



ABRIL 2024

INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS

Primer Cuatrimestre del año y la ralentización del consumo no da señales de franca mejoría, impactando naturalmente en las inversiones publicitarias con un abril que presenta desempeño negativo en términos nominales vs. igual mes del año anterior, y lleva el acumulado de estos primeros cuatros meses a valores levemente negativos en términos reales vs. YTD 2023.

Si bien Digital continúa con su tendencia de crecimiento en share de inversión total, lo hace a valores de un dígito por primer mes en el año, con solo Vía Pública mostrando crecimiento acumulado desde los medios tradicionales, en una triada Digital-Televisión y Vía Pública que concentran el 90% de la inversión publicitaria total.

Los datos preliminares de mayo no muestran un comportamiento diferente a lo que vemos en abril, abriendo la puerta para una pobre performance del Q2 2024 y poniendo presión al segundo semestre del año.

Puedes revisar el detalle de lo expuesto en:
<https://aam.cl/informe-de-inversion-publicitaria-abril-2024/>

ABRIL 2024

\$75.911 MM

-1,9% VS. ABRIL 2023

DIGITAL + TOTAL TELEVISIÓN

SOI 80,6% ABRIL 2024

ENERO-ABRIL 2024

\$289.076MM

5,1% VS. PERIODO 2023

INVERSIÓN PUBLICITARIA POR MEDIO / ACUMULADO A ABRIL 2021-2022-2023-2024 (CIFRAS NOMINALES)

ENERO-ABRIL	2021	SHARE 2021	2022	SHARE 2022	2023	SHARE 2023	2024	SHARE 2024	%VAR. NOMINAL 2024 vs 2023
TV ABIERTA	58.388	27,6%	76.484	28,0%	69.447	24,9%	66.921	23,2%	-3,6%
TV PAGA	14.443	6,8%	14.160	5,2%	11.801	4,2%	8.031	2,8%	-31,9%
DIARIOS	8.753	4,1%	9.415	3,4%	7.641	2,7%	7.665	2,7%	0,3%
REVISTA	125	0,1%	140	0,1%	222	0,1%	215	0,1%	-3,2%
RADIO	15.636	7,4%	19.353	7,1%	18.532	6,7%	17.904	6,2%	-3,4%
V. PÚBLICA	13.795	6,5%	26.536	9,7%	30.209	10,9%	31.985	11,1%	5,9%
CINE	-	0,0%	117	0,04%	359	0,1%	424	0,1%	18,2%
DIGITAL	100.645	47,5%	126.909	46,5%	140.210	50,4%	155.455	53,9%	10,9%
TOTAL	211.785		273.114		278.421		288.601		3,7%

*Datos Informe de Inversión Publicitaria AAM Diciembre 2023. - <https://aam.cl/informe-de-inversion-publicitaria-abril-2024/>

CIFRAS PARA LA INDUSTRIA

RANKING DE PARTICIPACIÓN EN FORMATO PNT | ENE A MAY 2024

La información sobre la participación en formato PNT (Publicidad No Tradicional) es a nivel nacional a través del medio TV Abierta y de acuerdo con la metodología de medición Megatime. La inversión es a Valor Público.

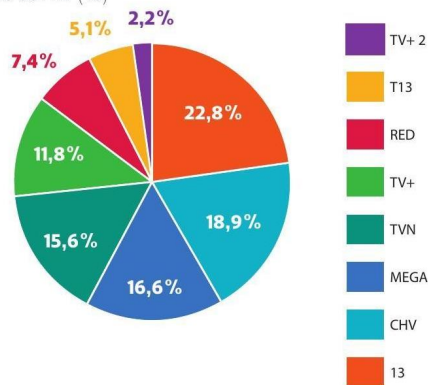
Estacionalidad de la participación del formato PNT | 2024

Cantidad de PNT



Top Soportes

Cantidad de PNT (%)



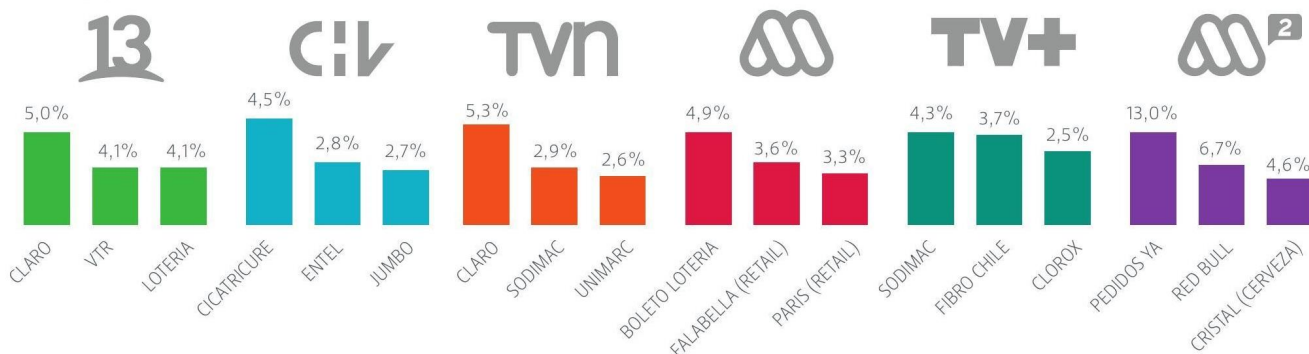
Top Rubros

Inversión (%)



Marcas con mayor inversión por canal | TOP 3

Inversión (%)



KANTAR IBOPE MEDIA

TELEVISIÓN ABIERTA

TOP 5 DE PROGRAMAS POR CANAL TV ABIERTA

MAYO 2024

Canal	Programa	Emissiones	Rating (%)
13	• GANAR O SERVIR	22	11,5
	• GANAR O SERVIR (RESUMEN)	17	10,1
	• EL TIEMPO	9	10,0
	• TELETRECE	31	8,2
	• GLORIAS NAVALES	1	7,0
Chile Visión	• CONMEBOL LIBERTADORES	3	11,8
	• EXTRA DE CHV NOTICIAS	2	10,1
	• CHV NOTICIAS CENTRAL	31	9,3
	• LA DIVINA COMIDA	4	8,4
	• PODEMOS HABLAR	9	8,1
MEGA	• AL SUR DEL CORAZON	23	13,6
	• MEGANOTICIAS PRIME	23	12,7
	• COMO LA VIDA MISMA	18	11,9
	• JUEGO DE ILUSIONES	23	11,2
	• EXTRA DE MEGANOTICIAS	1	10,4
TVN	• CARMEN GLORIA A TU SERVICIO	23	6,9
	• AHORA CAIGO PRIME	8	6,0
	• AHORA 24 HORAS	2	5,9
	• 24 CENTRAL	31	5,7
	• AHORA CAIGO (R)	3	4,6
TV+	• SIGUEME	23	1,4
	• TAL CUAL	23	1,1
	• TOC SHOW	22	0,6
	• PEDRO Y PANCHI	23	0,6
	• LA HORA DE HOY	23	0,5

Programación sobre los 10 minutos/ Target Hogar

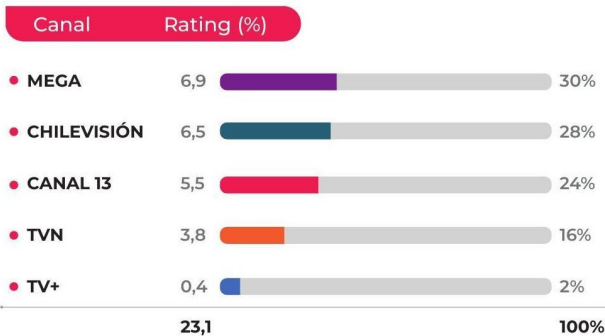
1 AL 16 DE JUNIO 2024

Canal	Programa	Emissiones	Rating (%)
13	• GANAR O SERVIR	11	12,2
	• GANAR O SERVIR (RESUMEN)	10	10,0
	• EL TIEMPO	15	9,9
	• TELETRECE	16	8,5
	• QUE DICE CHILE	9	7,1
Chile Visión	• FUTBOL AMISTOSO INTERNACIONAL	1	33,3
	• FUTBOL AMISTOSO INTER (LA PREVIA)	1	11,8
	• EXTRA DE CHV NOTICIAS	3	10,6
	• CHV NOTICIAS CENTRAL	16	10,5
	• PRIMARIAS 2024	1	8,4
MEGA	• COMO LA VIDA MISMA	8	14,0
	• AL SUR DEL CORAZON	8	12,8
	• MEGANOTICIAS PRIME	10	12,4
	• JUEGO DE ILUSIONES	9	11,5
	• JUEGO DE ILUSIONES (RESUMEN)	9	10,2
TVN	• AHORA CAIGO	9	8,0
	• CARMEN GLORIA A TU SERVICIO	9	6,8
	• AHORA CAIGO PRIME	5	6,5
	• 24 HORAS	1	6,2
	• AVANCE 24 HORAS	1	6,1
TV+	• SIGUEME	10	11,3
	• TAL CUAL	10	1,2
	• PEDRO Y PANCHI	10	0,8
	• TOC SHOW	10	0,6
	• TOC SHOW (R)	10	0,6

Programación sobre los 10 minutos/ Target Hogar

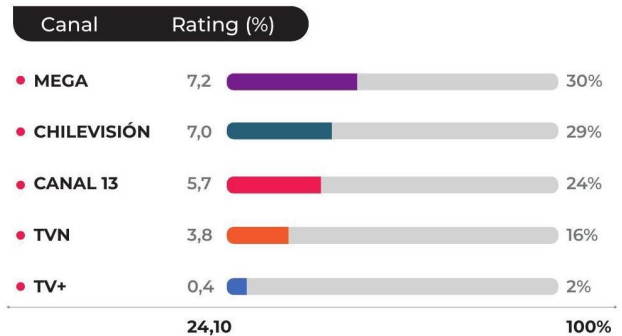
SHARE - PARTICIPACIÓN POR CANAL

MAYO 2024



Canal base: 5 Canales (Canal 13, Chilevisión, Mega, TVN, TV+)

1 AL 16 DE JUNIO 2024



Canal base: 5 Canales (Canal 13, Chilevisión, Mega, TVN, TV+)

KANTAR IBOPE MEDIA

CONTACTO

Renato Aguilera

Mail: renato.aguilera@kantariibopemedia.com

Website: <https://www.kantariibopemedia.cl/>

X: @K_IBOPEMediaAL

Facebook: KantarIBOPEMedia

GLOSARIO

TAM
Rating
Target Hogar
Share
Cadena base

Estudio de audiencias de televisión
 Audiencia promedio del evento para el target evaluado
 Target total hogares del estudio universo 2024 representa a 2.645.265 Hogares
 Participación porcentual, la suma siempre dará 100%
 Cadena de referencia sobre la que se calcula el Share

