



Industria en movimiento

**RADIOGRAFÍA DE LA INVERSIÓN
PUBLICITARIA Q4 2025**



Febrero **2026**



INDUSTRIAS Y SUS APERTURAS

Auto Fabricantes y distribuidores de automóviles
Beverages Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
Food Fabricantes de alimentos, agricultura, servicio de alimentos/catering, tecnología alimentaria
Finance Banca, seguros, tarjetas de crédito, trading
Government & public sector Sector público, gobierno, organizaciones sociales y políticas, campañas políticas, ong
Travel, transport & tourism Aerolíneas, transporte público, agencias de viajes y turismo, renta de autos
Media & entertainment Películas, medios, publicaciones
Personal care Belleza, cosméticos, higiene personal, artículos de tocador, productos para el hogar
Household goods Productos para el hogar
Pharmaceuticals Medicamentos de venta libre y recetados

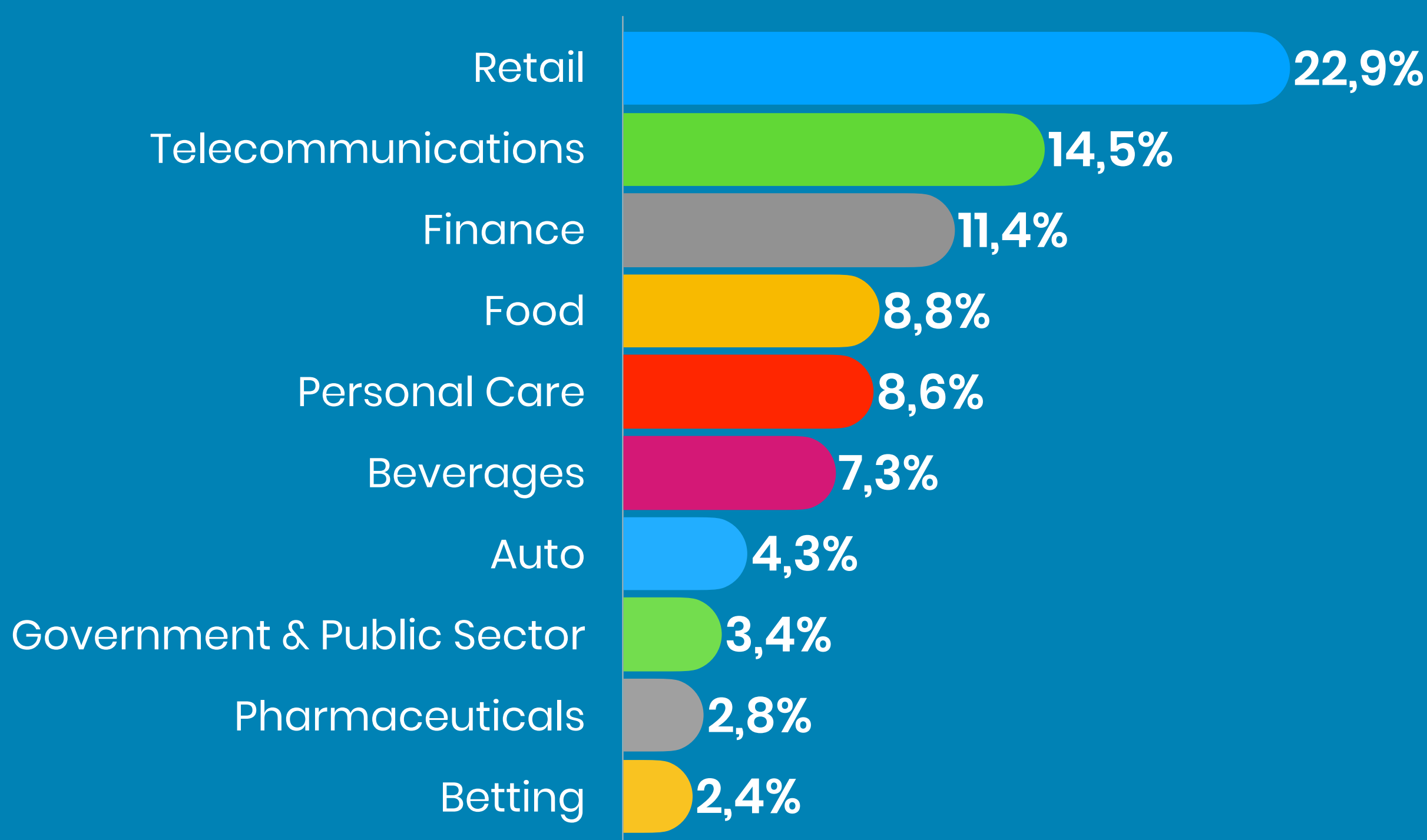
Technology Electrónica, servicios informáticos, productos, videojuegos
Telecommunications Servicios de telecomunicaciones y datos, dispositivos celulares, internet, tv por cable y satélite
Retail Grandes tiendas/tiendas minoristas, supermercados, comercio electrónico, etc.
Real estate Agentes inmobiliarios, hipotecas, corredores, seguros, etc.
Restaurants Servicio rápido, comida informal, comida elegante, a domicilio
Furnishings & appliances Mobiliario, grifería, accesorios decorativos, aparatos domésticos o de oficina que funcionen con gas o electricidad
Betting Casinos, apuestas deportivas, loterías, juegos apuestas
Industry Toda la industria que no se incorpora en los items anteriores
Education Relacionado a la educación
Other services Otros servicios que no esten considerados por la industria y los items anteriores



TOP 10 INDUSTRIAS

SHARE DE INVERSIÓN PUBLICITARIA POR INDUSTRIA

Retail, Telecomunicaciones y Finanzas concentran el mayor share de inversión del último trimestre, reflejando la intensidad competitiva de un período marcado por eventos comerciales de alta demanda. En un contexto de mayor presión por capturar ventas, refuerzan su presencia para mantenerse visibles en momentos clave de decisión.



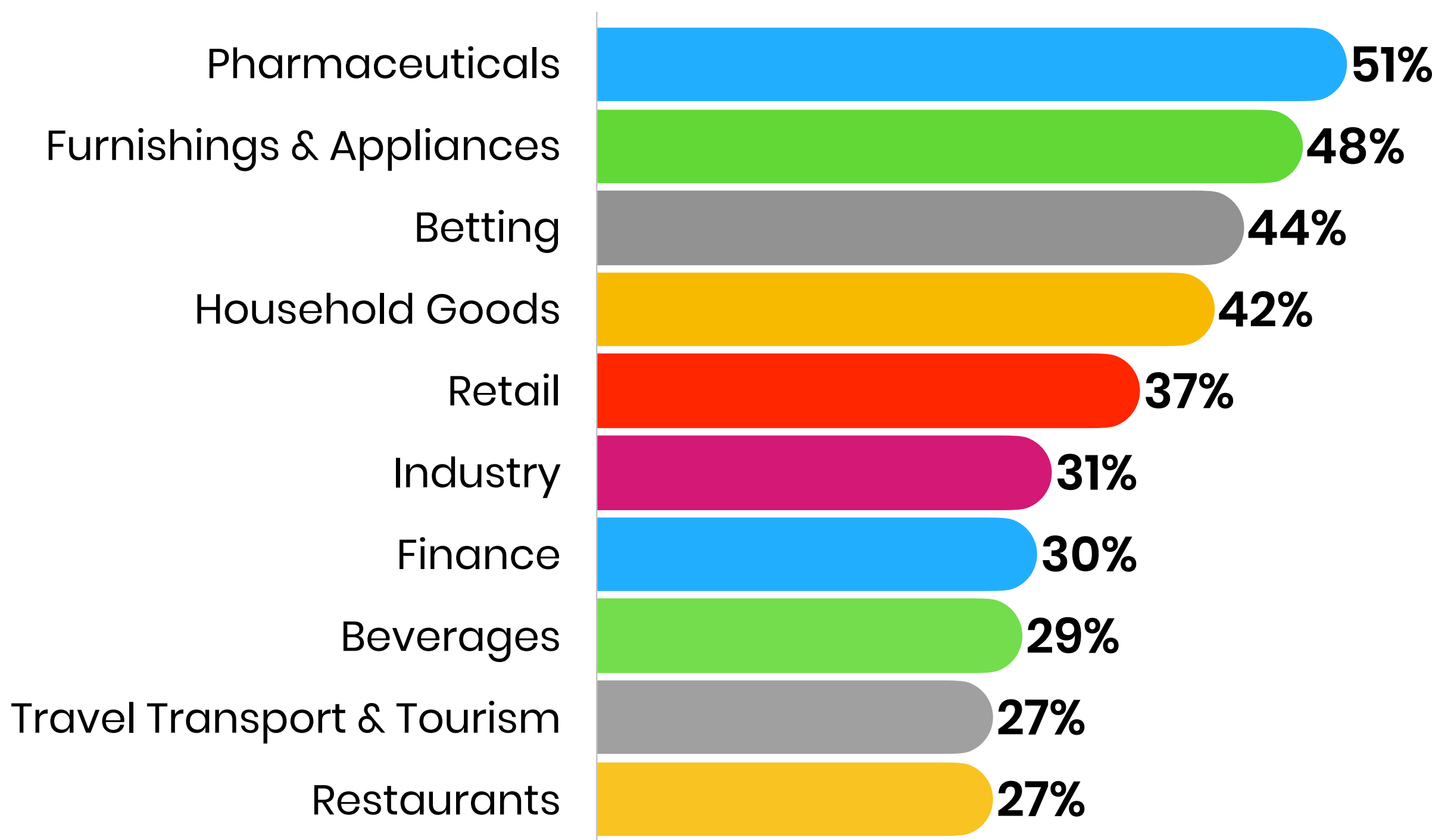
Fuente: Inversión Socios Agencias AAM

El ranking presentado corresponde al share de participación de cada Industria.

TELEVISIÓN

TOP 10 INDUSTRIAS Y SU PORCENTAJE DE SHARE

Refuerza su rol como medio de alcance y credibilidad.
Pharmaceuticals y Furnishings & Appliances priorizan su capacidad de amplificación para sostener visibilidad y reforzar posicionamiento en contextos de alta exposición.



Fuente: Inversión Socios Agencias AAM

Ranking ordenado en base a participación de Televisión por Industria

Televisión considera Televisión Abierta y Televisión Paga

DIGITAL

TOP 10 INDUSTRIAS Y SU PORCENTAJE DE SHARE

Se consolida como el canal clave en un trimestre de alta demanda. En Retail, Food y Telecomunicaciones, su peso refleja una planificación orientada a acompañar picks de búsqueda, comparación y decisión en momentos cercanos a la compra.



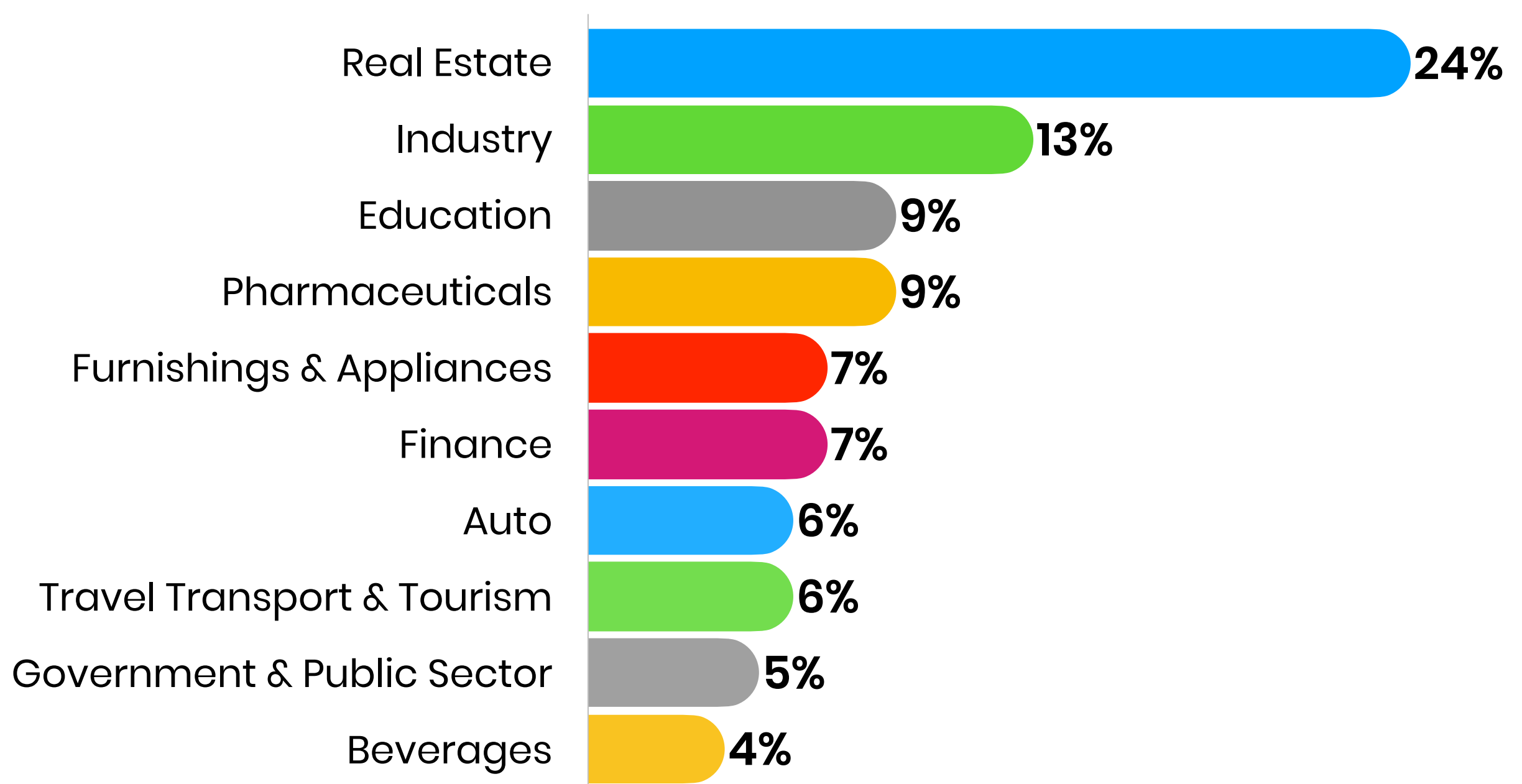
Fuente: Inversión Socios Agencias AAM

Ranking ordenado en base a participacion de Digital por Industria.

RADIO

TOP 10 INDUSTRIAS Y SU PORCENTAJE DE SHARE

Mantiene su relevancia como medio cercano y contextual. Real Estate y Education aprovechan su capacidad de conexión para activar mensajes oportunos, acompañar decisiones inmediatas y reforzar presencia territorial.



Fuente: Inversión Socios Agencias AAM

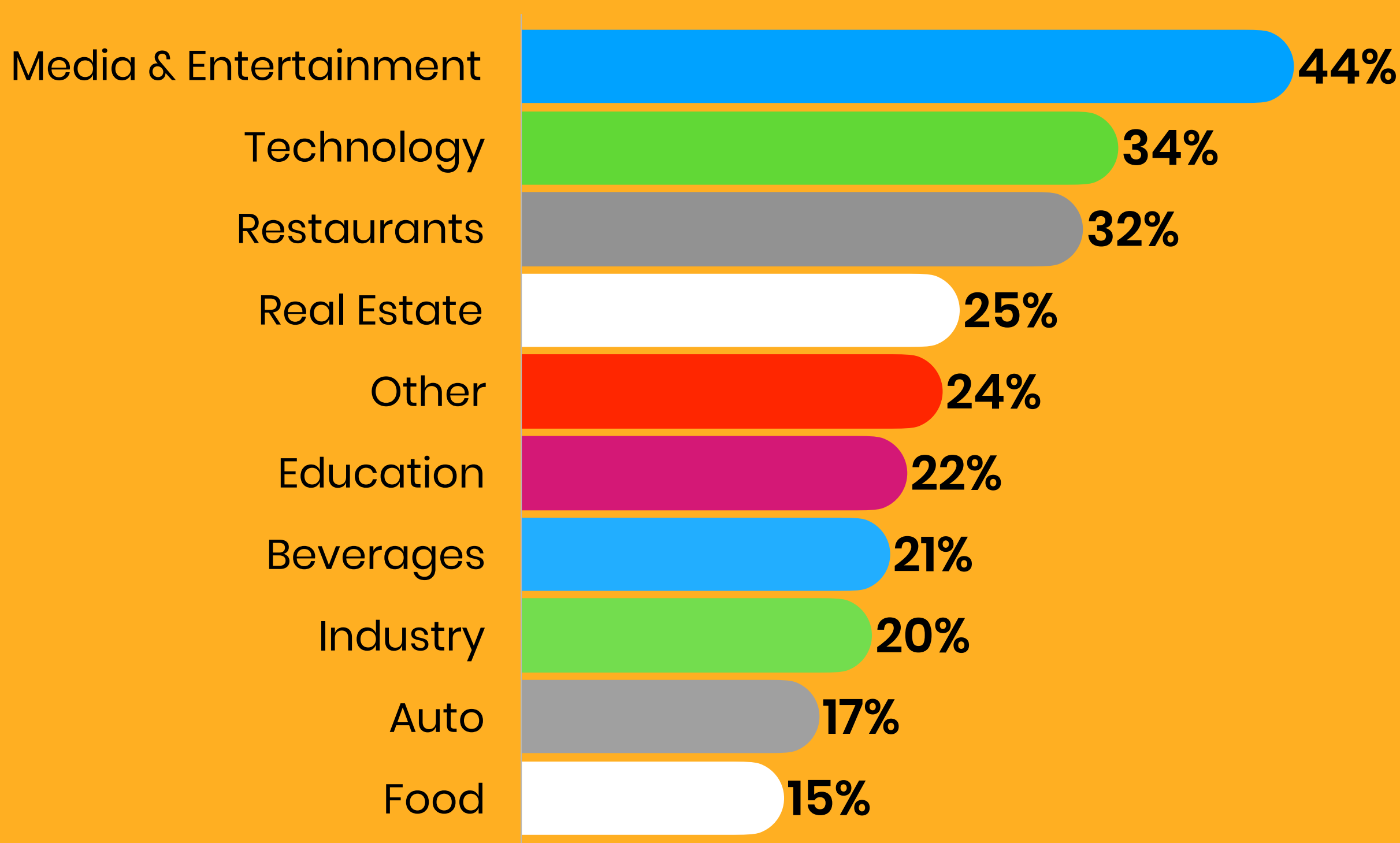
Ranking ordenado en base a participacion de Radio por Industria



VÍA PÚBLICA

TOP 10 INDUSTRIAS Y SU PORCENTAJE DE SHARE

Fortalece presencia y recordación, especialmente en un período de alta circulación y exposición urbana. Media & Entertainment y Technology lideran la inversión en este medio, usando su capacidad para amplificar visibilidad y reforzar la consistencia del mensaje en combinación con otros canales.



Fuente: Inversión Socios Agencias AAM

Ranking ordenado en base a participacion de Vía pública por Industria.



¿CÓMO LAS INDUSTRIAS COMBINAN ESTRATÉGICAMENTE LOS MEDIOS PARA MAXIMAR LA CONEXIÓN CON LAS AUDIENCIAS?



La inversión publicitaria lo revela, dando cuenta de la forma en que las marcas logran mayor impacto, recordación y efectividad.

Este informe muestra por qué elegir el medio adecuado fortalece el binomio: relación con el consumidor / negocio rentable.