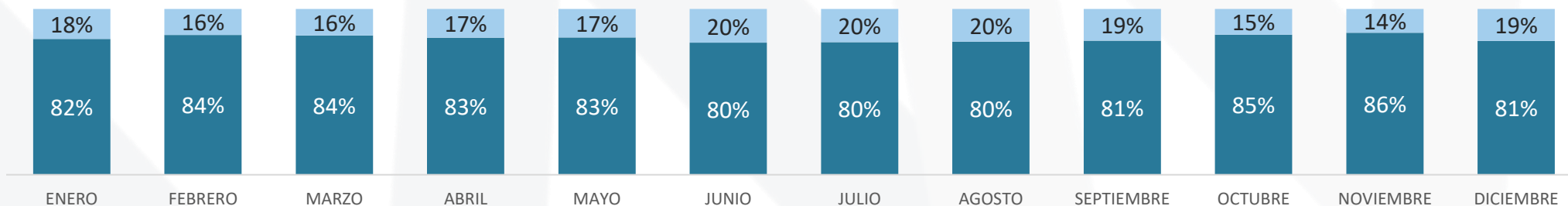
ACUM MARZO 2018

ACUM MARZO 2019

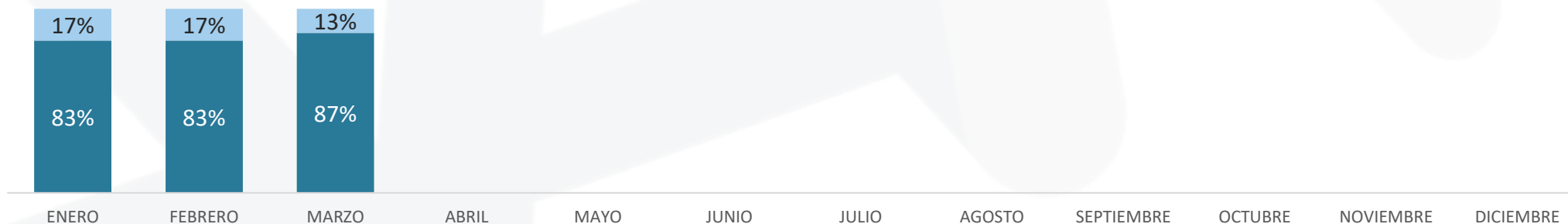
## SOI 2018



## SOI 2019

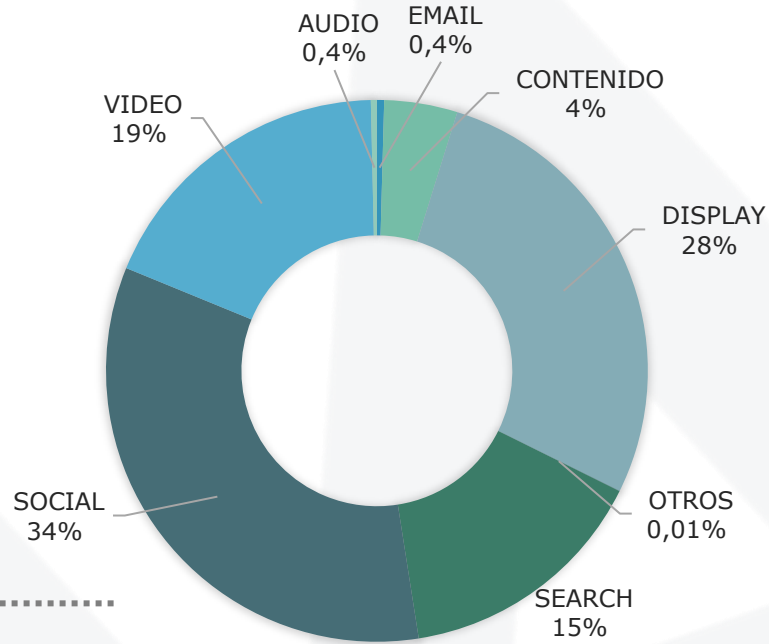


## SOI 2020



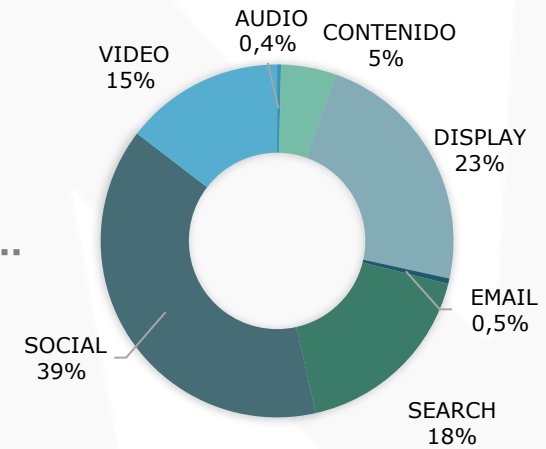
■ DIRECTA ■ PROGRAMMATIC

## SOI POR CANAL MARZO 2020

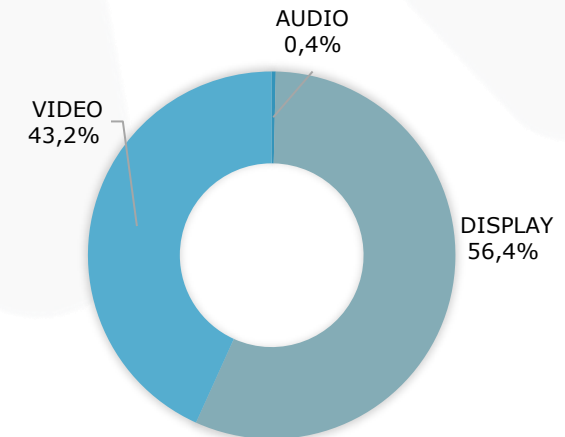


## SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL MARZO 2020

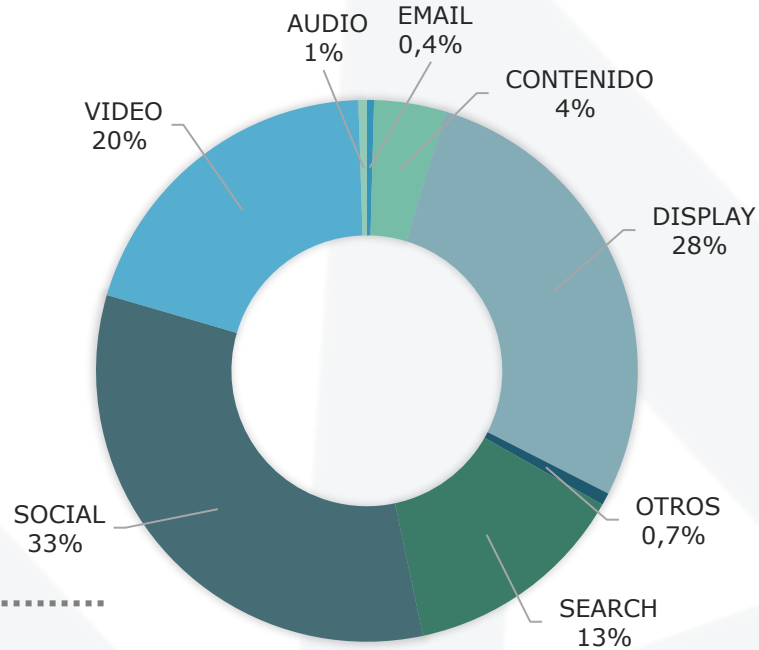
### DIRECTA



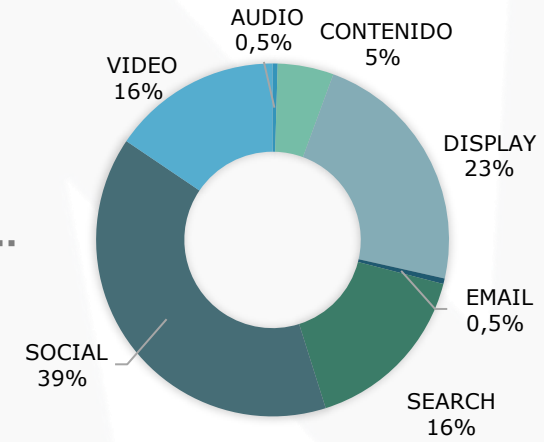
### PROGRAMMATIC



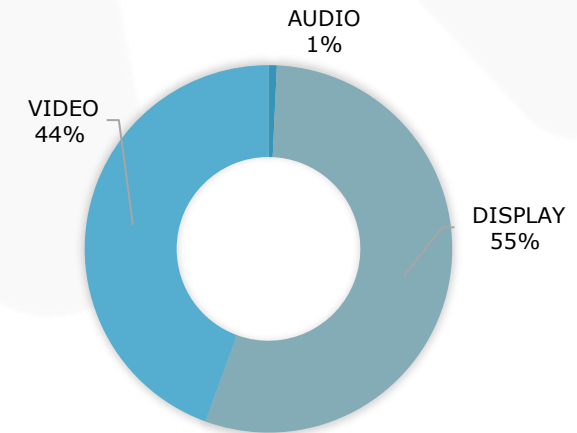
## SOI POR CANAL ACUMULADO ENE-MAR 2020



## DIRECTA



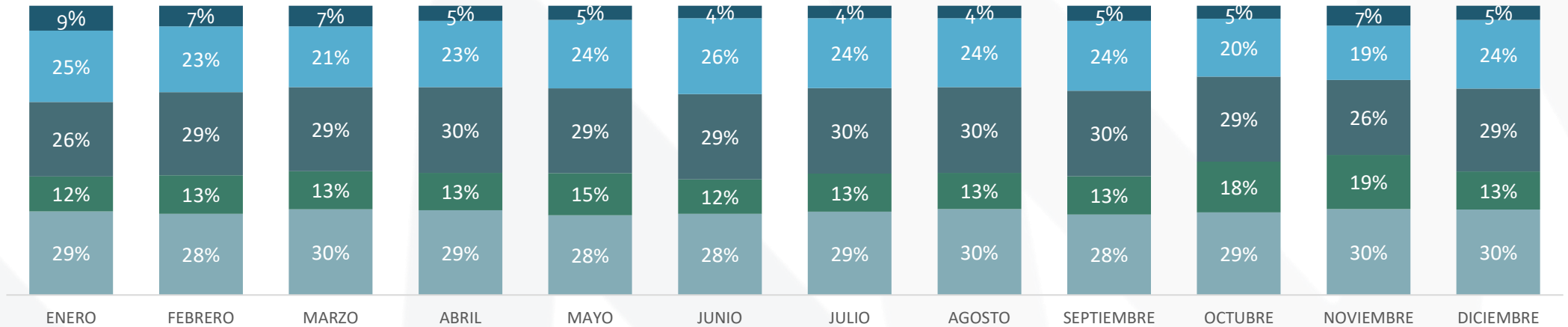
## PROGRAMMATIC



## SOI POR TIPO DE COMPRA Y CANAL ACUMULADO ENE-MAR 2020

ACUMULADO  
ENE-MAR 2020

## SOI 2019



## SOI 2020



■ DISPLAY ■ SEARCH ■ SOCIAL ■ VIDEO ■ OTROS

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