

Inversión publicitaria del rubro Vehículos de Pasajeros 2021

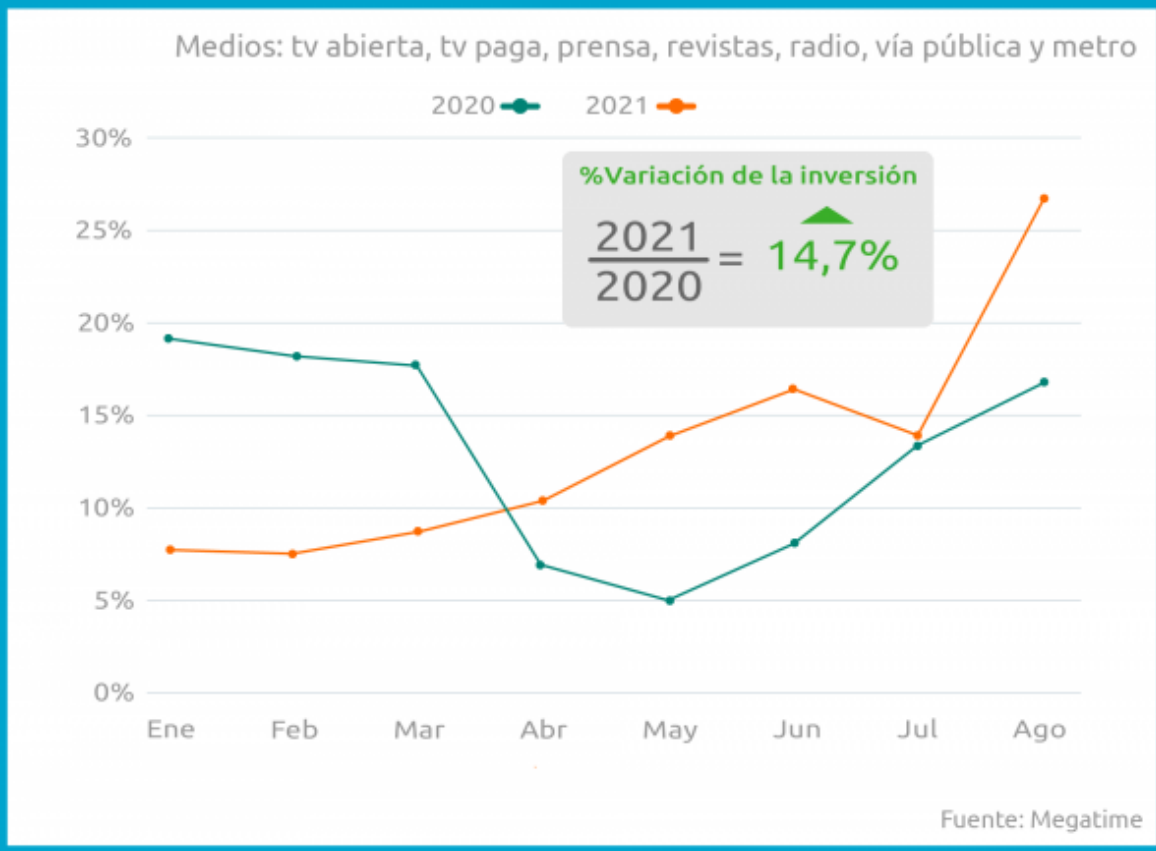


Durante inicios de septiembre de 2021 diversos medios de comunicación se hicieron eco de un reportaje publicado en el portal de Bloomberg, una firma especializada en el ámbito financiero, en donde se señala el auge económico chileno, visto desde la perspectiva del “boom del sector automotriz”, tanto en la publicación inicial, como en la serie de noticias que se generaron a partir de esta, se señala que en la actualidad los lapsos de espera para disfrutar de un vehículo nuevo oscilan desde 45 días hasta 13 meses.

En esta misma línea desde Megatime, hemos realizado un estudio del mercado publicitario en el rubro vehículos de pasajeros, con la finalidad de mostrar cómo ha sido el comportamiento de la publicidad del rubro en los distintos medios de comunicación masiva.

Estacionalidad

Rubro: Vehículos de Pasajeros / agosto 2021

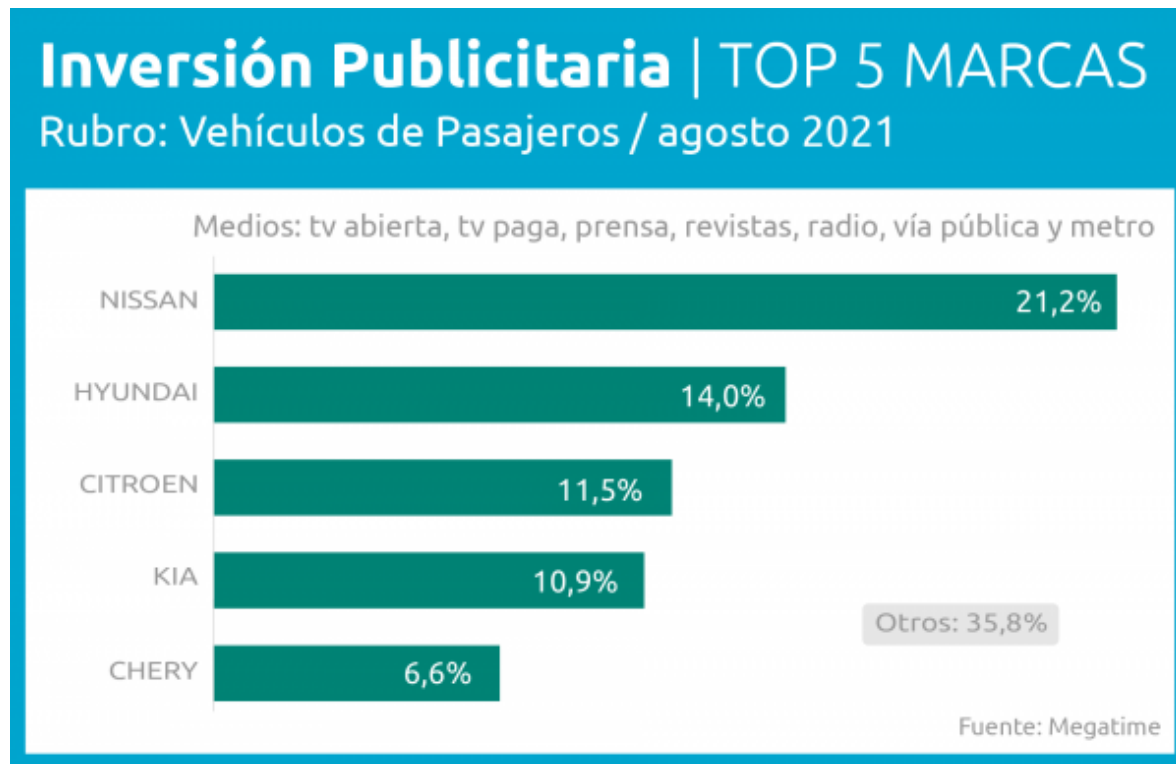


Al evaluar el comportamiento estacional del rubro durante los años 2020 y 2021 se observa la fuerte caída de inversión en el mes de abril de 2020, que alcanzó su máximo en el mes de mayo 2020, para luego recuperarse de manera proporcional durante el trimestre junio-agosto 2020.

Para el año 2021, a pesar de la continuidad pandémica y las limitaciones en la libertad de movimiento que esta trajo, se encuentra un comportamiento de la inversión publicitaria muy diferente al mostrado en 2020, con un crecimiento sostenido de enero a junio 2021, una leve caída en julio que ubica la inversión de dicho mes como equivalente a la de mayo 2021 para finalmente mostrar el punto más alto de inversión en agosto 2021. Ambas curvas demuestran un crecimiento neto de inversión publicitaria, asociada para el periodo enero agosto de 2021 de 14,7% respecto al mismo periodo año 2020, que va de la mano con el mencionado “boom del sector automotriz”.

Centrándonos en la publicidad del mes de agosto 2021, el top 5 de inversión se encuentra repartido entre las marcas Nissan en el primer lugar con el 21,2 % del

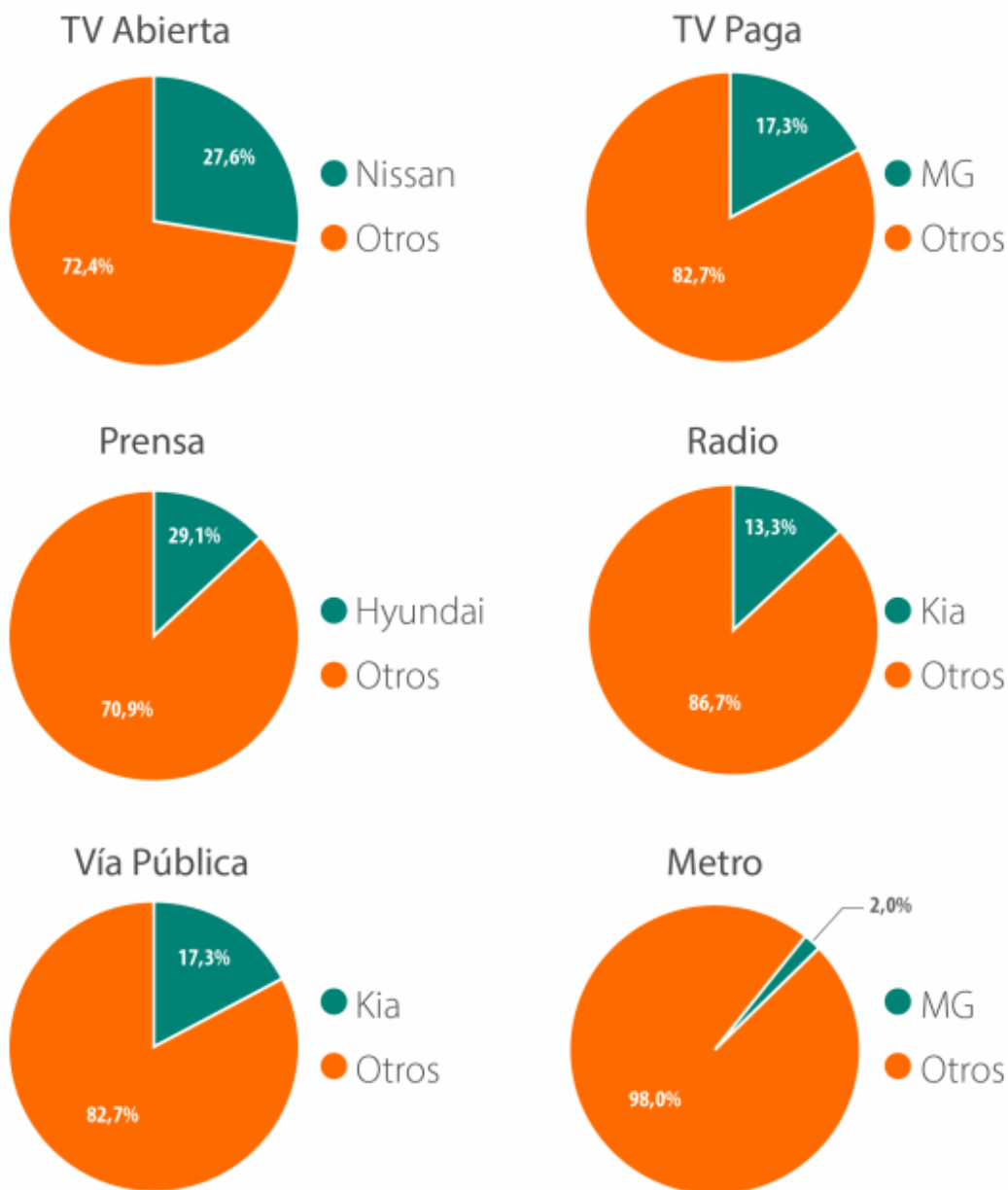
total inversión del rubro, seguido de las marcas Hyundai, Citroën, Kia y Chery ocupando los lugares del 2 al 5 respectivamente.



Sin embargo, y a pesar de que el top anterior demuestra el total de inversión para todos los medios, cuando se discrimina entre medios se encuentra un comportamiento diferente que permite obtener detalles sobre cual fue la marca líder en publicidad por medio, en el rubro vehículos de pasajeros para el mes de agosto 2021.

Marca con mayor inversión por medio

Rubro: Vehículos de Pasajeros / agosto 2021



Fuente: Megatime

De esta manera, encontramos que Nissan es la marca líder en TV abierta con el 27,6% de la inversión publicitaria del rubro, pero no así en el resto de los medios, Hyundai lidera la publicidad en Prensa, Kia domina con la publicidad en Radio y Vía

Pública, finalmente MG es la marca líder en TV Paga y Metro, en donde en este último medio cubre un relevante 98,0 % de la inversión del rubro.

La información sobre la inversión publicitaria del rubro de vehículos de pasajeros es a nivel nacional y considera los medios verificados por Megatime (tv abierta, tv paga, radio, prensa, vía pública y metro) especificados en cada gráfico. Los valores son a tarifa y no contemplan ningún descuento ni bonificación, ya que se desconocen las negociaciones particulares de cada empresa. Más estudios como este en nuestro Blog Megatime.