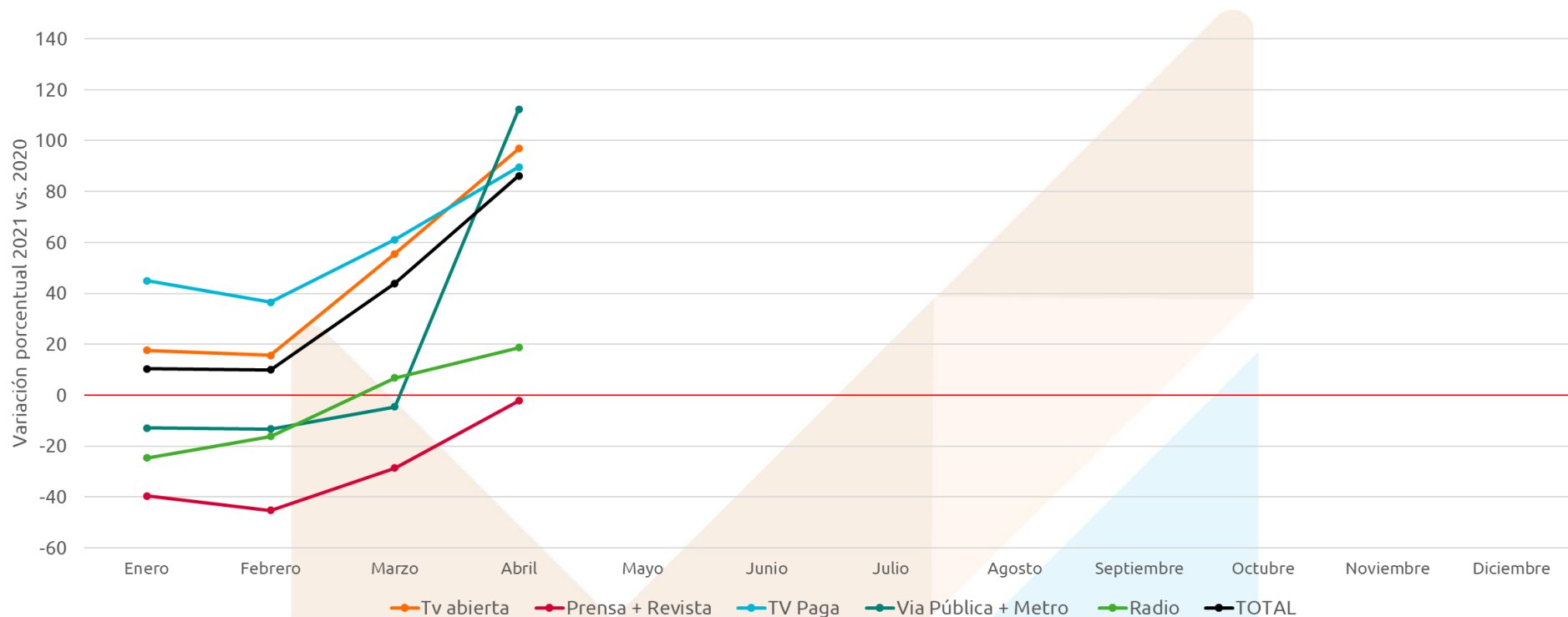

INFORME DE INVERSIÓN PUBLICITARIA

abril 2021



Inversión publicitaria mensual

ene - abr 2021 vs. 2020



Considerando el mes de abril, todos los medios verificados, a excepción de Prensa y Revistas, registran una inversión superior con relación al mismo periodo año 2020. Individualmente la variación porcentual marzo 2021 vs. 2020 puede describirse como sigue:

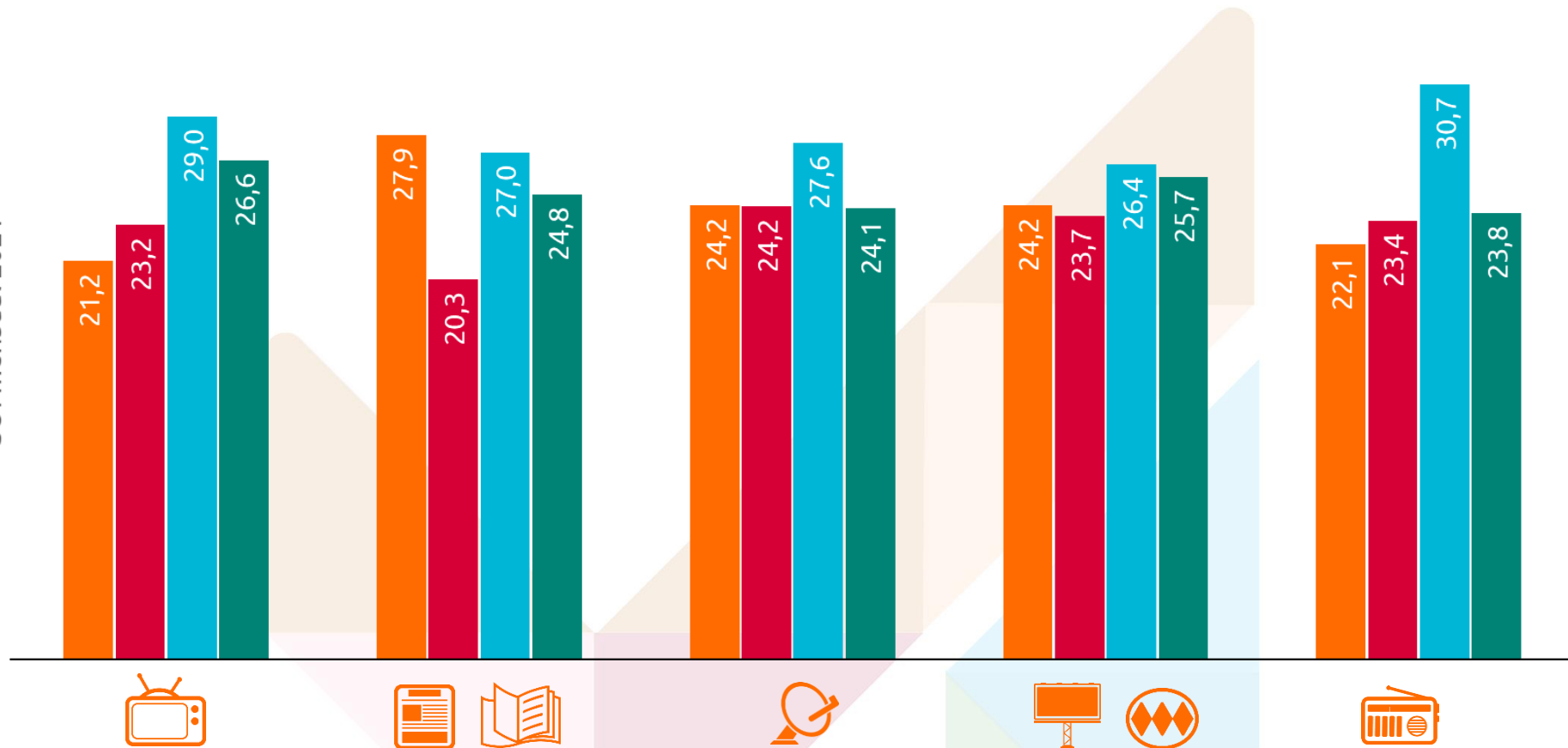
$$\% \text{variación abr } \frac{2021}{2020} = \text{Prensa + Revista} < \text{Radio} < \text{Via Pública + Metro} < \text{TV Paga} < \text{TV abierta} < \text{TOTAL}$$

-2,2% +18,6% +89,6% +96,9% +119,4%

Inversión publicitaria mensual

ene - abr 2021

SOI mensual 2021

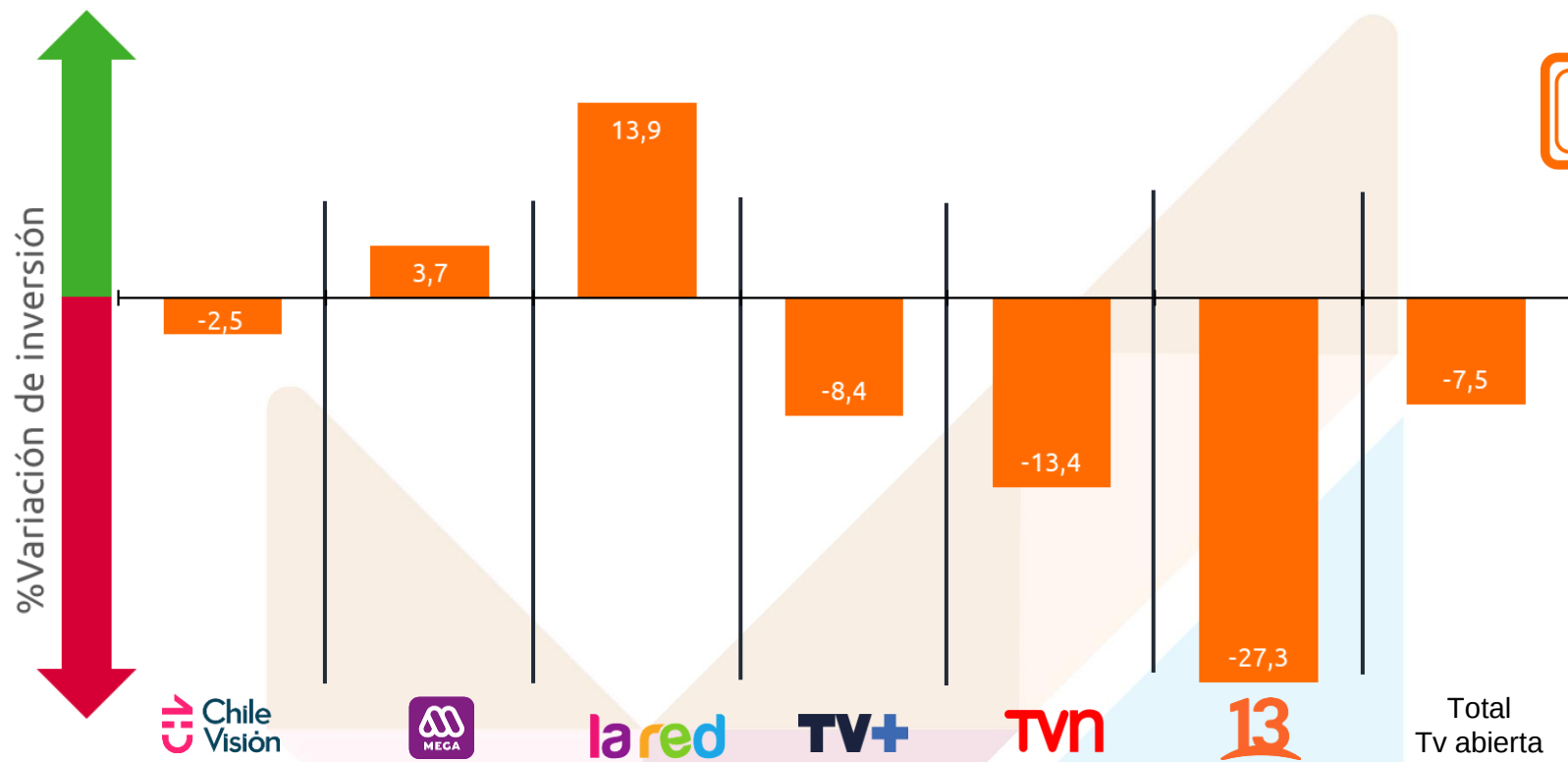


En el mes de abril 2021 el *share of investment* (SOI) de todos los medios verificados disminuye con respecto al mes anterior, Vía Pública + Metro muestran la menor disminución con 0,7 puntos menos con relación al mes de marzo, ubicándose en 25,7%, en orden creciente le sigue Prensa y Revistas con 2,2% menos, Tv Abierta con 2,4%, Tv Paga con 3,5% y finalmente Radio con 6,9% menos SOI respecto al mes de marzo.

Inversión publicitaria mensual

abril

■ abril/marzo

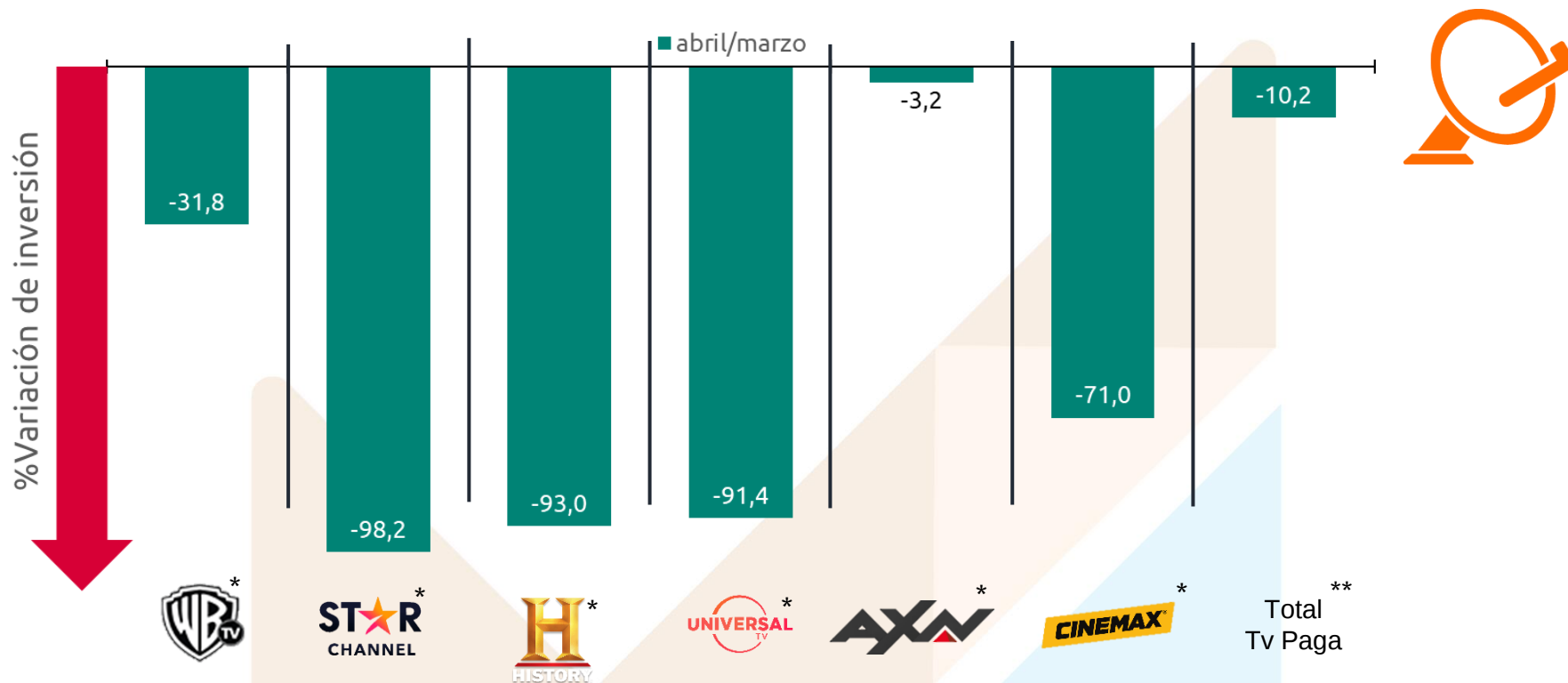


El medio Tv Abierta disminuye la inversión publicitaria durante el mes de abril en 7,5% menos con relación al mes de marzo de 2021, comportamiento mostrado para por todos los canales mostrados a excepción de La Red y Mega.

$$\text{inversión} \frac{\text{abril}}{\text{marzo}} 2021 = - \quad 13 < \text{TVn} < \text{TV+} < \text{Chile Visión} < \text{MEGA} < \text{la red} \quad +$$

Inversión publicitaria mensual

abril



El medio Tv Paga disminuye en 10,2% la inversión publicitaria al comparar su inversión respecto al mes de marzo de 2021, mismo comportamiento presentado en la muestra de 6 canales mostrados en el gráfico.

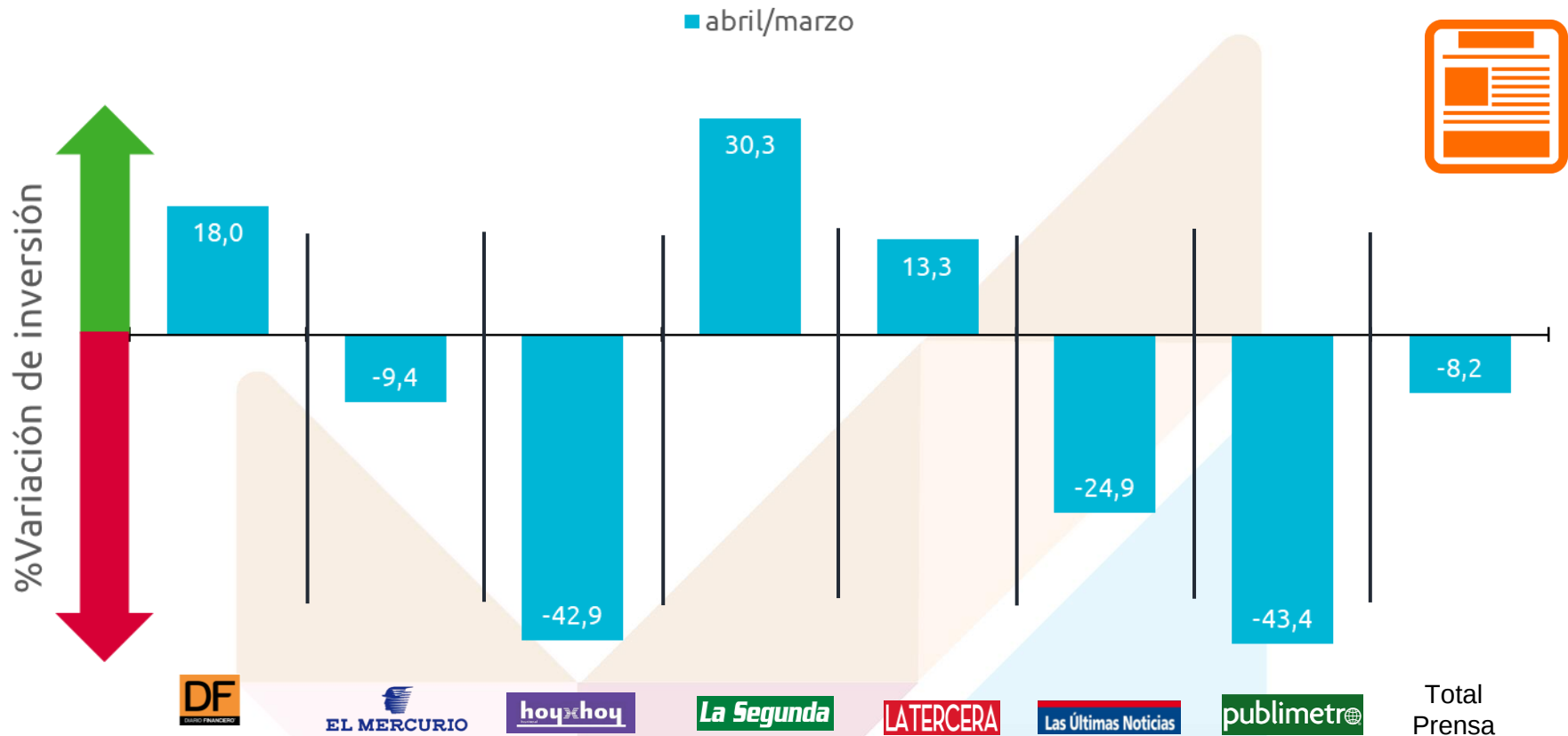
$$\text{inversión} \frac{\text{marzo}}{\text{febrero}} 2021 = \text{ST★R CHANNEL} < \text{HISTORY} < \text{UNIVERSAL TV} < \text{CINEMAX} < \text{WB TV} < \text{AXN} < +$$

*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 mensual

abril

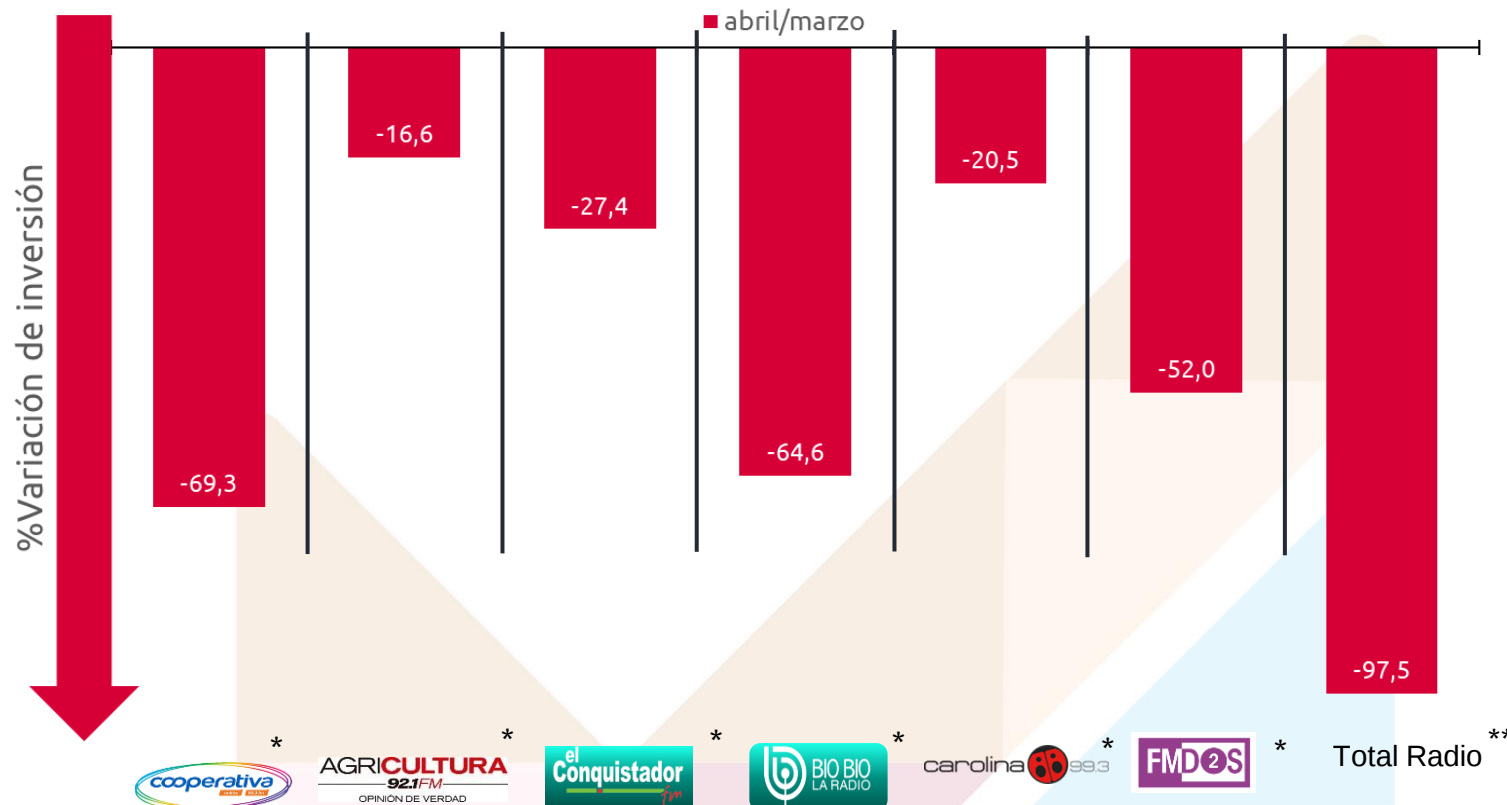


El medio Prensa disminuye en 8,2% la inversión publicitaria para el mes de abril comparado con marzo 2021, comportamiento contrario al mostrado por los diarios La Segunda, Diario Financiero y a Tercera.

$$\text{inversión} \frac{\text{abril}}{\text{marzo}} 2021 = \text{publimetr} < \text{hoyxhoy} < \text{Las Últimas Noticias} < \text{EL MERCURIO} < \text{LATERCERA} < \text{DF} < \text{La Segunda}$$

Inversión publicitaria quincenal

abril



El medio Radio disminuye su inversión publicitaria en 97,5% al comparar el mes de abril con el mes de marzo, comportamiento encontrado en todas las emisoras mostradas en el gráfico.

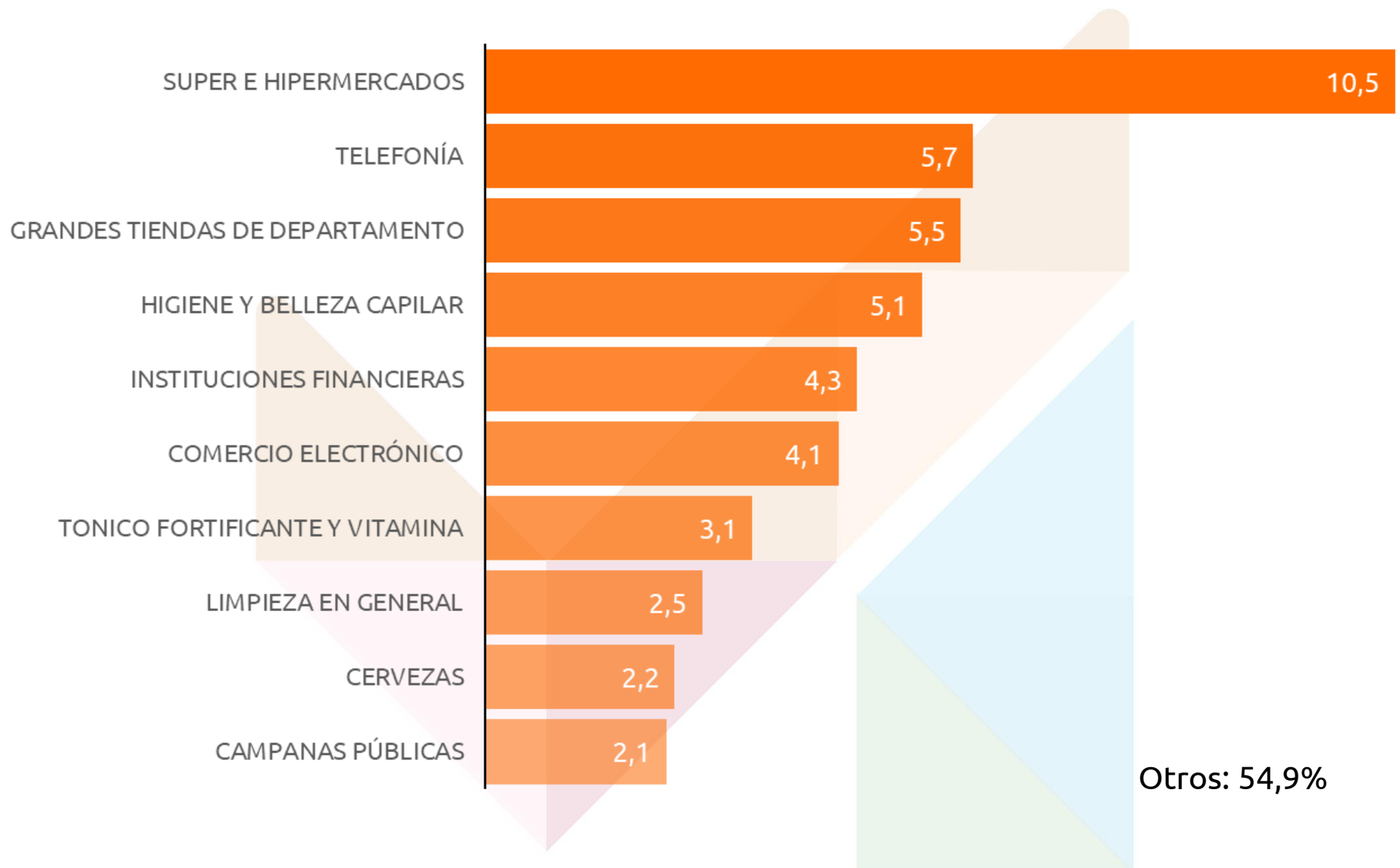


*Se muestran las 6 primeras emisoras de acuerdo al ranking de inversión publicitaria.

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

Top 10 inversión Rubros

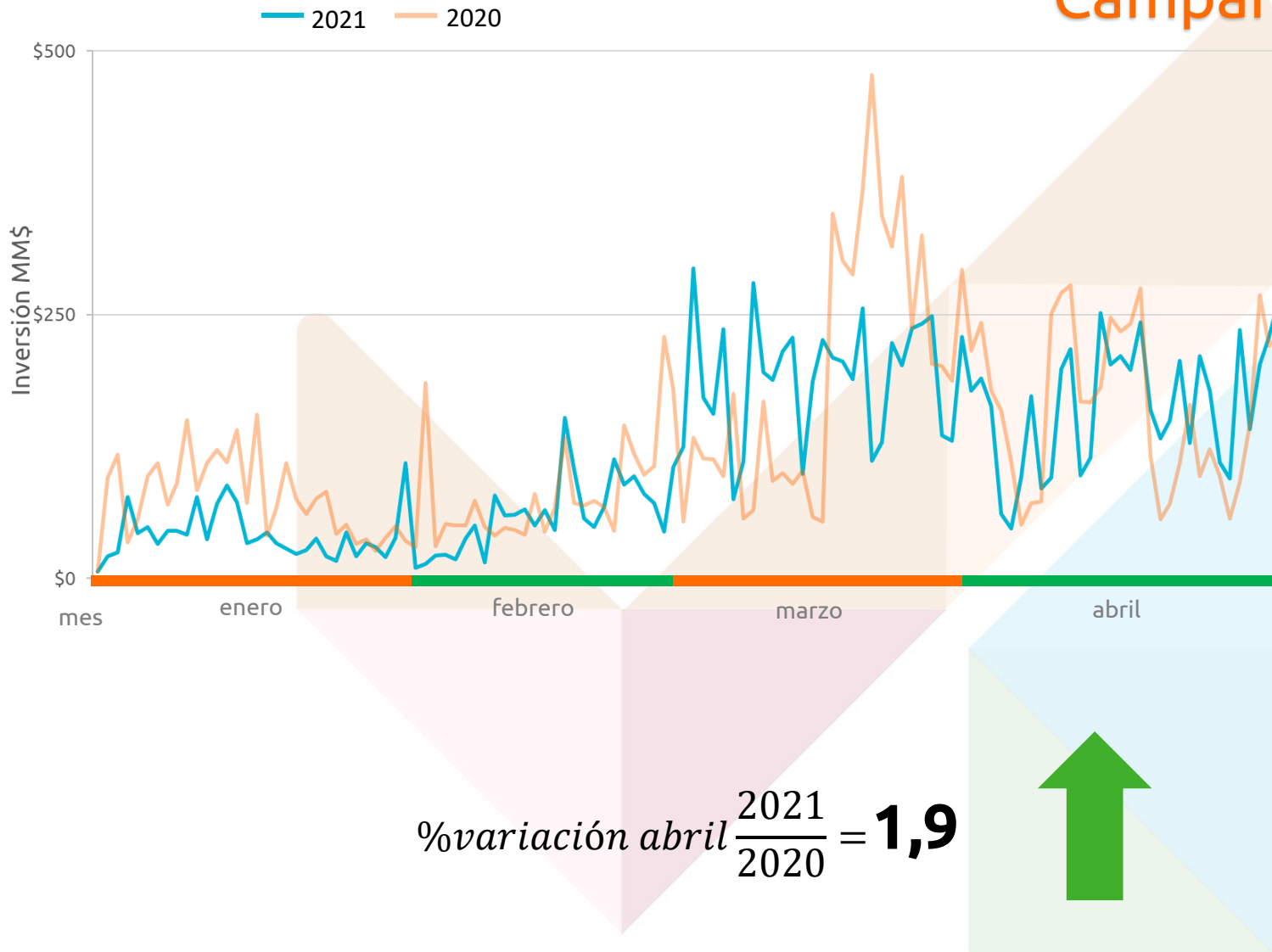
abril



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

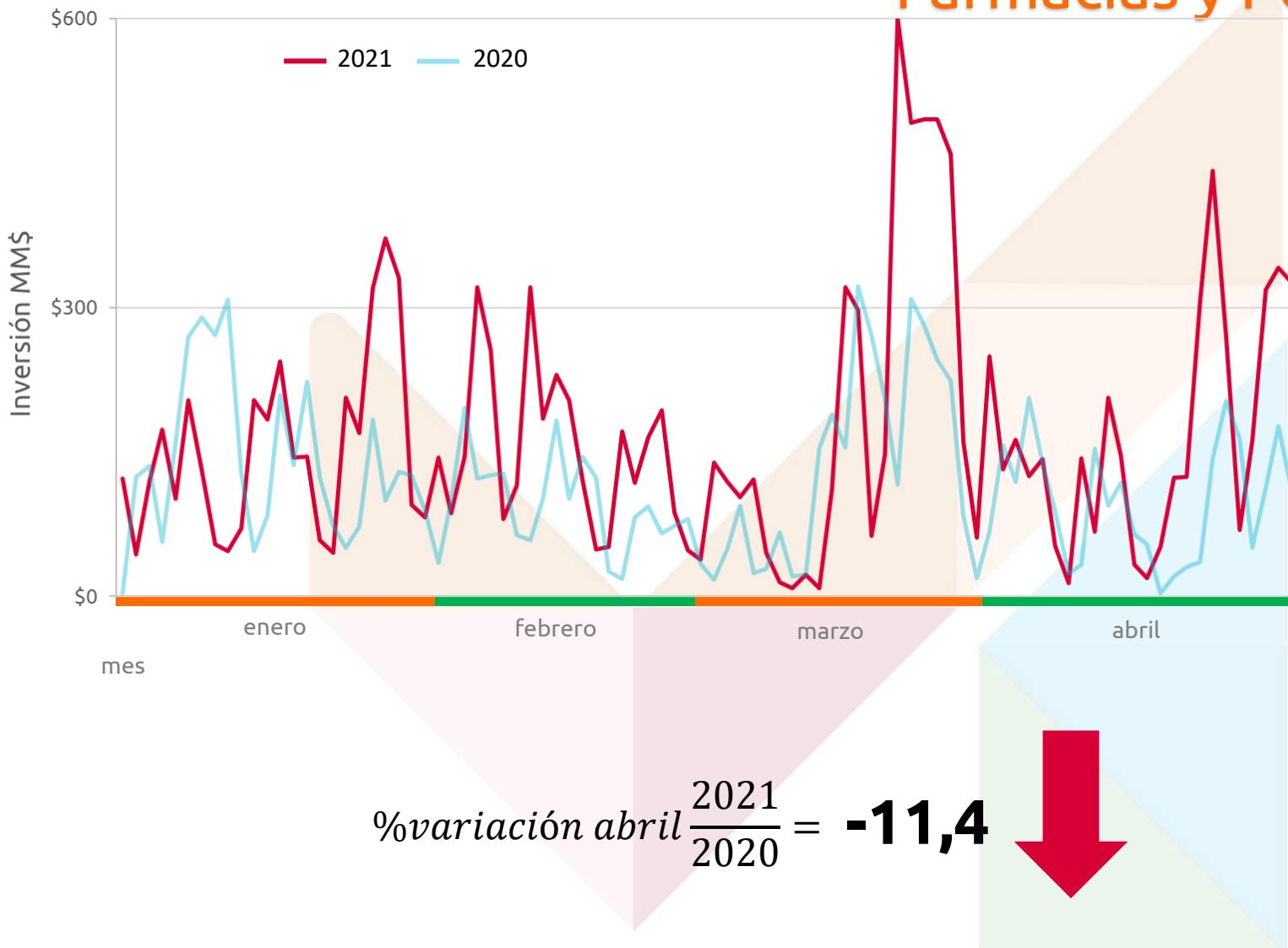
Campañas públicas



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

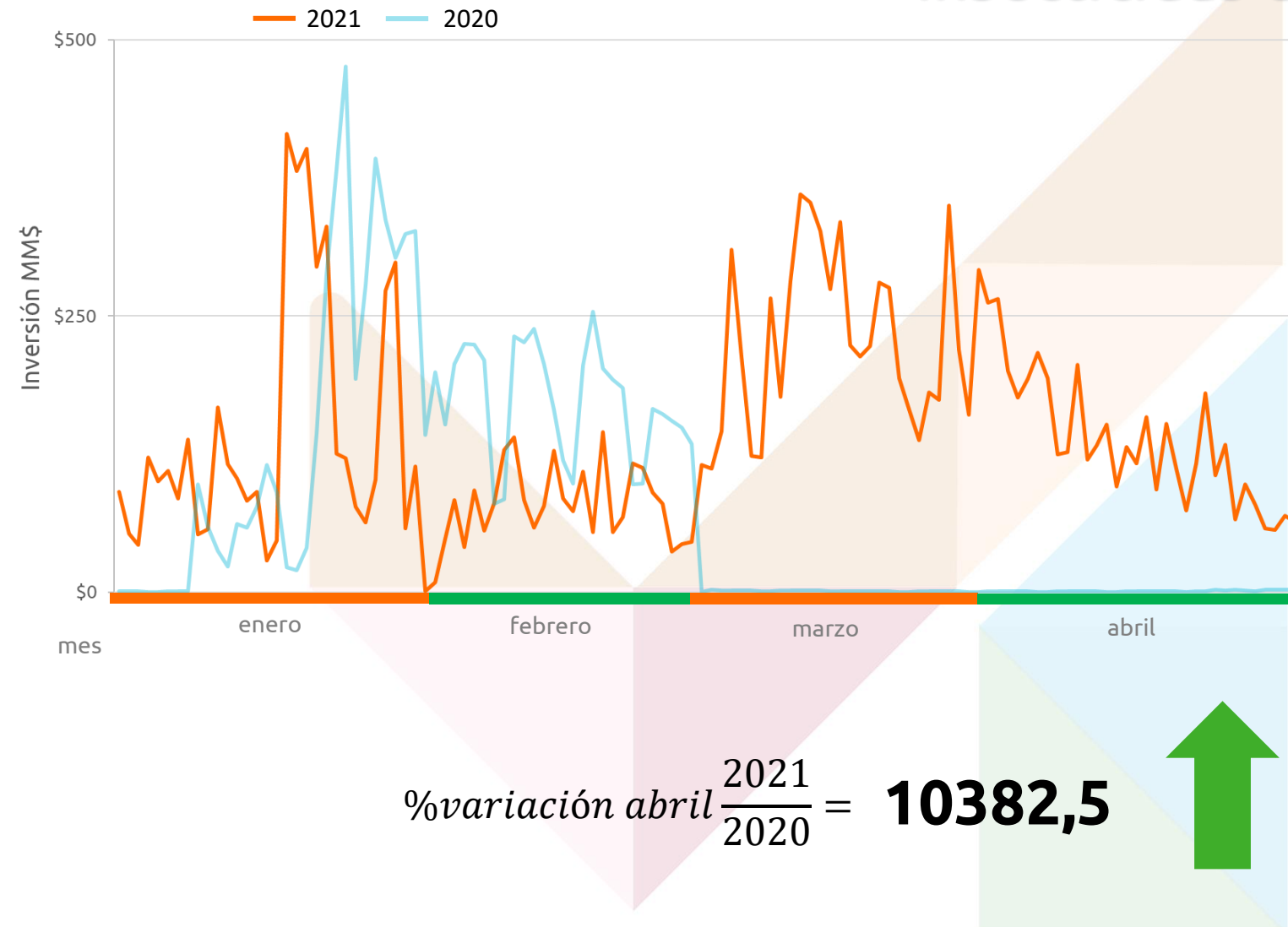
Farmacias y Perfumerías



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

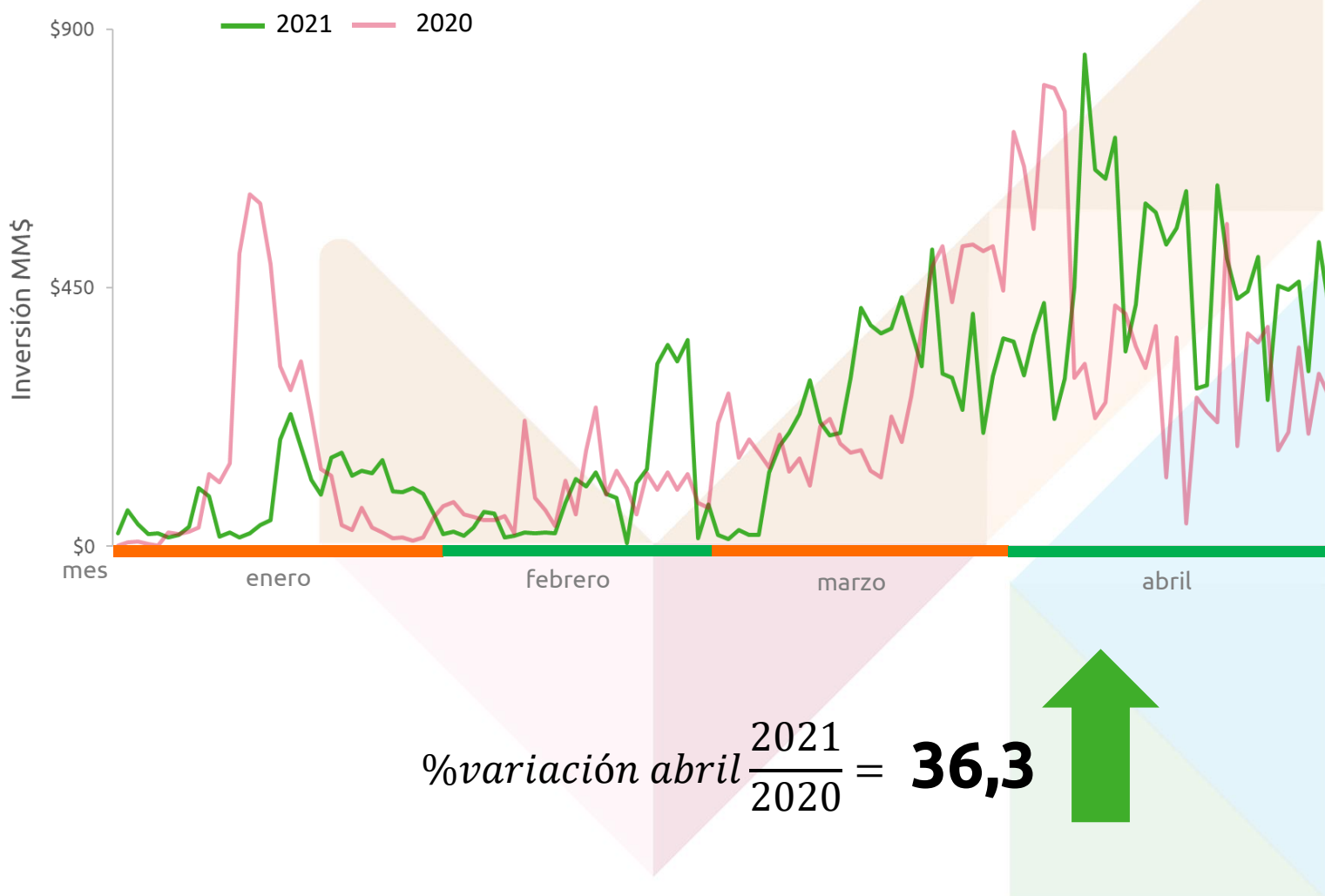
Insecticidas domésticos



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

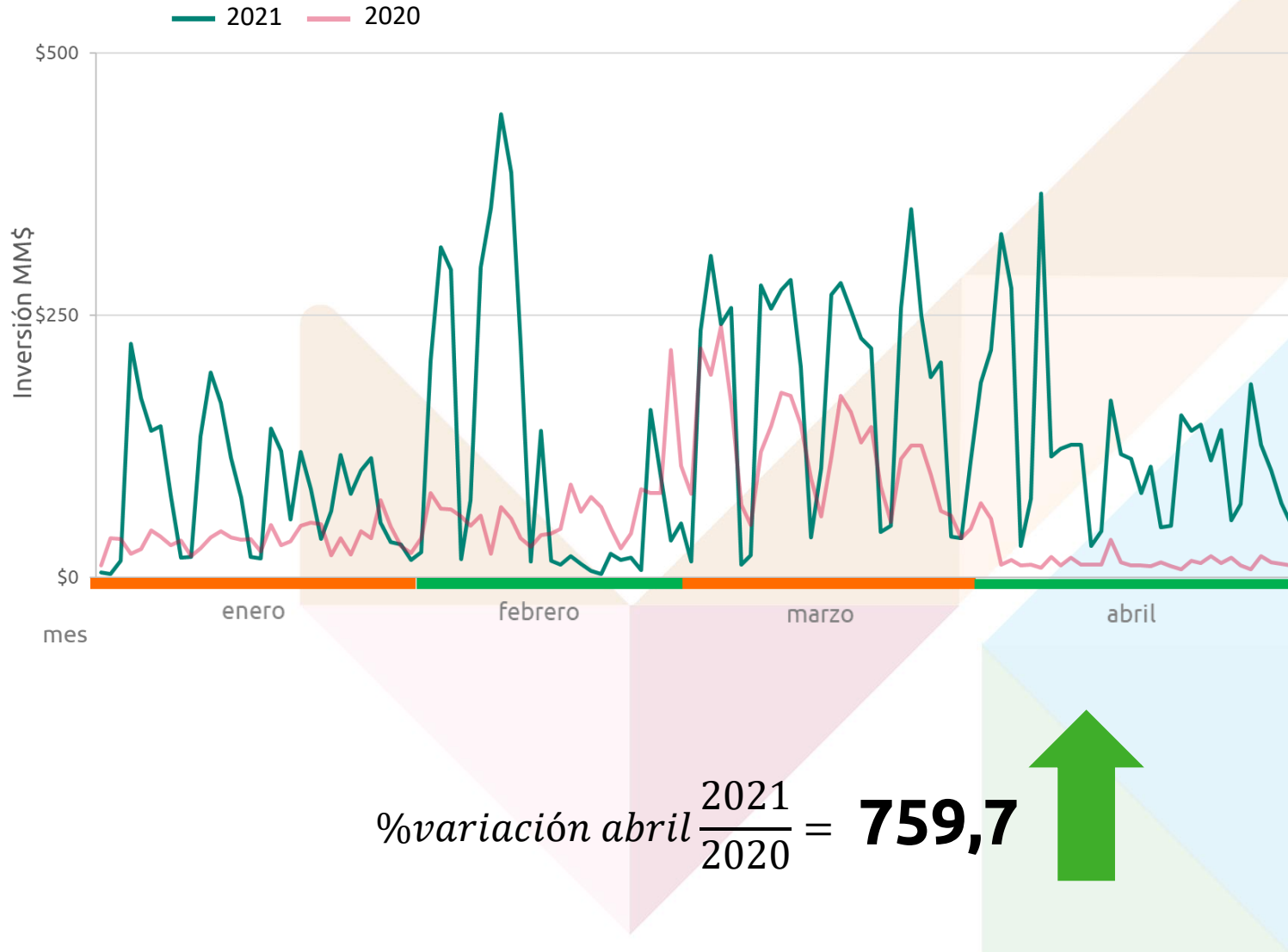
Instituciones financieras



Evolutivo inversión publicitaria

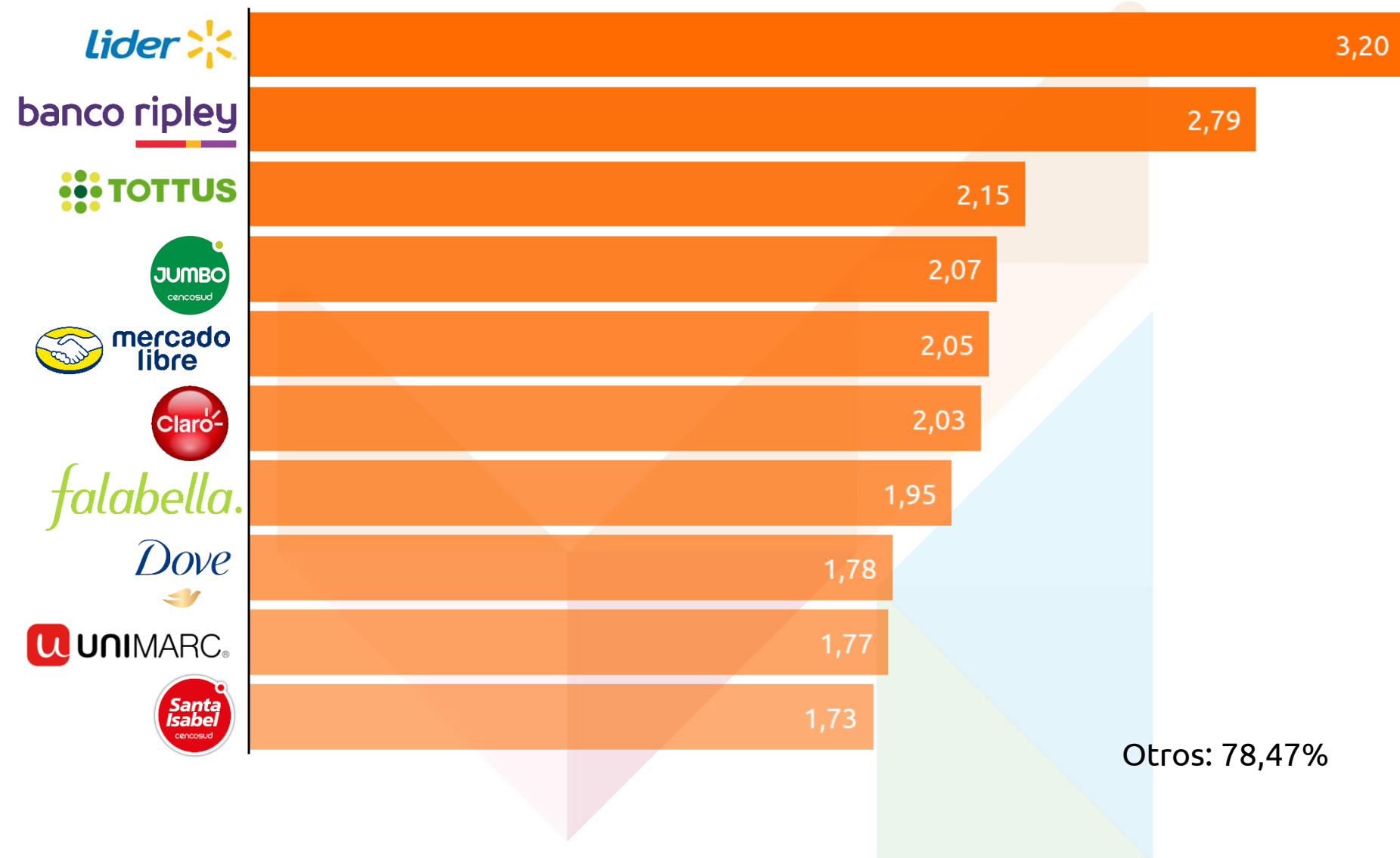
Por rubro

Seguros



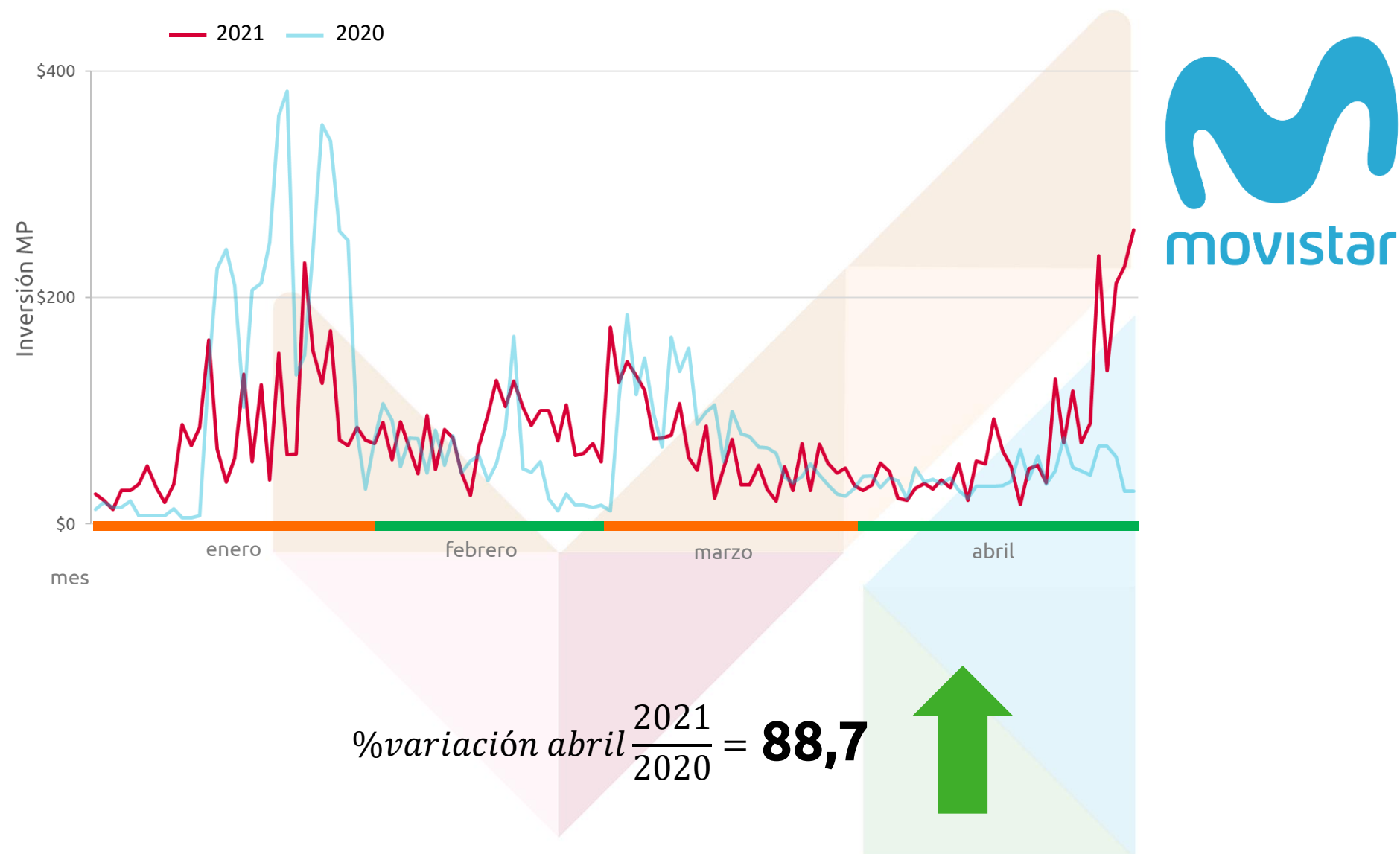
Top 10 inversión Marcas

abril



Evolución inversión publicitaria

Por marca



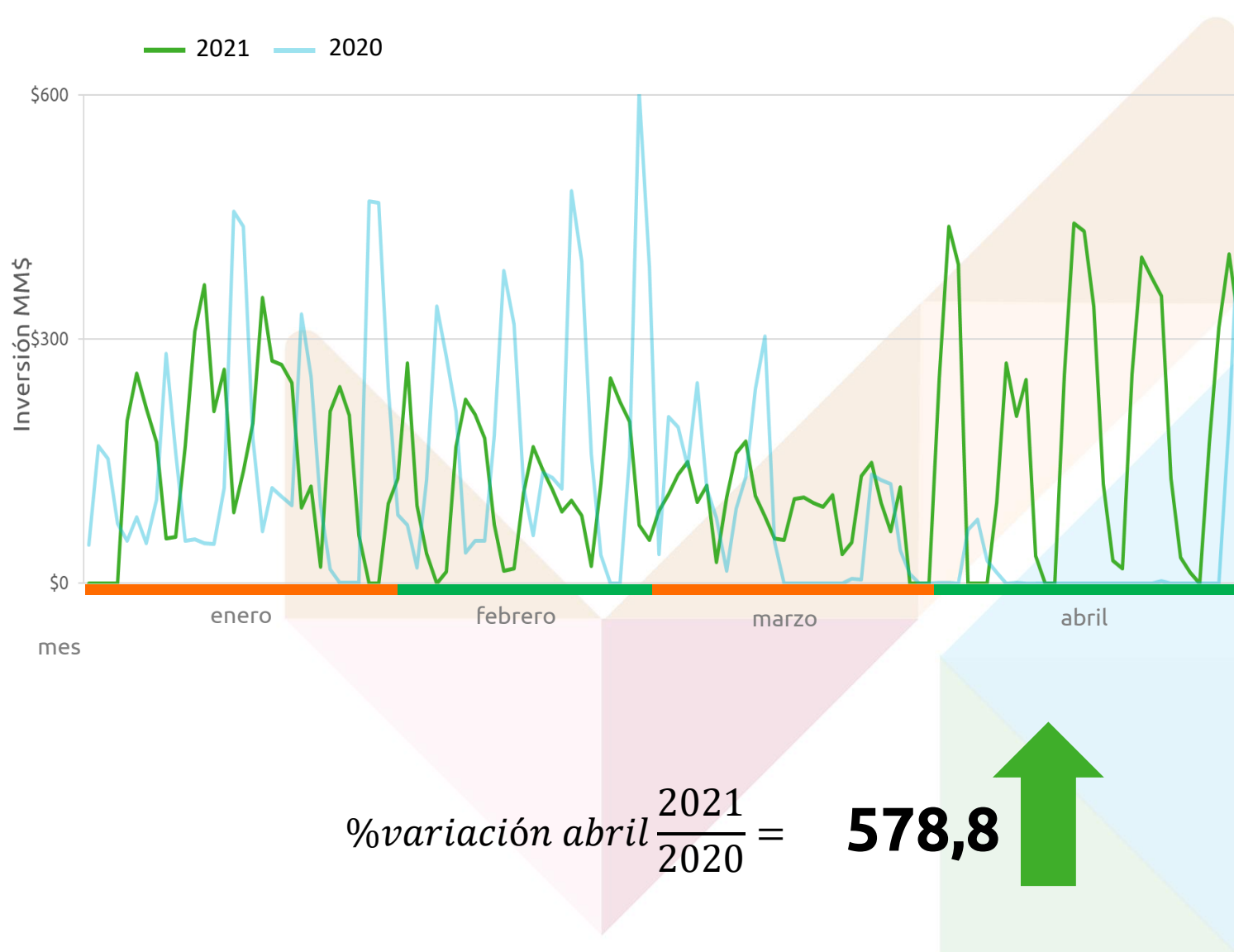
Evolución inversión publicitaria

Por marca



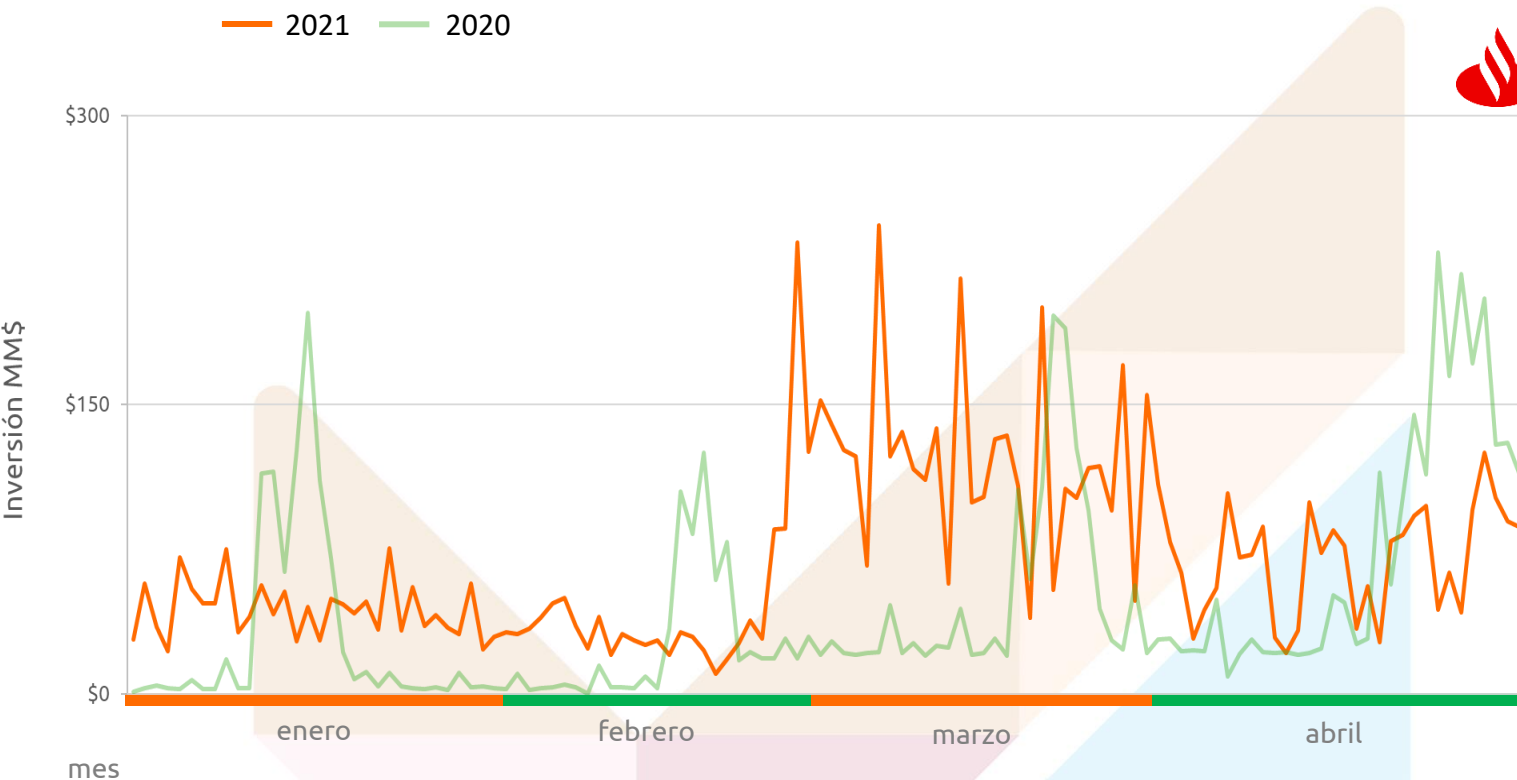
Evolución inversión publicitaria

Por marca



Evolución inversión publicitaria

Por marca

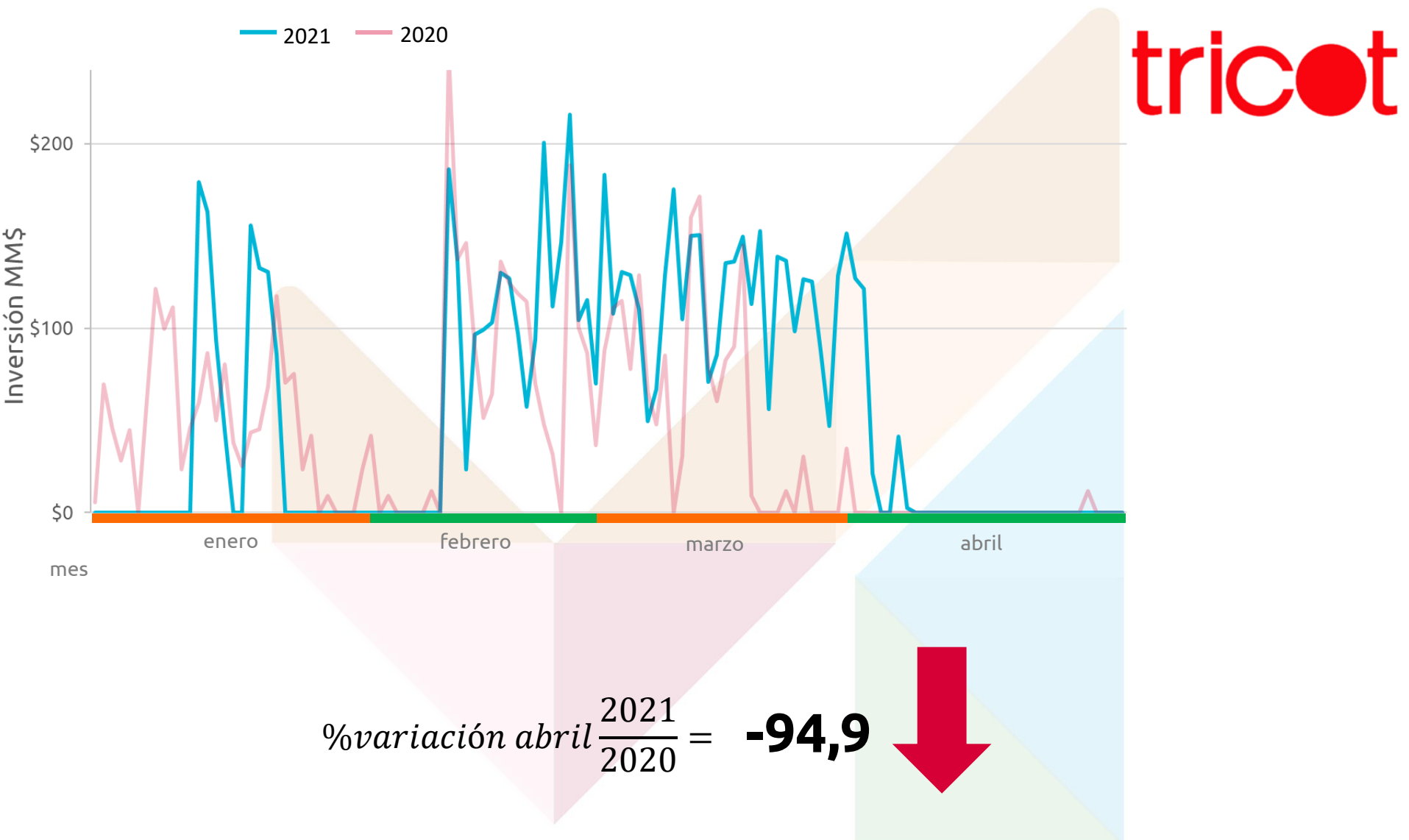


%variación abril $\frac{2021}{2020} = -12,6$



Evolutivo inversión publicitaria

Por marca



 **Deseas conocer más
estudios como este?**

megatime.cl/blog

hola@megatime.cl

  **[megatimegroup](#)**