

Pymes de salud con facturación de 600k euros lideran la inversión de publicidad según Mediashark

El principal reto al que se enfrentan las pymes del sector de la salud en la inversión es la falta de una figura profesional que gestione el control de la inversión

El sector de la salud continúa como el líder en la inversión publicitaria, según datos de Mediashark Salud (www.mediashark.es), la división especializada en publicidad de la salud, en el primer trimestre de 2021 creció especialmente la PYME con una media de 10 empleados y con una facturación mínima de 600.000€ invirtió de media 10.000€ en publicidad.

La inversión preferida por estas Pymes de salud fue cartelería, merchandising, impresión y publicidad exterior.

Centros médicos privados, consultas de médicos, laboratorios y empresas relacionadas con la salud encabezaron las inversiones en publicidad durante el primer trimestre del año.

Uno de los soportes que más creció para estas empresas fueron los de cartelera exterior: mupis y los carteles en espacios públicos. También experimentó un importante incremento las pantallas digitales o digital signage.

Álvaro Canelo, CEO de Mediashark explica, "La pandemia ha generado nuevas necesidades. El sector de la salud actualmente es uno de los más importantes para la publicidad no sólo porque hay más necesidades que nunca sino porque los usuarios necesitan mayor información. Por ello las empresas de la salud y especialmente las Pymes han comenzado a invertir más que en 2020 para poder llegar a su público de manera eficaz".

Con el inicio de la pandemia y los confinamientos más estrictos, el sector se paralizó durante el primer semestre del año 2020. A pesar de considerarse negocios de primera necesidad, los pacientes no acudían a consultas ante el temor al contagio. A partir de septiembre 2020 empezó una carrera por la apuesta por la publicidad eficaz y que transmitiera garantía de seguridad al paciente para acudir a los centros.

"Durante este primer trimestre se ha recuperado la inversión y especialmente se ha notado un importante crecimiento del 250% que continuará durante lo que resta del año. En Mediashark Salud hemos notado que las empresas que más están apostando por la inversión en publicidad son las Pymes entre 8 y 10 empleados y con una facturación media de 600.000€", explica el CEO de Mediashark.

Reto: el buen asesoramiento de la pyme

A pesar del interés en aumentar la inversión en publicidad, el principal reto al que se enfrentan estas empresas es el hecho de no contar con un experto que les ayude en la planificación de medios y de publicidad.

"Nos encontramos en muchos casos, especialmente entre las Pymes, que carecen de la figura del profesional de marketing que sea el encargado de gestionar la inversión en publicidad. Estas empresas necesitan un asesoramiento para que la estrategia de visibilidad sea efectiva", explica Álvaro Canelo.

Y es que según los datos de Mediashark Salud, 4 de cada 5 pymes del sector de la salud reconocen invertir sin tener un control de dónde y cómo lo hacen. Contratos de publicidad exterior que no vigilan, o de publicidad online que desconocen la tasa de retorno de la inversión.

"Un problema muy habitual es precisamente el descontrol de si se está cumpliendo y si se está convirtiendo la inversión de esa publicidad en nuevos pacientes o visitantes. Por este motivo desde Mediashark Salud hemos puesto a disposición de las empresas un experto personal que asesora, vigila y controla todas las contrataciones para reportar dicho seguimiento", explica Álvaro Canelo.

Con la llegada de la primavera y la campaña de verano, desde la consultora prevén que el crecimiento de la inversión en publicidad por parte de las empresas del sector salud continúe creciendo una media del 18% más. El último trimestre del año será el más fuerte con la consolidación de la vacunación en España. 2021 terminará recuperando todo el terreno perdido en inversión.

Datos de inversión en publicidad de las Pymes

Desde Mediashark Salud se ha analizado la inversión realizada en publicidad por parte de las Pymes del sector de la salud. De media una Pyme con una facturación de más de 600.000€ invierte 10.000€ en publicidad de la cuál se distribuye de la siguiente manera:

- Publicidad exterior 32%
- Folletos 30%
- Publicidad online 25%
- Pantallas digitales 9%
- Cartelería interior 6%
- Planificación de medios 5%

Datos de contacto:

Mediashark Salud
605065567

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Medicina](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>