
INFORME DE INVERSIÓN PUBLICITARIA

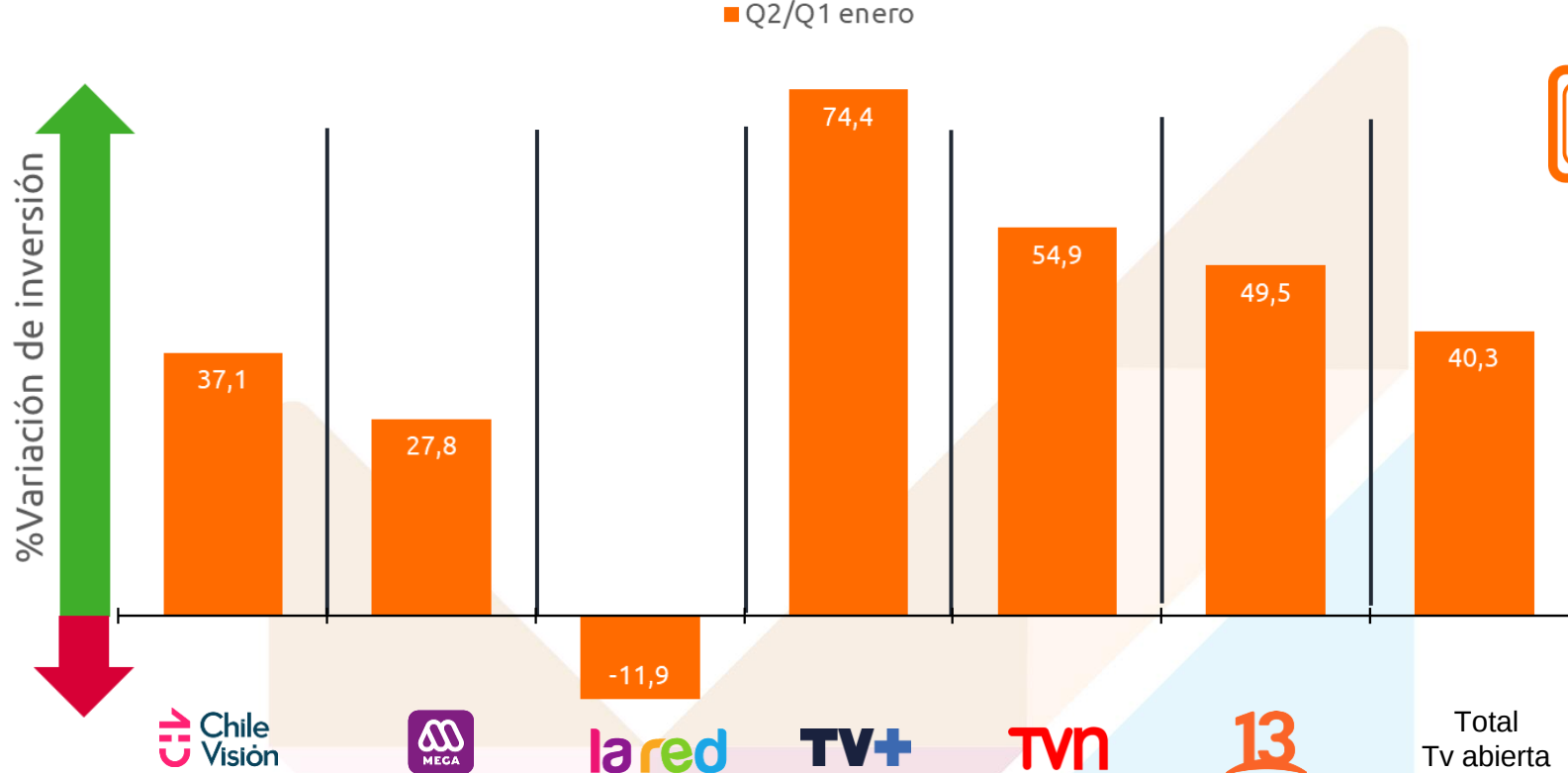
enero 2021



Inversión publicitaria mensual

enero

■ Q2/Q1 enero



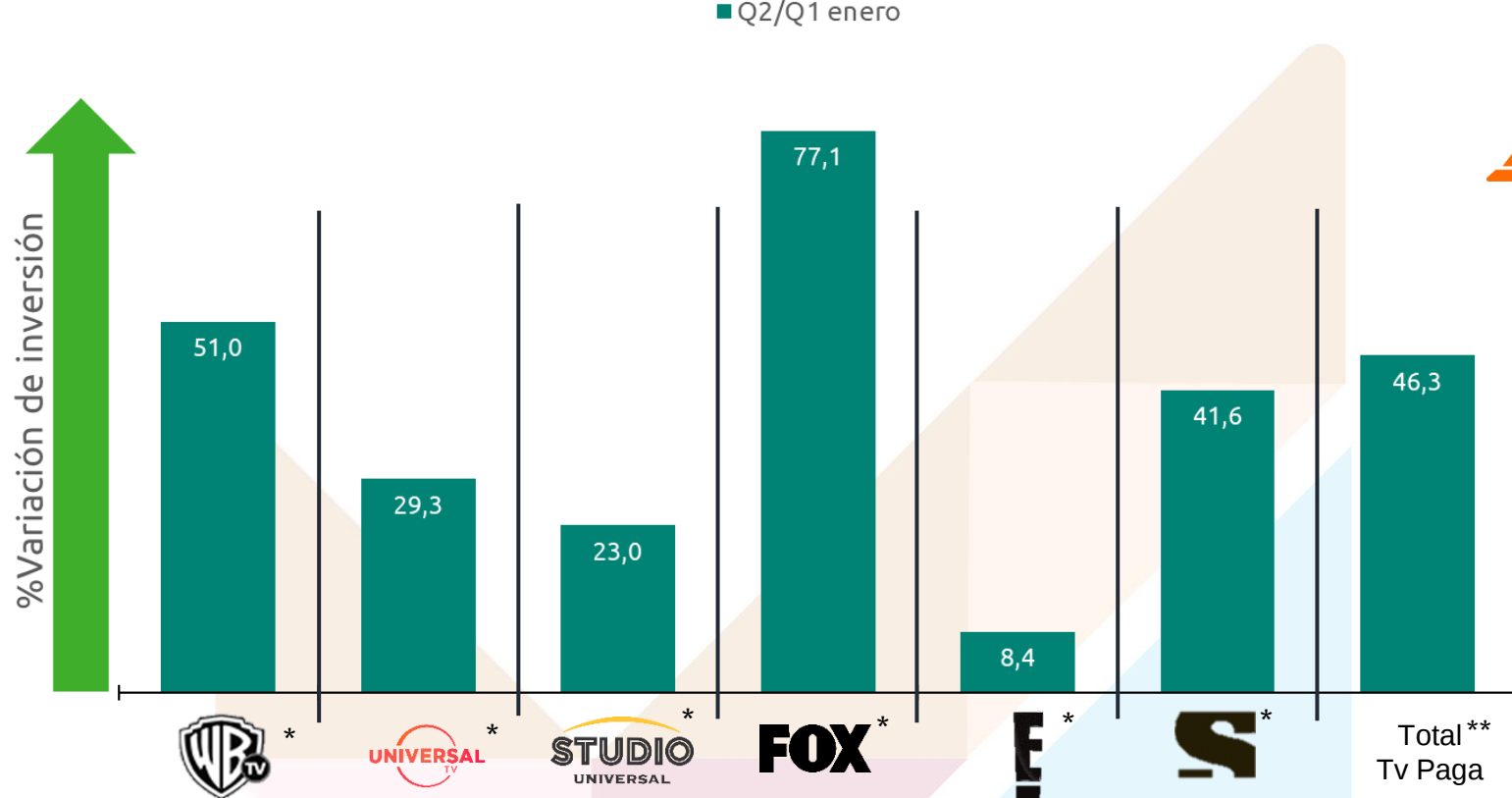
El medio Tv Abierta aumenta la inversión publicitaria en la segunda quincena en 40,3% con relación a la primera quincena, en donde destaca la caída de inversión mostrada por La Red, cuando el resto de los canales se mantiene en un rango de 27,8 – 74,4% de variación.

$$\text{inversión } \frac{Q_2}{Q_1} \text{ enero} = - \text{ la red } < \text{MEGA} < \text{Chile Visión} < \text{13} < \text{TVn} < \text{TV+} +$$

Inversión publicitaria mensual

enero

■ Q2/Q1 enero



El medio Tv Paga aumenta en 46,3% la inversión publicitaria entre las quincenas del mes de enero de 2021, comportamiento derivado de que todos los canales de Tv Paga mostrados en el gráfico aumentan su inversión para el periodo mencionado.

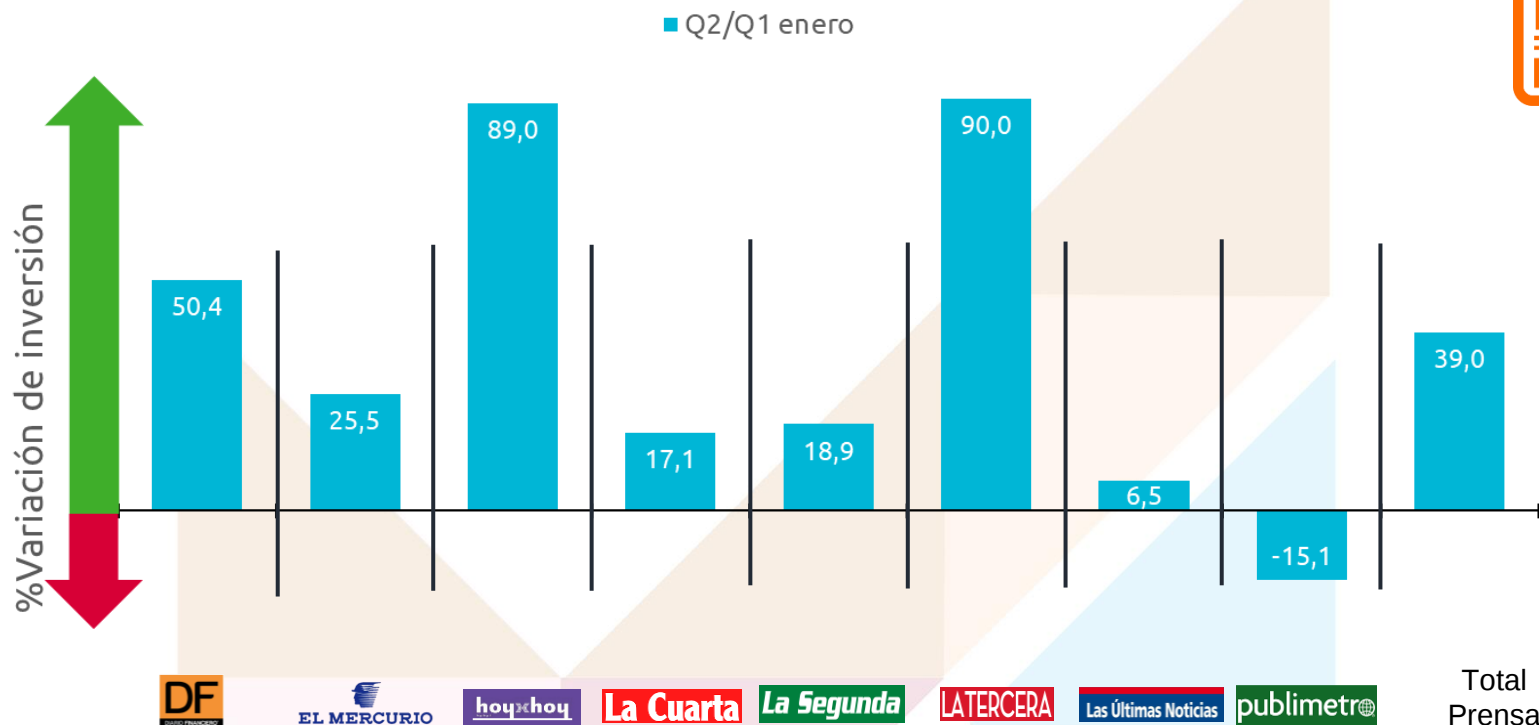
$$\text{inversión } \frac{Q_2}{Q_1} \text{ enero} = \text{E!} < \text{STUDIO UNIVERSAL} < \text{UNIVERSAL TV} < \text{S} < \text{WB TV} < \text{FOX} +$$

*Se muestran los 6 primeros canales de acuerdo al ranking de inversión publicitaria.

**Corresponde al total general del medio con todos los canales verificados por la empresa.

Inversión publicitaria quincenal

enero



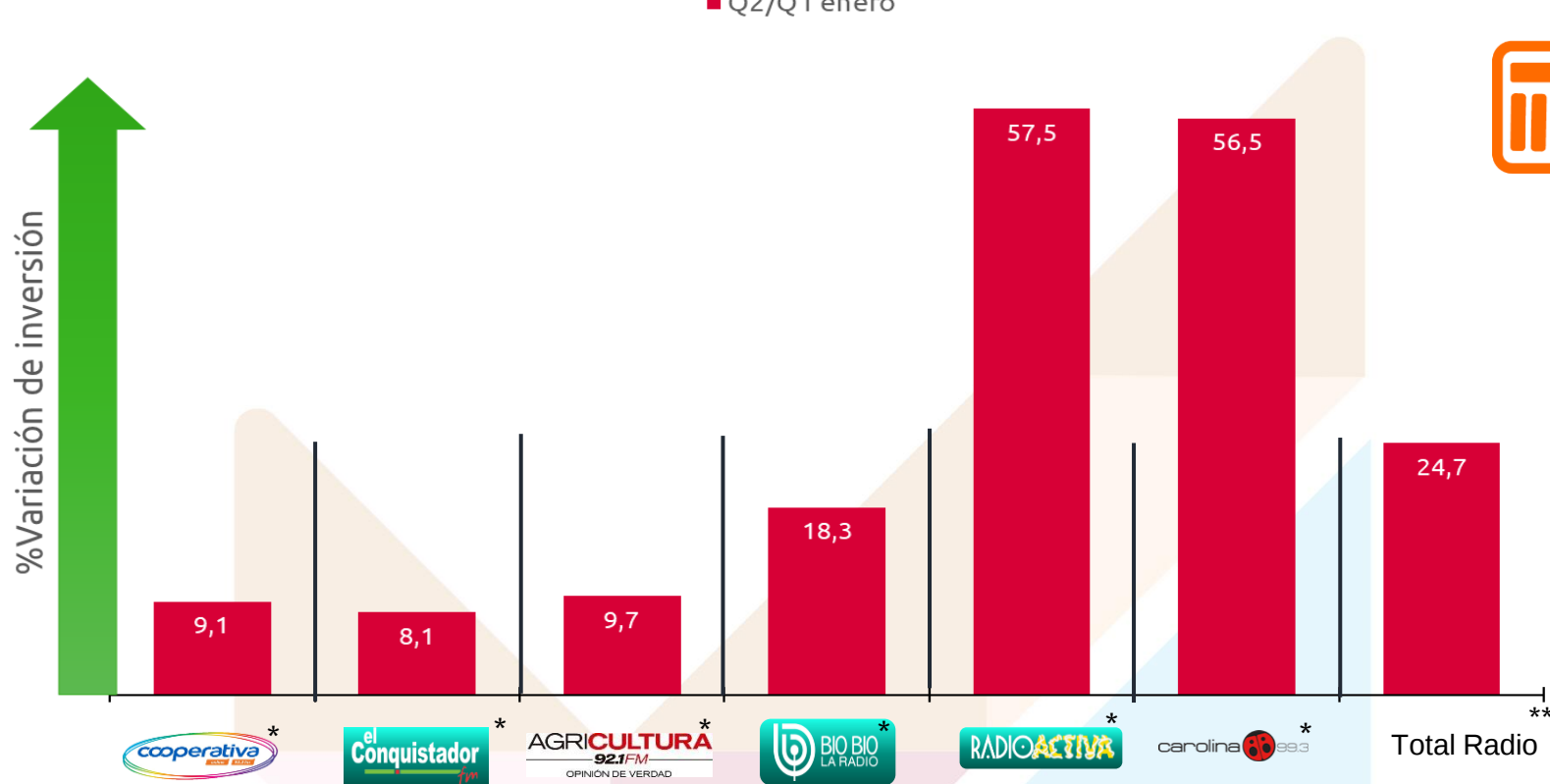
El medio Prensa aumenta en -39,0 % la inversión publicitaria al comparar ambas quincenas del mes de enero, siendo solo el diario Publimetro aquel que disminuye su inversión publicitaria para el periodo referido.

$$inversión \frac{Q_2}{Q_1} \text{ enero} = \text{publimetro} < \text{Las Últimas Noticias} < \text{La Cuarta} < \text{La Segunda} < \text{EL MERCURIO} < \text{DF} < \text{hoyxhoy} < \text{LATERCERA}$$

Inversión publicitaria quincenal

enero

■ Q2/Q1 enero



El medio Radio aumenta su inversión publicitaria en 24,7% al comparar la segunda quincena con la primera quincena del mes de enero, igual comportamiento al alza presentan todas las radios mostradas en el gráfico.

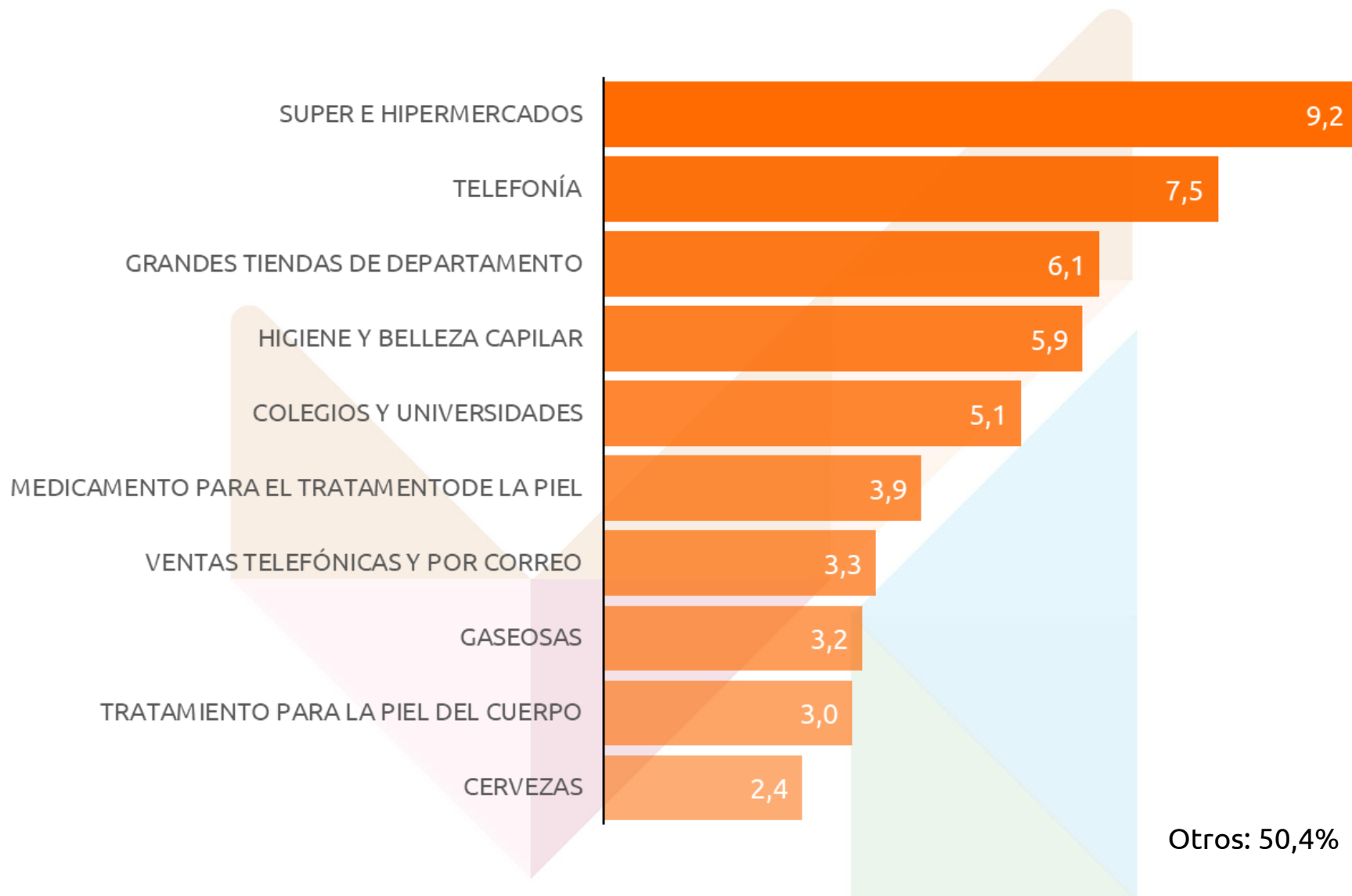
$$\text{inversión } \frac{Q_2}{Q_1} \text{ enero} = \text{el Conquistador} < \text{cooperativa} < \text{AGRICULTURA 92.1 FM} < \text{BIO BIO LA RADIO} < \text{carolina 88.9} < \text{RADIOACTIVA} +$$

*Se muestran las 6 primeras emisoras de acuerdo al ranking de inversión publicitaria.

**Corresponde al total general del medio con todas las emisoras verificadas por la empresa.

Top 10 inversión Rubros

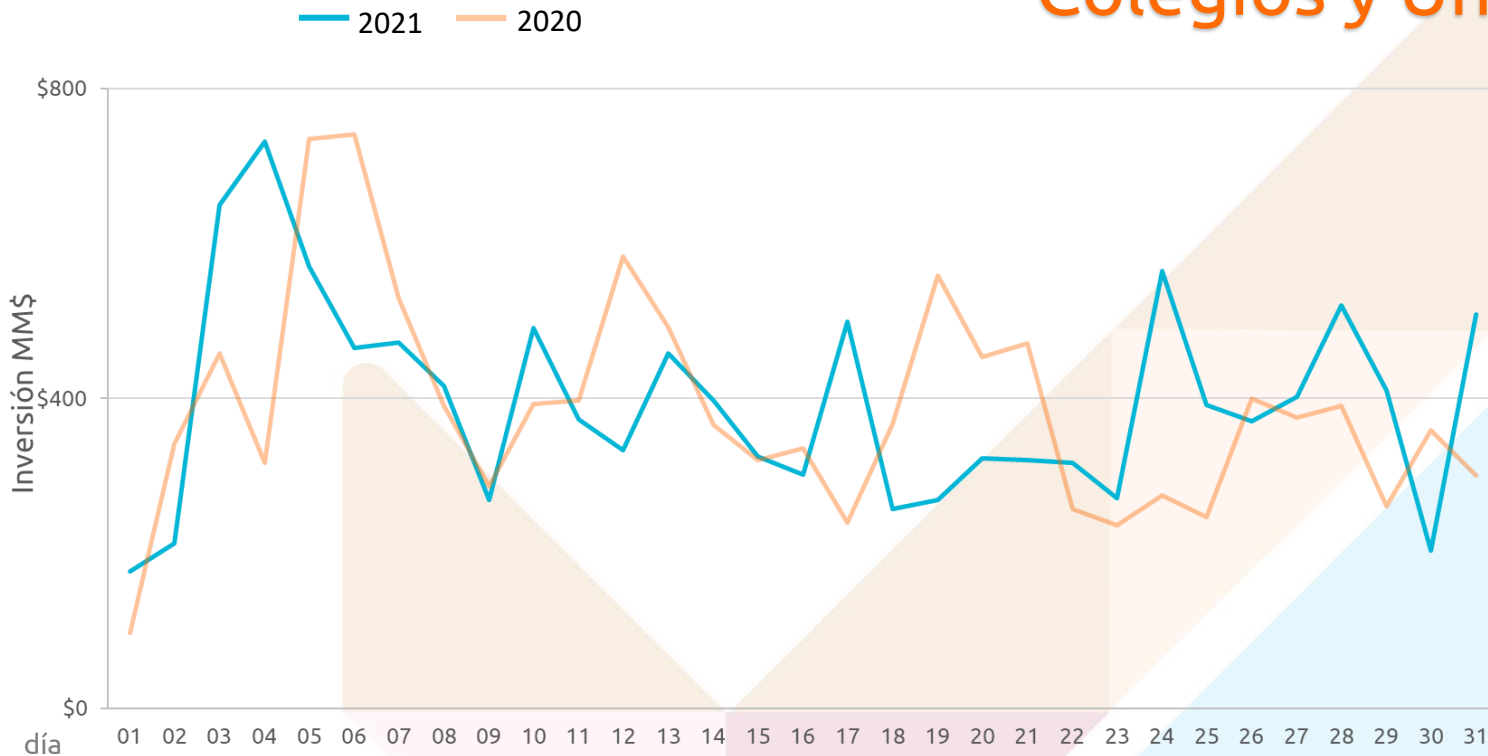
Enero



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

Colegios y Universidades



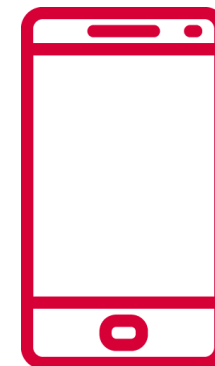
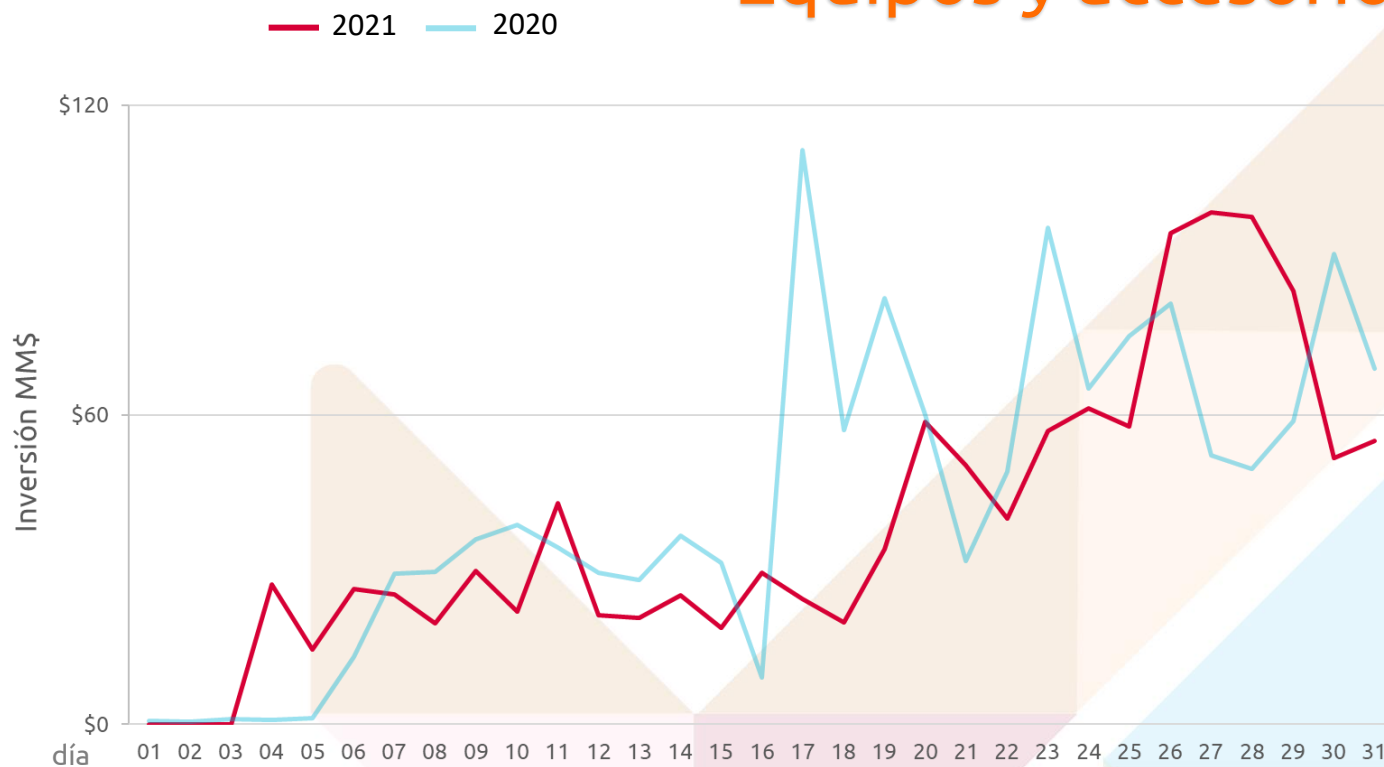
%variación enero $\frac{2021}{2020} = 2,5$



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

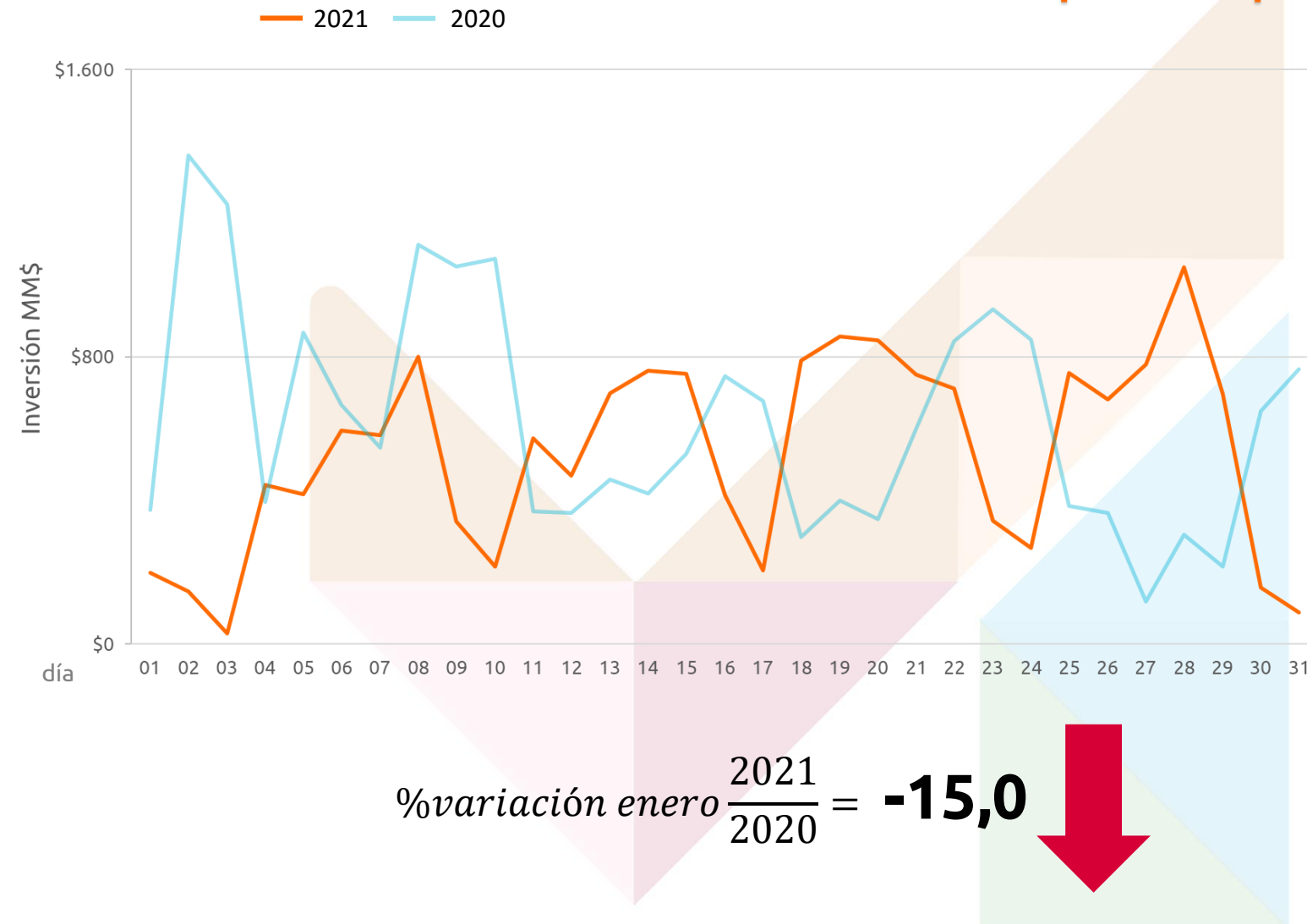
Equipos y accesorios telefónicos



%variación enero $\frac{2021}{2020} = -10,5$



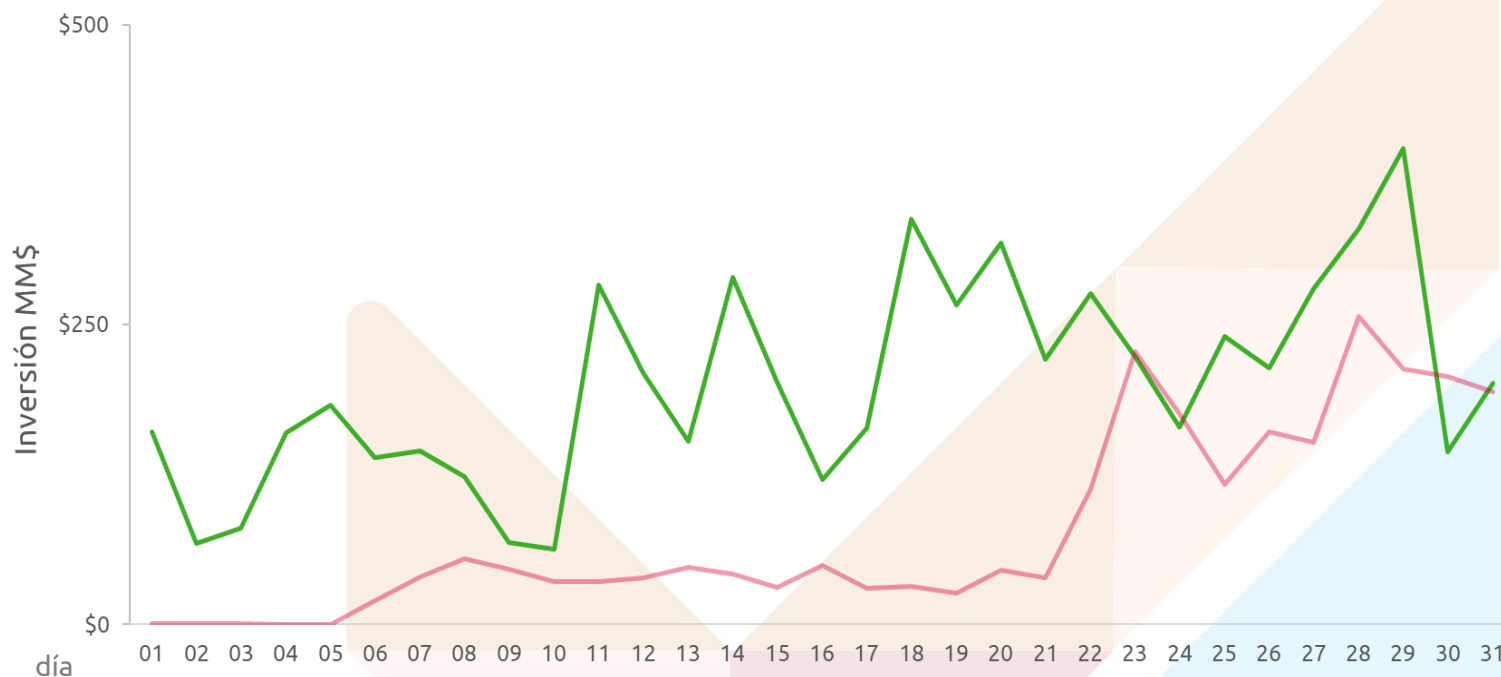
Grandes Tiendas por Departamento



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

— 2021 — 2020



Limpieza en general



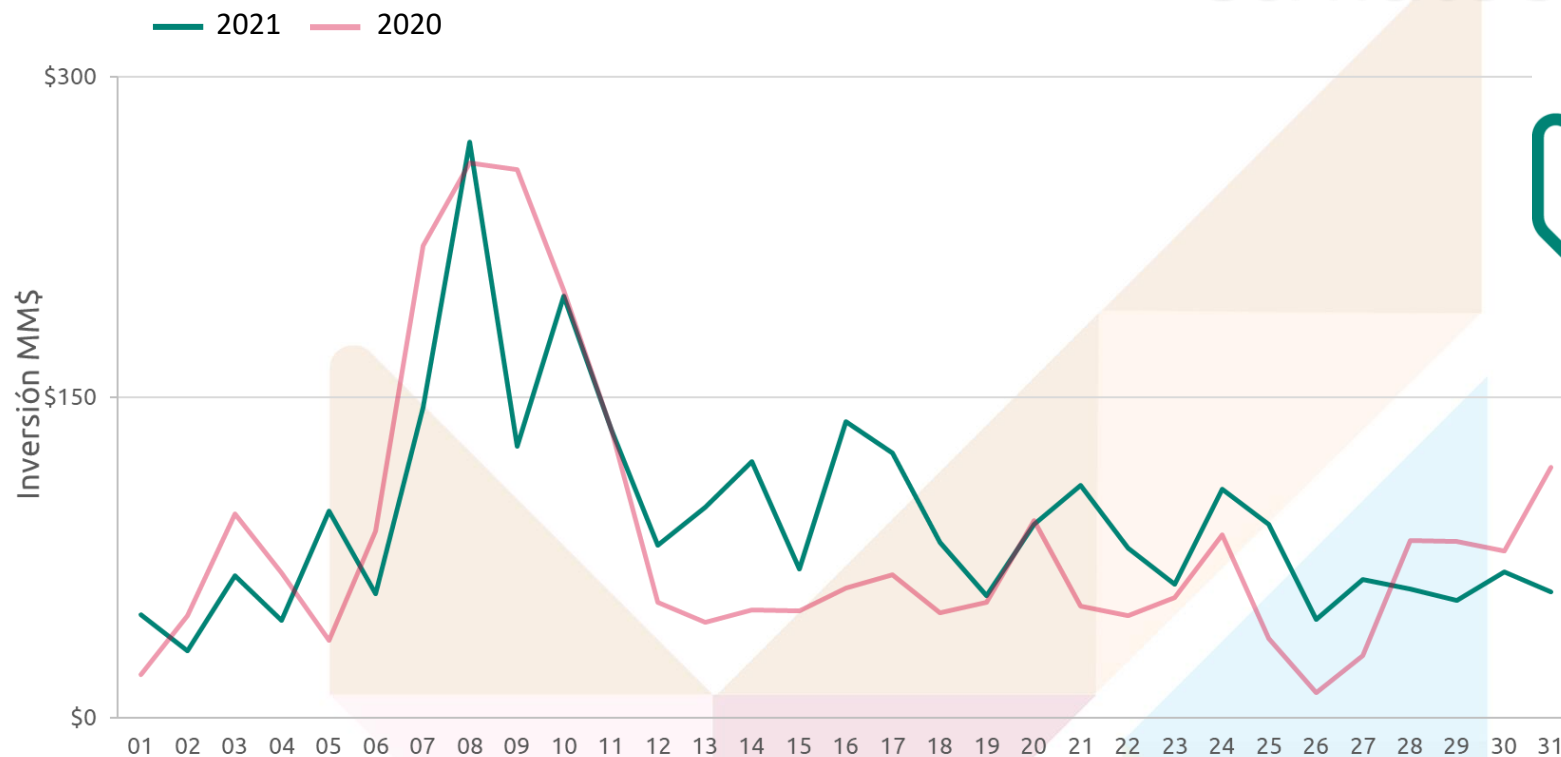
%variación enero $\frac{2021}{2020} = 156,2$



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

Servicios bancarios

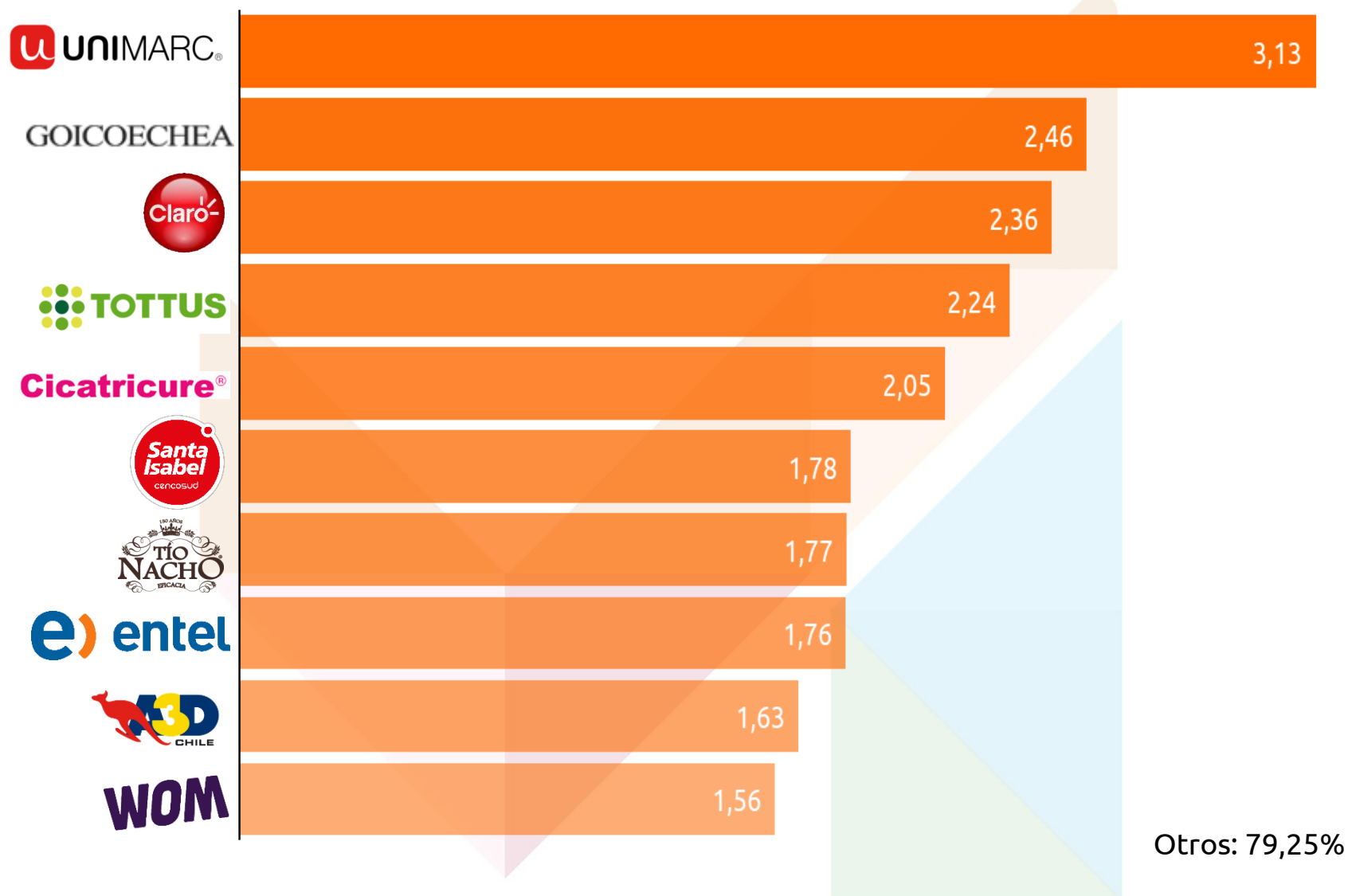


%variación enero $\frac{2021}{2020} = 9,6$



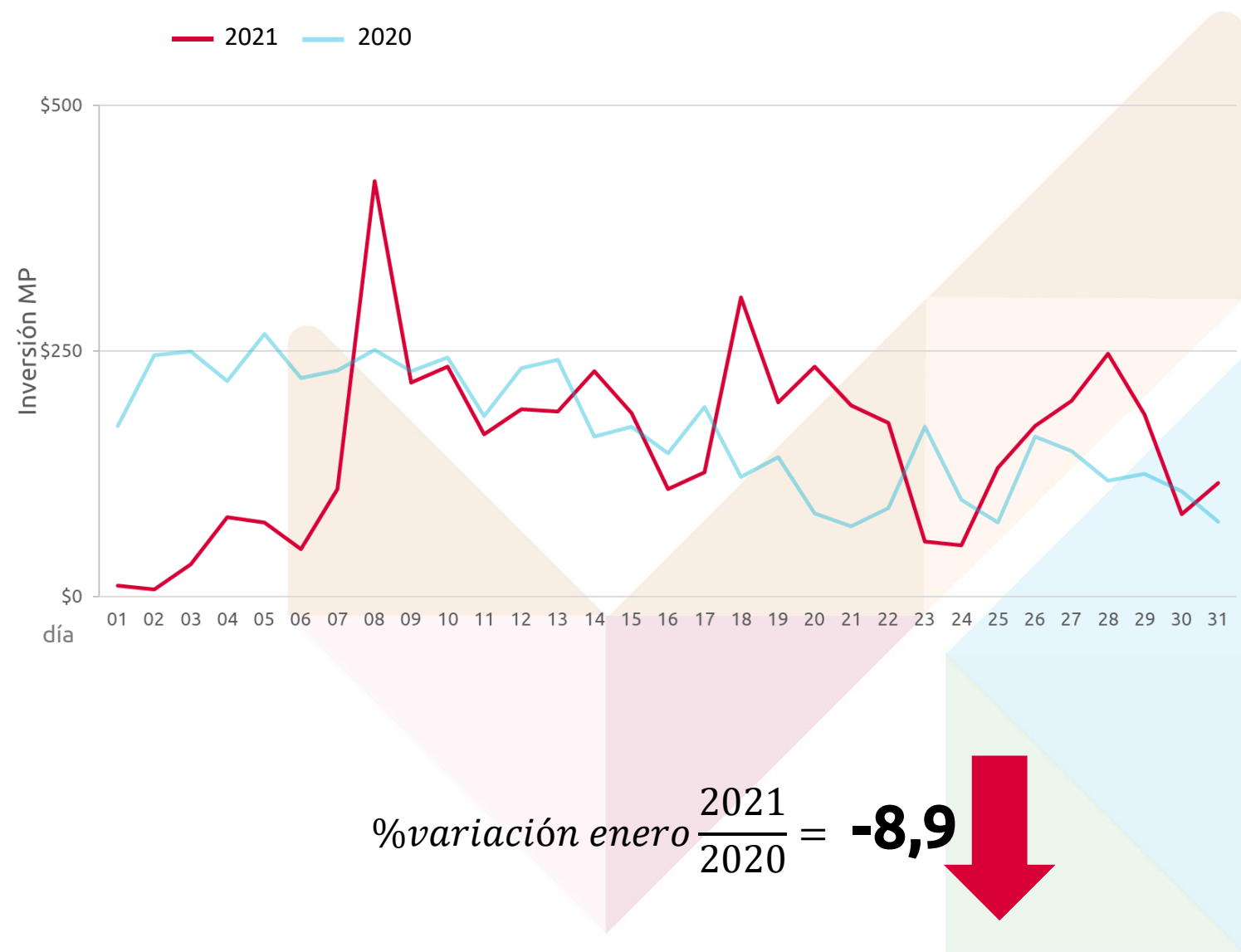
Top 10 inversión Marcas

Enero



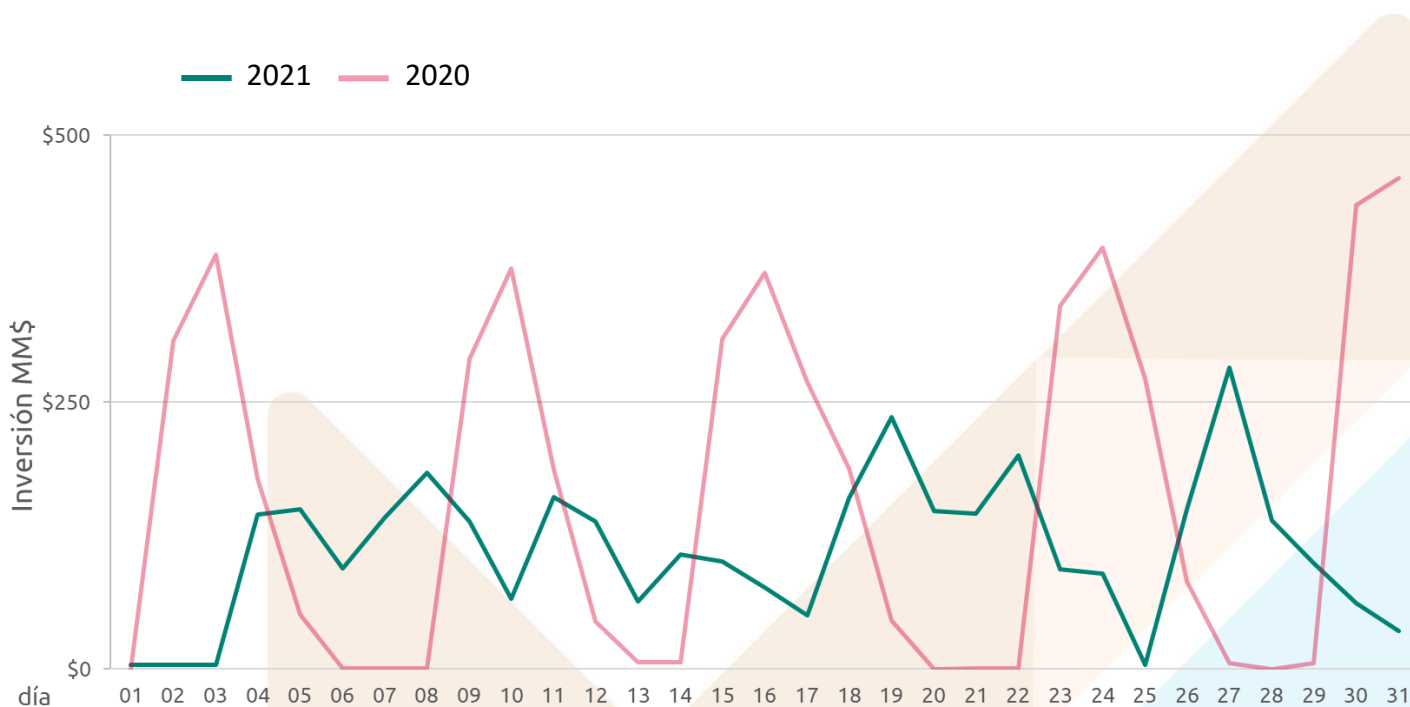
Evolución inversión publicitaria

Por marca



Evolución inversión publicitaria

Por marca

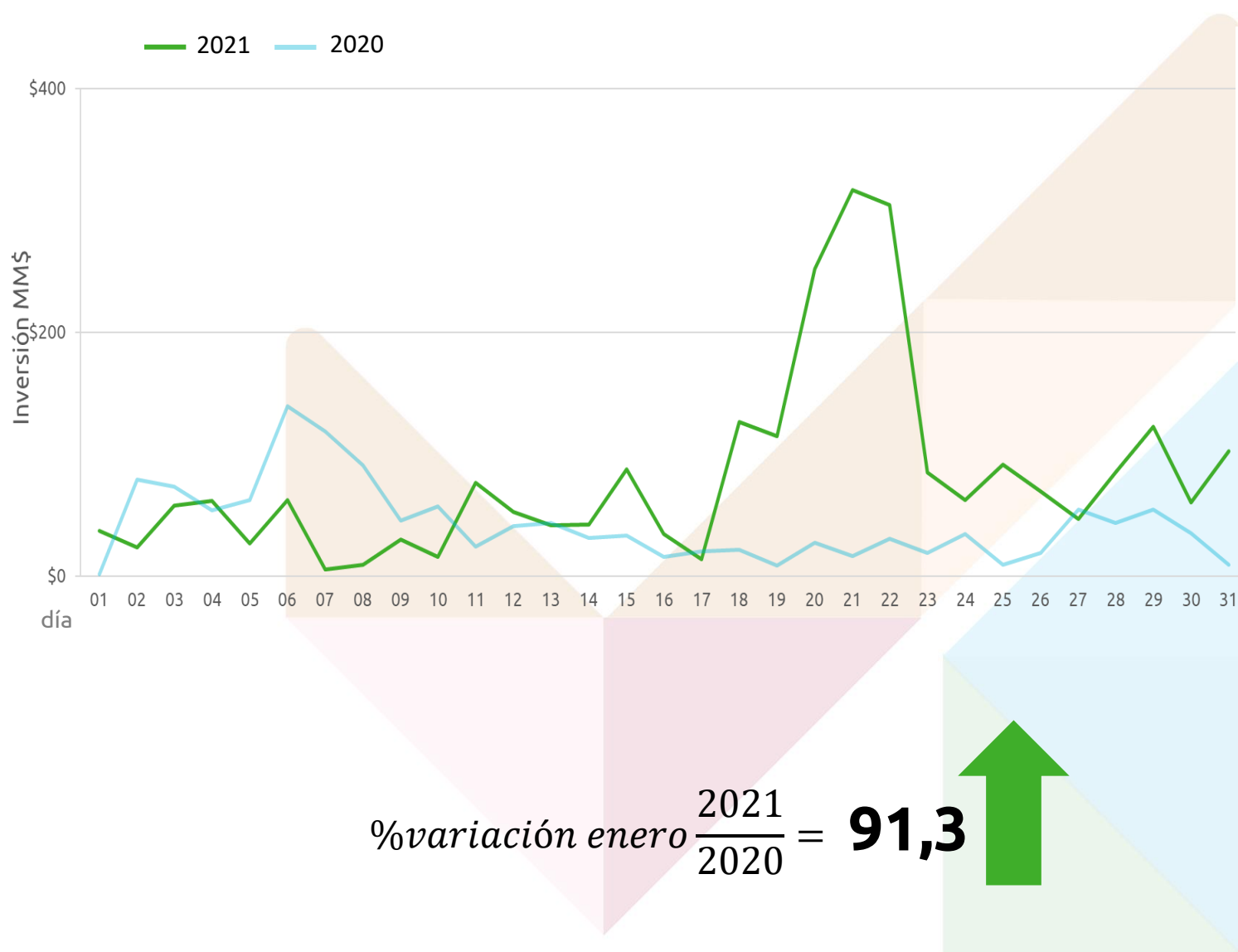


$$\% \text{variación enero} \frac{2021}{2020} = -30,7$$



Evolución inversión publicitaria

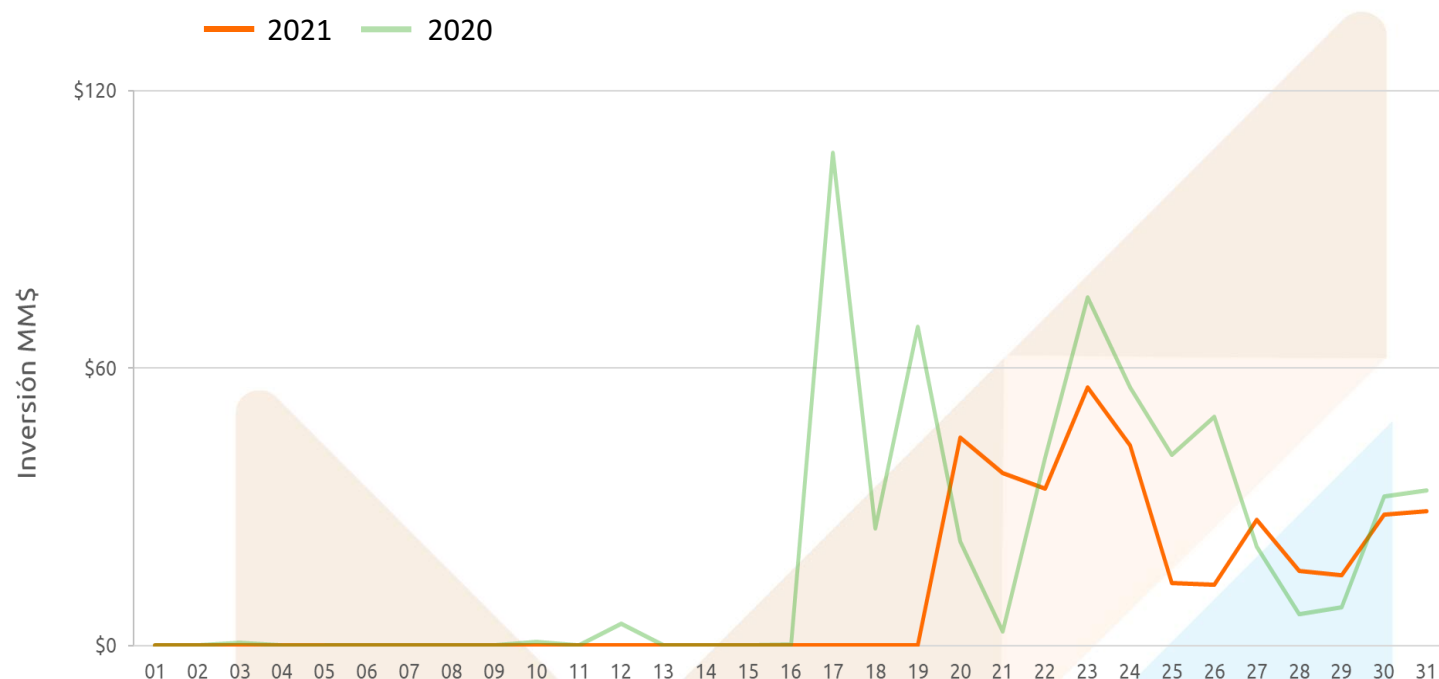
Por marca



Juntos, en todas.

Evolución inversión publicitaria

Por marca



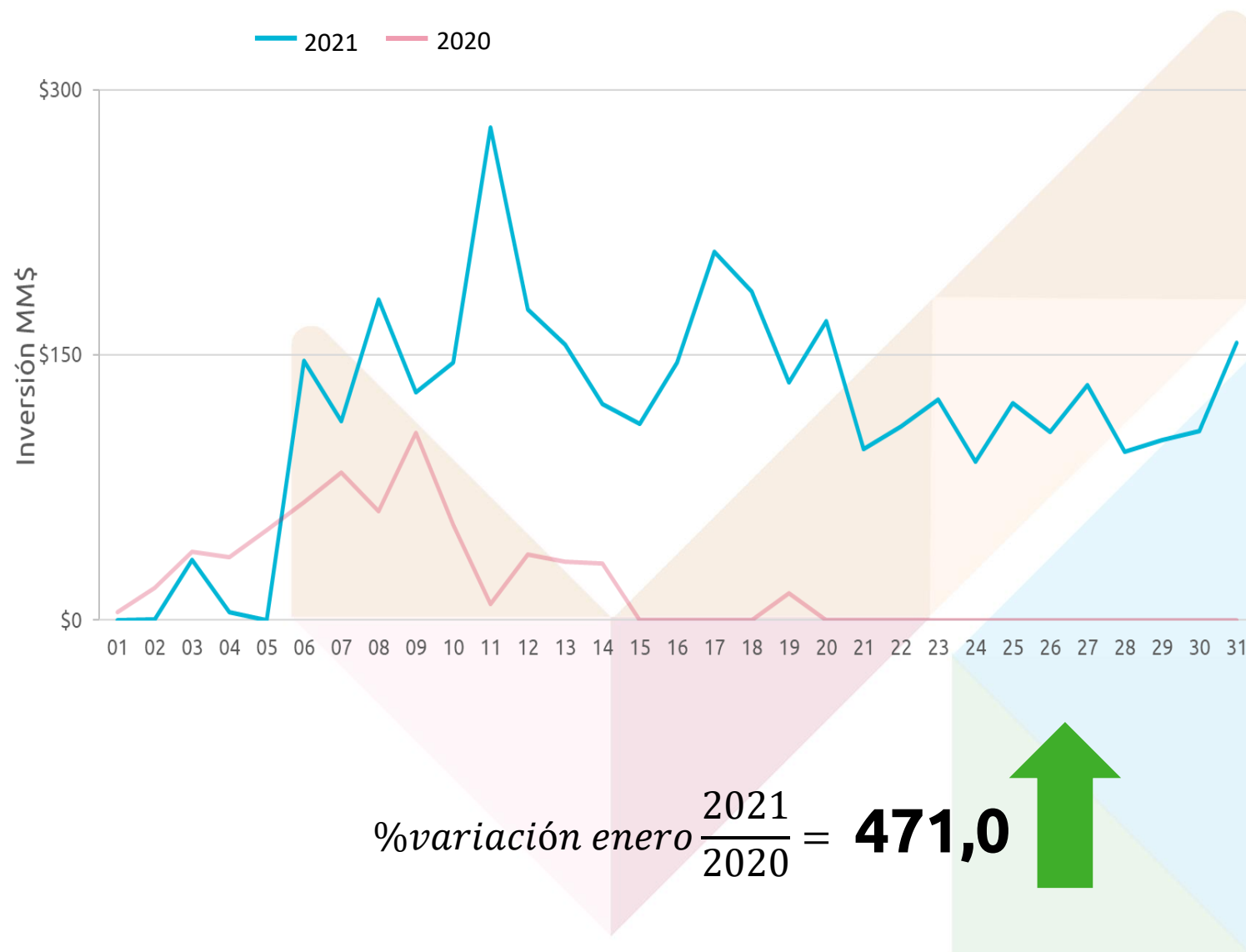
SAMSUNG

$$\% \text{variación enero} \frac{2021}{2020} = -40,1$$



Evolutivo inversión publicitaria

Por marca



 **Deseas conocer más
estudios como este?**

megatime.cl/blog

hola@megatime.cl

  **megatimegroup**