

JULIO 2021

INVERSIÓN DIGITAL

REAL SOCIOS AAM

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 del marketing y las comunicaciones comerciales, **desarrolla el primer Informe mensual en Chile de la Inversión Publicitaria Digital.**

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.**

AAM edita mensualmente este informe con cifras desde el año 2016.

CONTENIDO

- Inversión Digital 2016 – 2021
- 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.**

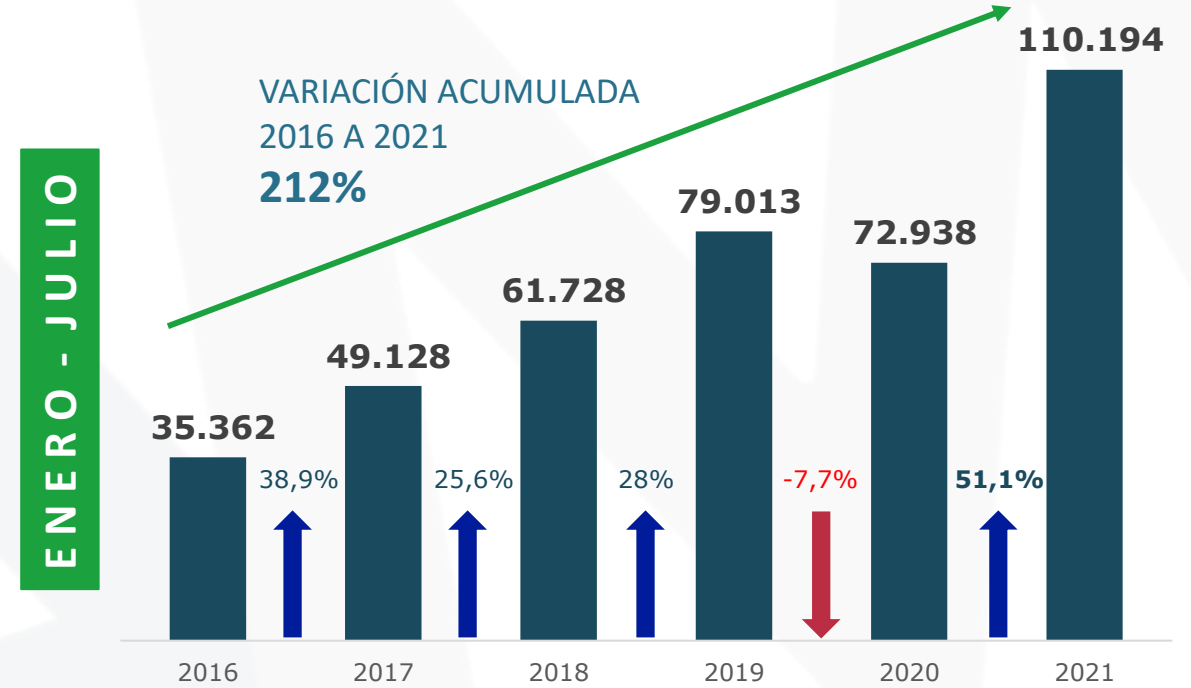
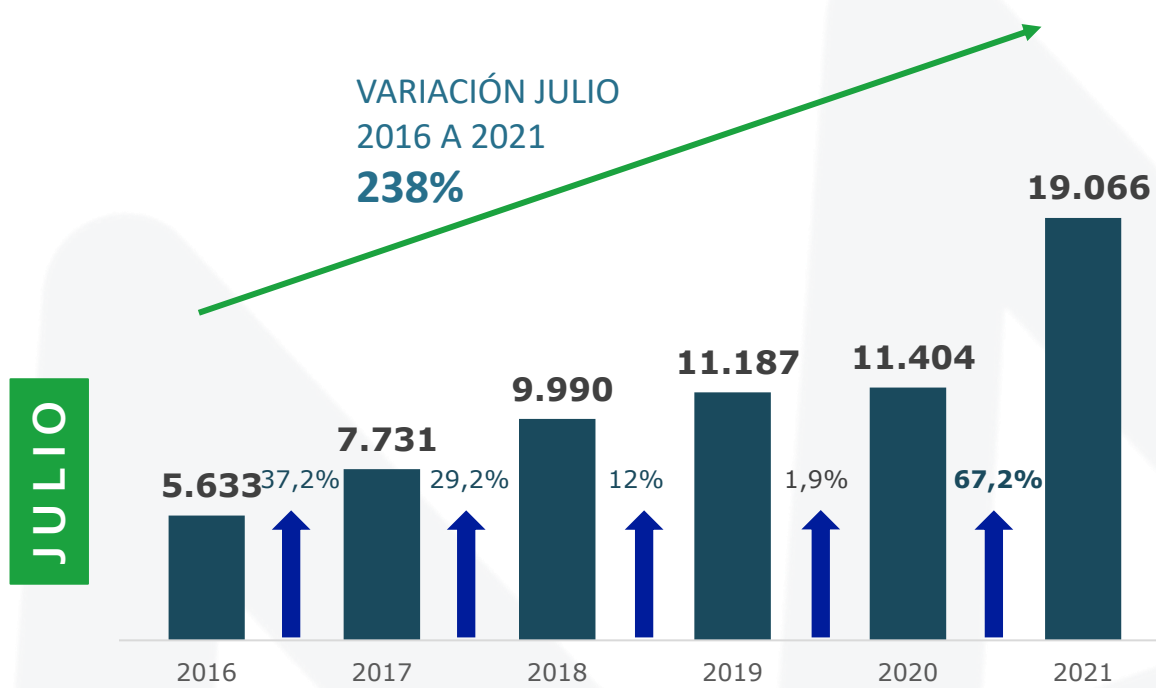
La inversión Digital reportada por nuestras Agencias Asociadas para el mes de **Julio 2021 muestra una variación de crecimiento de 67,2%** vs. igual mes 2020, con un **SOI de 41,6%** igual al share de julio 2020.

El periodo acumulado enero-julio 2021 presenta un crecimiento en Digital de **51,1%** vs. igual periodo 2020, con un **SOI de 41,1 %** vs. **37,3% del 2020**, equivalente a un alza de 3,8 puntos porcentuales de share.

En julio 2021 la inversión en **Compra Directa** logra un share de **85,4%** y **Compra Programática** un **14,6% de SOI**, y para el periodo acumulado 2021 un **84,2%** y **15,8% de SOI** respectivamente.

El SOI en el mes de julio 2021 por **Tipo de Canal** en **Compra Directa** se distribuye en: 42% Social; 22,7% Display; 17,9% Search; 11,6% Video; 5,6% Contenido; 0,2% Audio y 0,1% para Email.

La distribución por **Tipo de Canal** en **Compra Programática** en julio 2021 es la siguiente: **54,9%** Video; **44,9%** Display y **0,3%** Audio.



Inversión |
JULIO 2021
\$19.066

INVERSIÓN \$MM

%Var |
JULIO
2021 vs. 2020
67,2%

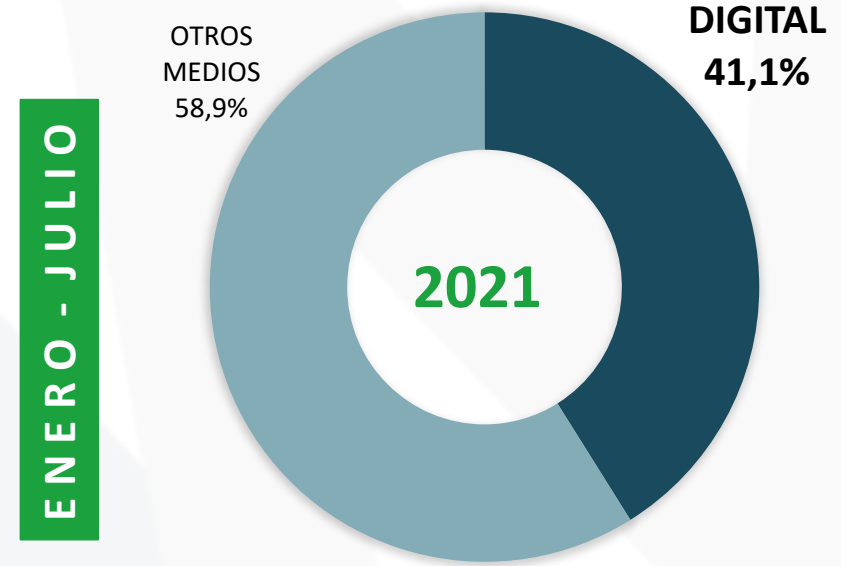
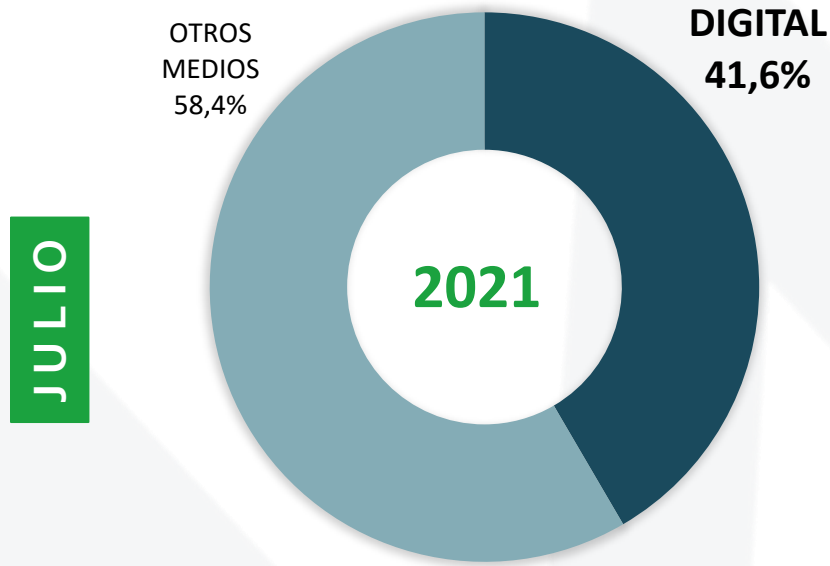
Inversión |
ENERO-JULIO
2021
\$110.194

INVERSIÓN \$MM

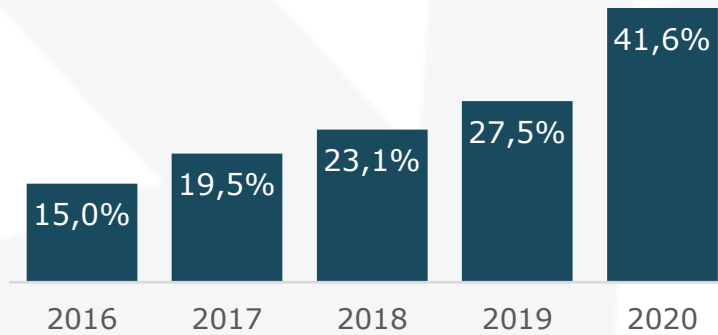
%Var |
ENERO-JULIO
2021 vs. 2020
51,1%

SOI DIGITAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

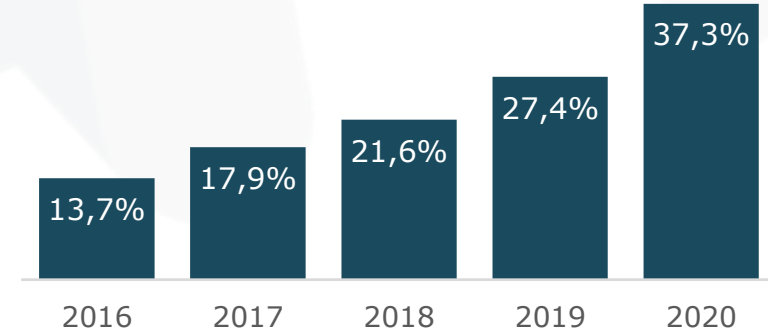
JULIO Y ACUMULADO ENERO-JULIO 2021



SOI DIGITAL JULIO HISTÓRICO

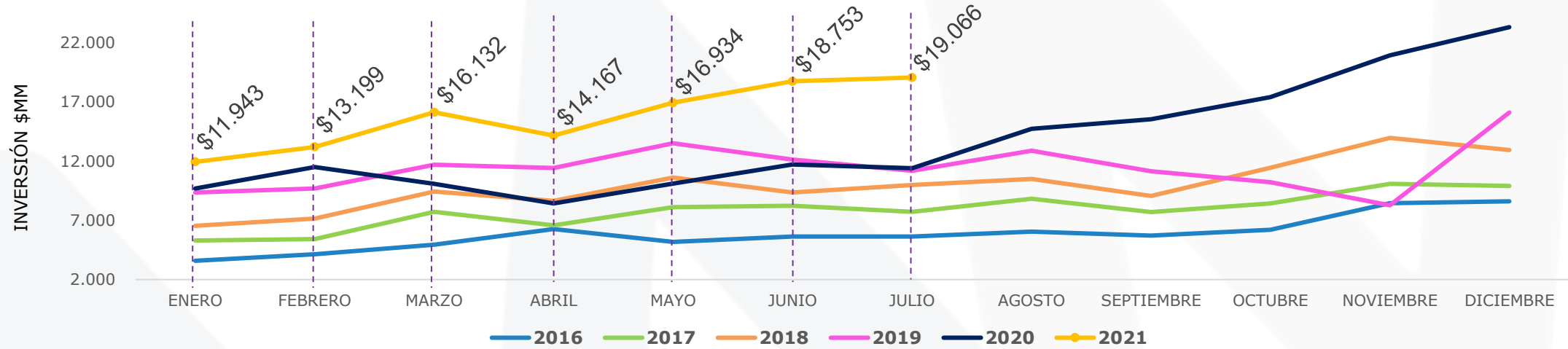


SOI DIGITAL ACUMULADO ENERO-JULIO



ESTACIONALIDAD DIGITAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

AÑO 2016-2017-2018-2019-2020-2021 A JULIO | 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
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
Var. 2017 vs. 2016	48,2%	31,0%	56,2%	5,3%	57,0%	46,2%	37,2%	45,9%	35,0%	36,0%	19,4%	15,0%	33,7%
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
Var. 2018 vs. 2017	23,3%	31,6%	22,2%	31,3%	30,7%	13,6%	29,2%	19,1%	17,5%	35,8%	38,5%	30,7%	27,2%
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
Var. 2019 vs. 2018	43,0%	35,6%	24,0%	32,1%	27,3%	29,8%	12,0%	22,6%	23,1%	-10,8%	-40,8%	24,4%	15,0%
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
Var. 2020 vs. 2019	3,7%	18,7%	-13,8%	-26,3%	-25,3%	-3,4%	1,9%	14,5%	39,4%	70,6%	153,4%	44,8%	19,8%
2021	11.943	13.199	16.132	14.167	16.934	18.753	19.066	-	-	-	-	-	110.194
SHARE	11%	12%	15%	13%	15%	17%	17%						
Var. 2021 vs. 2020	23,2%	14,8%	59,9%	68,2%	67,7%	59,9%	67,2%						

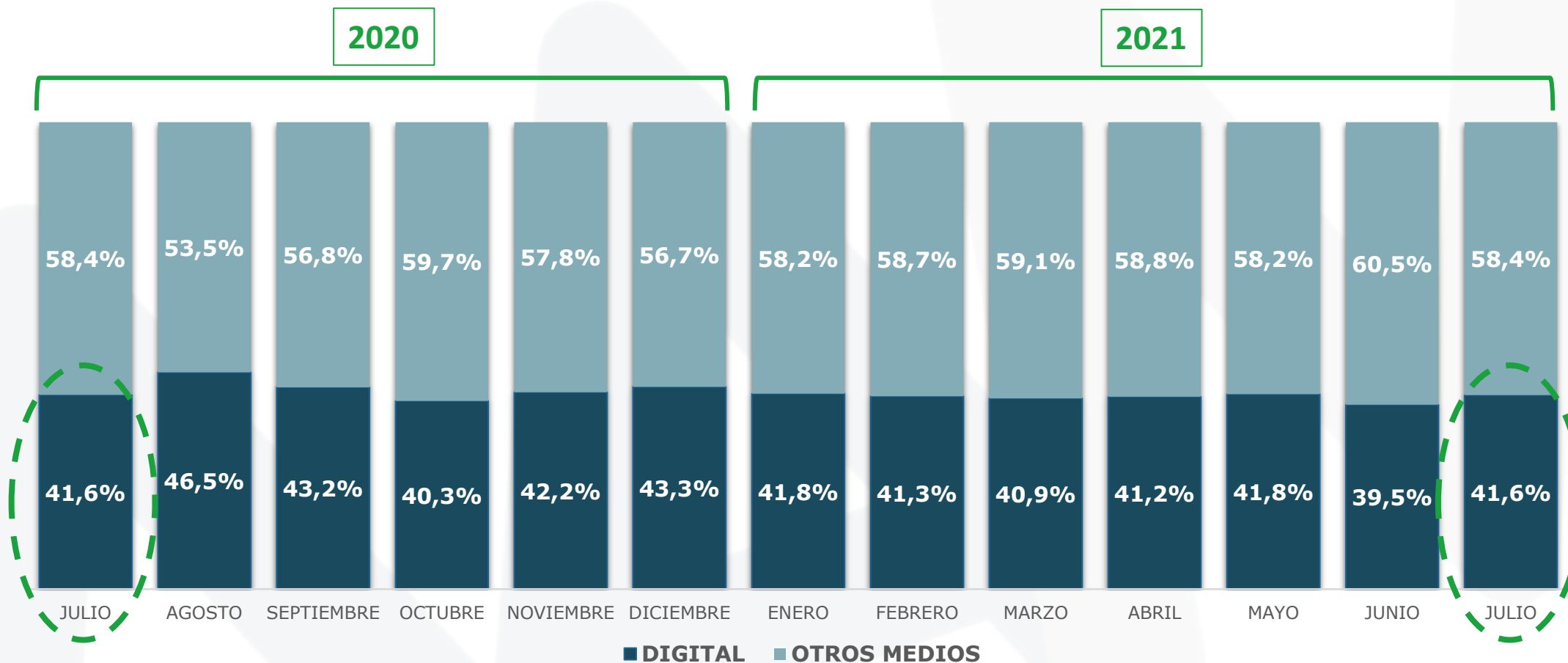
VARIACIÓN MENSUAL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

AÑO 2016-2017-2018-2019-2020-2021 A JULIO | 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	INV. 2021	Var 2021-2020
ENERO	3.577	5.303	48,3%	6.536	23,3%	9.349	43,0%	9.694	3,7%	11.943	23,2%
FEBRERO	4.142	5.427	31,0%	7.144	31,6%	9.689	35,6%	11.502	18,7%	13.199	14,8%
MARZO	4.944	7.722	56,2%	9.436	22,2%	11.702	24,0%	10.086	-13,8%	16.132	59,9%
ABRIL	6.258	6.588	5,3%	8.651	31,3%	11.432	32,1%	8.423	-26,3%	14.167	68,2%
MAYO	5.171	8.119	57,0%	10.614	30,7%	13.510	27,3%	10.098	-25,3%	16.934	67,7%
JUNIO	5.633	8.238	46,2%	9.357	13,6%	12.144	29,8%	11.729	-3,4%	18.753	59,9%
JULIO	5.633	7.731	37,2%	9.990	29,2%	11.187	12,0%	11.404	1,9%	19.066	67,2%
AGOSTO	6.044	8.819	45,9%	10.506	19,1%	12.882	22,6%	14.744	14,5%		
SEPTIEMBRE	5.706	7.706	35,1%	9.053	17,5%	11.146	23,1%	15.537	39,4%		
OCTUBRE	6.200	8.434	36,0%	11.454	35,8%	10.215	-10,8%	17.424	70,6%		
NOVIEMBRE	8.448	10.087	19,4%	13.972	38,5%	8.266	-40,8%	20.946	153,4%		
DICIEMBRE	8.616	9.907	15,0%	12.950	30,7%	16.107	24,4%	23.319	44,8%		
TOTAL	70.372	94.081	33,7%	119.663	27,2%	137.630	15,0%	164.907	19,8%	110.194	

SOI DIGITAL AÑO MÓVIL | INVERSIÓN SOCIOS AAM

JULIO 2020 A JULIO 2021



VARIACIÓN SOI: Por primera vez el SOI es el mismo en JULIO 2021 y JULIO 2020

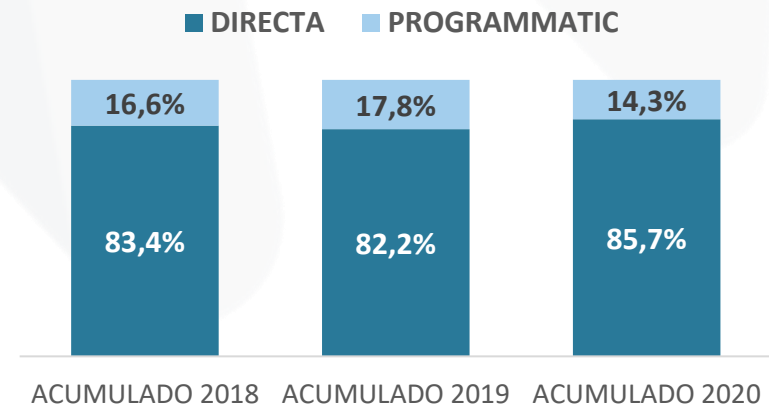
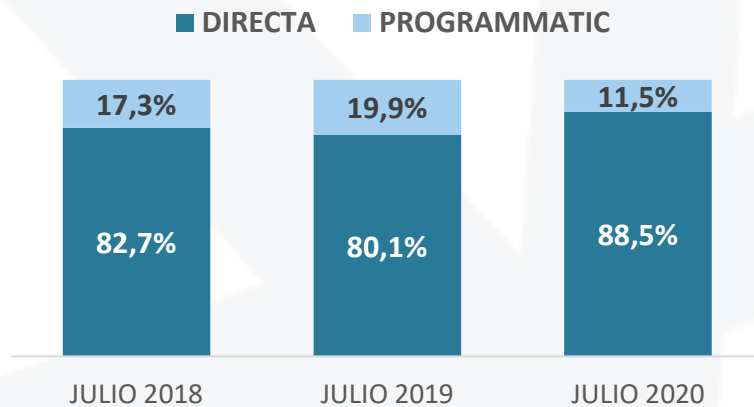
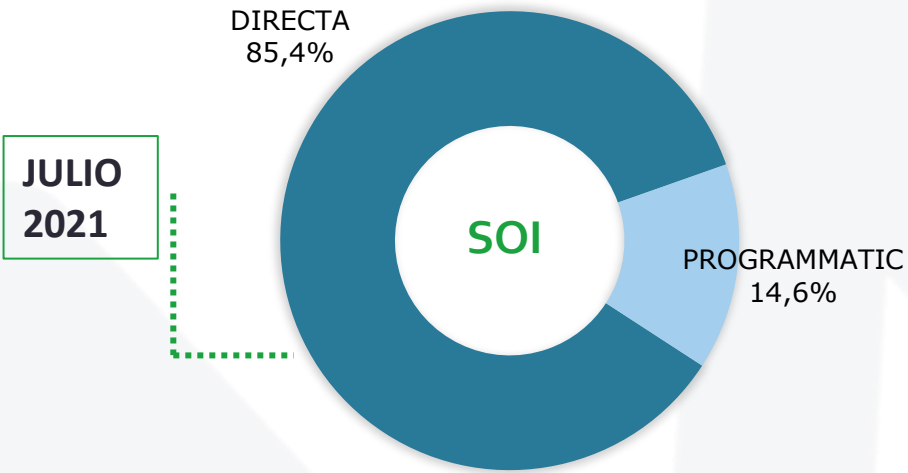
INVERSIÓN DIGITAL
TIPO Y CANALES DE COMPRA

JULIO 2021

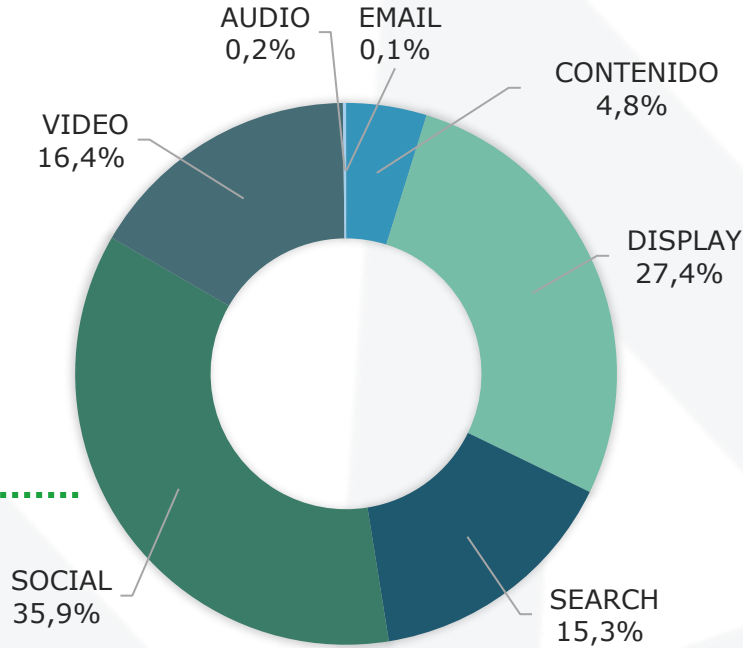
Inversión Real Socios AAM

SOI DIGITAL POR TIPO DE COMPRA | SOCIOS AAM

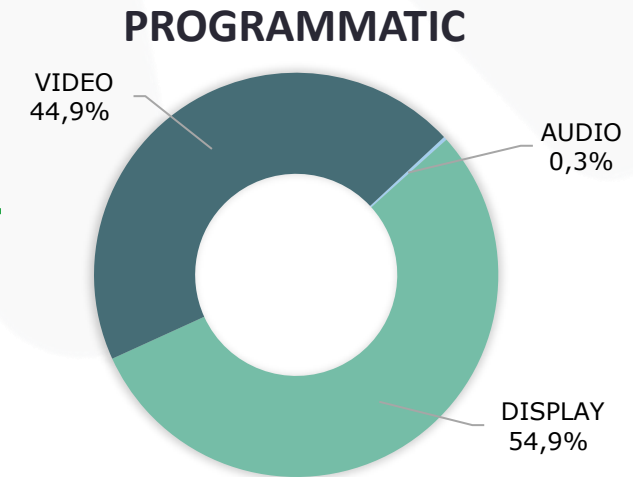
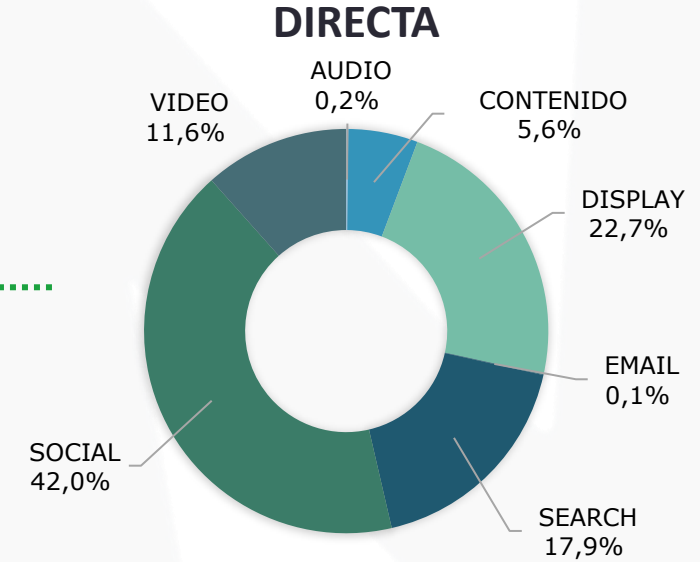
JULIO Y ACUMULADO ENERO-JULIO 2021



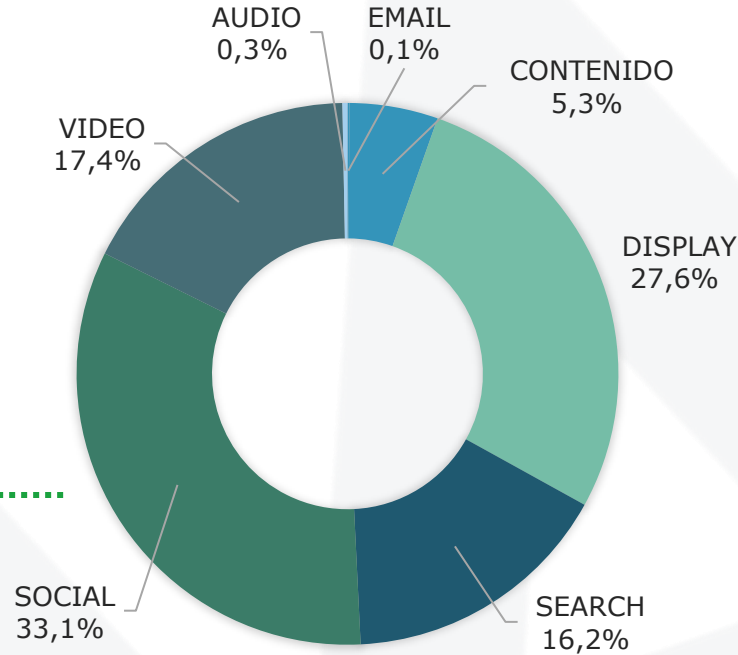
**SOI POR
CANAL**
JULIO 2021



**SOI POR TIPO DE
COMPRA Y CANAL**
JULIO 2021

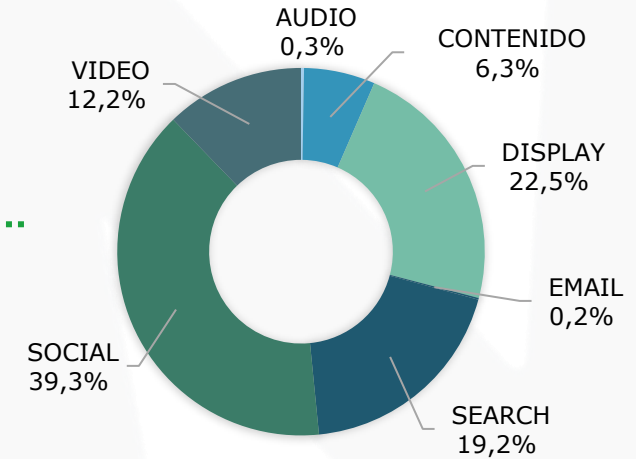


**SOI POR
CANAL
ENERO-JULIO
2021**

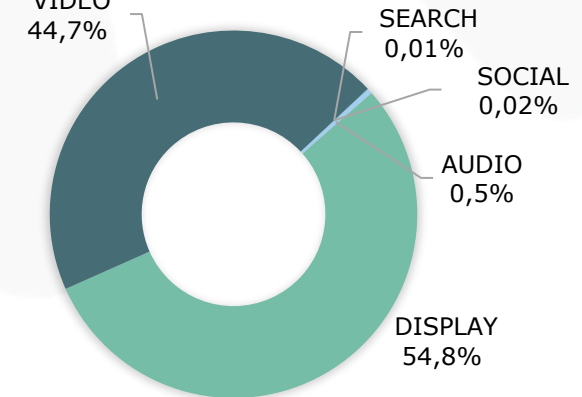


**SOI POR TIPO DE
COMPRA Y CANAL
ENERO-JULIO 2021**

DIRECTA



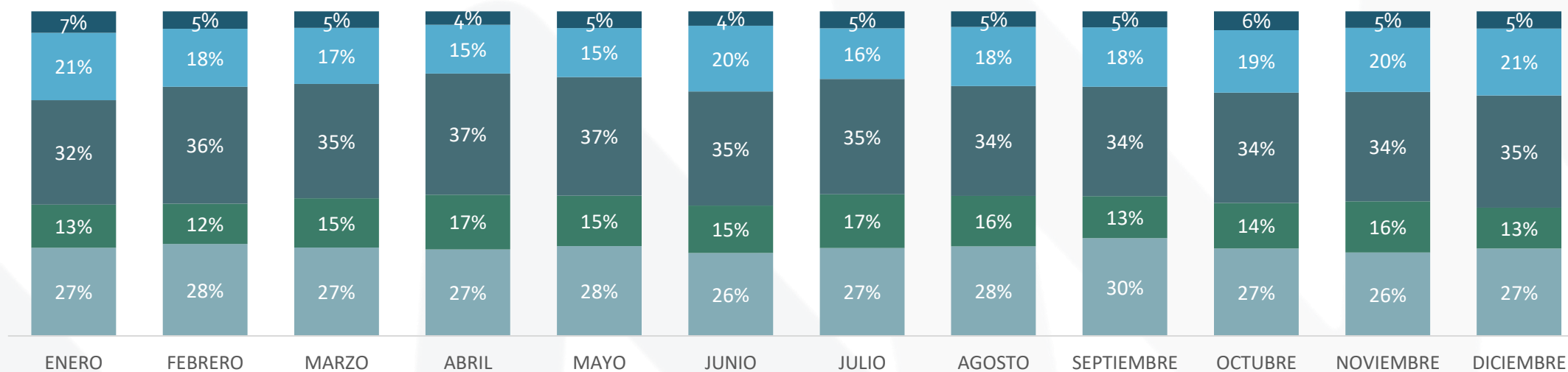
PROGRAMMATIC



ESTACIONALIDAD HISTÓRICA TIPO DE CANAL | SOCIOS AAM

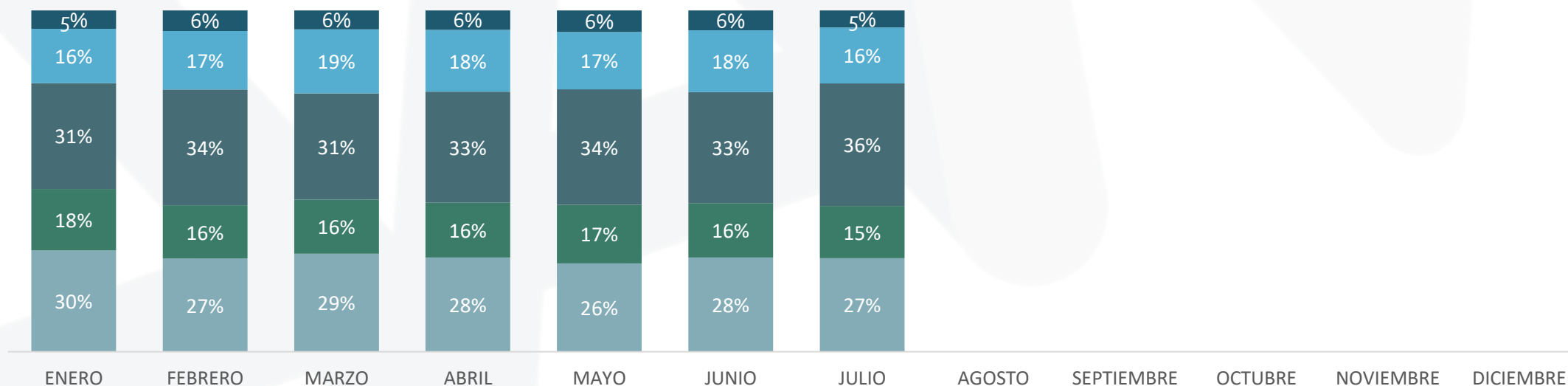
AÑO 2020 – A JULIO 2021

SOI 2020



■ DISPLAY ■ SEARCH ■ SOCIAL ■ VIDEO ■ OTROS

SOI 2021



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.

DEFINICIONES

CANALES DE COMPRA

Display: Publicidad de formatos gráficos. (Incluye banner y Gmail).

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).

La metodología utilizada por AAM contempla los resguardos de confidencialidad que requiere la industria.

AAMI
ASOCIACIÓN
AGENCIAS DE
MEDIOS

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

group^m

MEDIABRANDS

 **havas**
media group

OMG
OmnicomMediaGroup


PUBLICIS
MEDIA