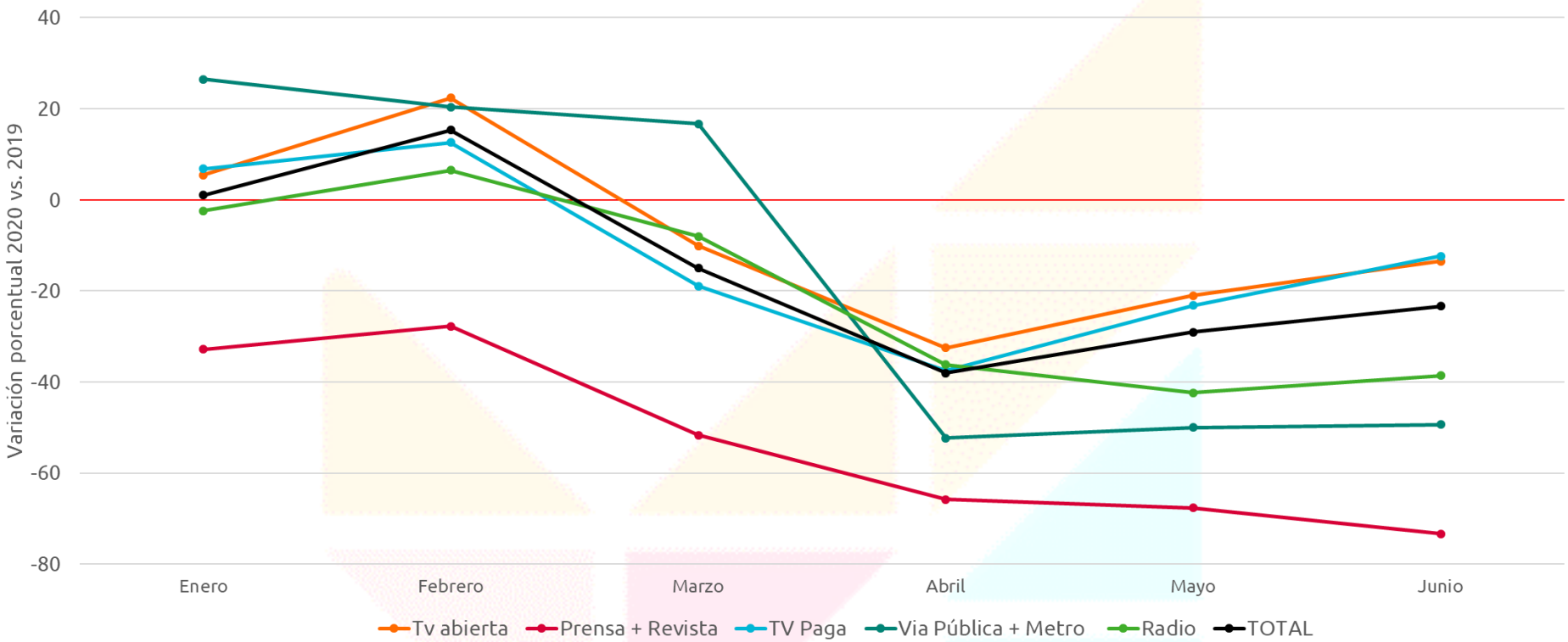
Evolución de la industria publicitaria en tiempos de COVID-19

Actualizado al 30 de junio

Megatime

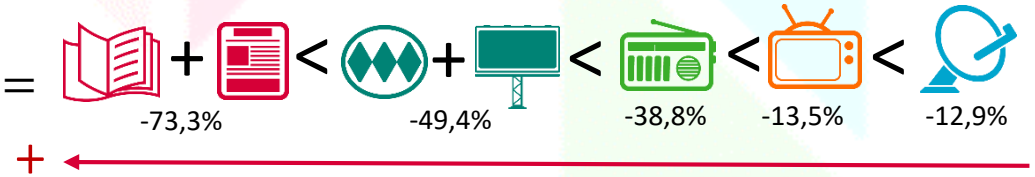
Inversión publicitaria mensual

enero - junio 2020 vs. 2019



Para el mes de junio, todos los medios presentan una inversión publicitaria inferior a la mostrada en el mismo periodo año 2019 (-23,4%). Individualmente la variación porcentual junio 2020 vs. 2019 puede describirse como sigue:

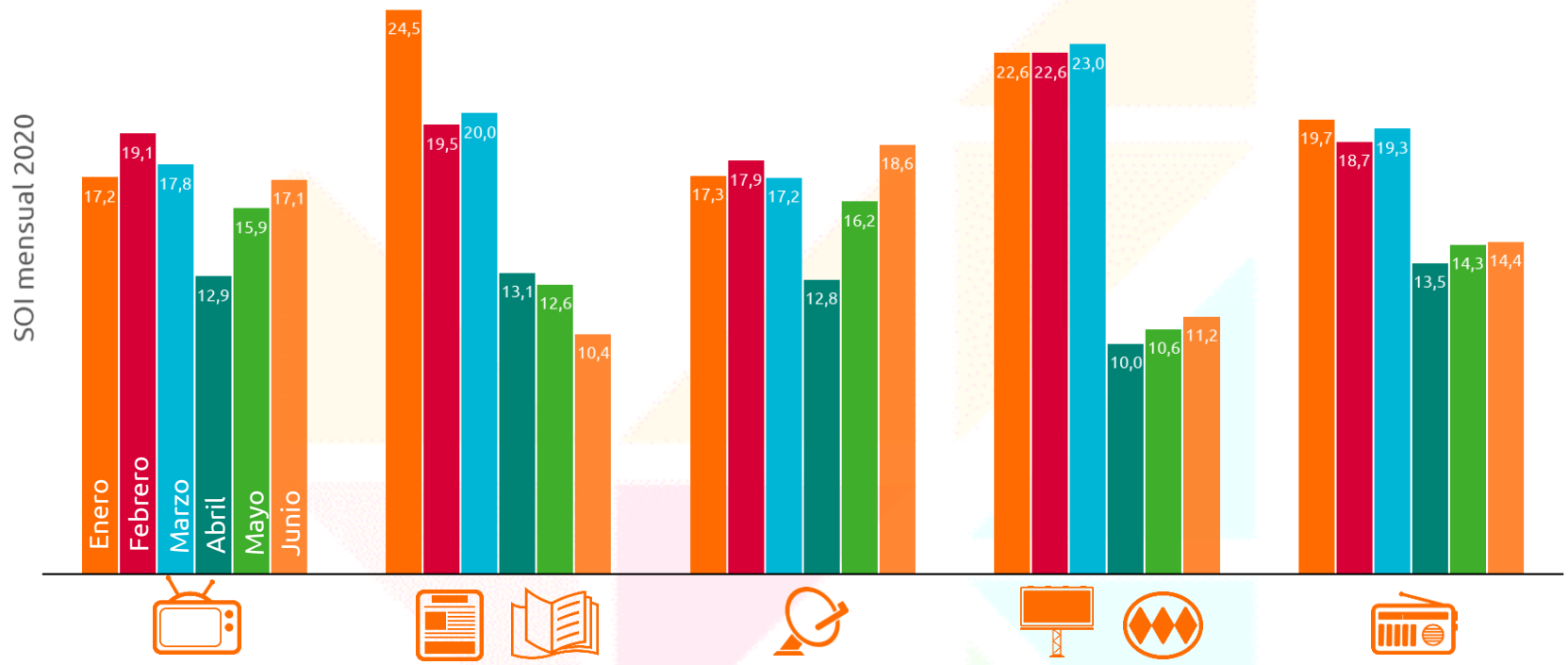
$$\%variación\ junio\ \frac{2020}{2019} =$$



Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

Inversión publicitaria mensual

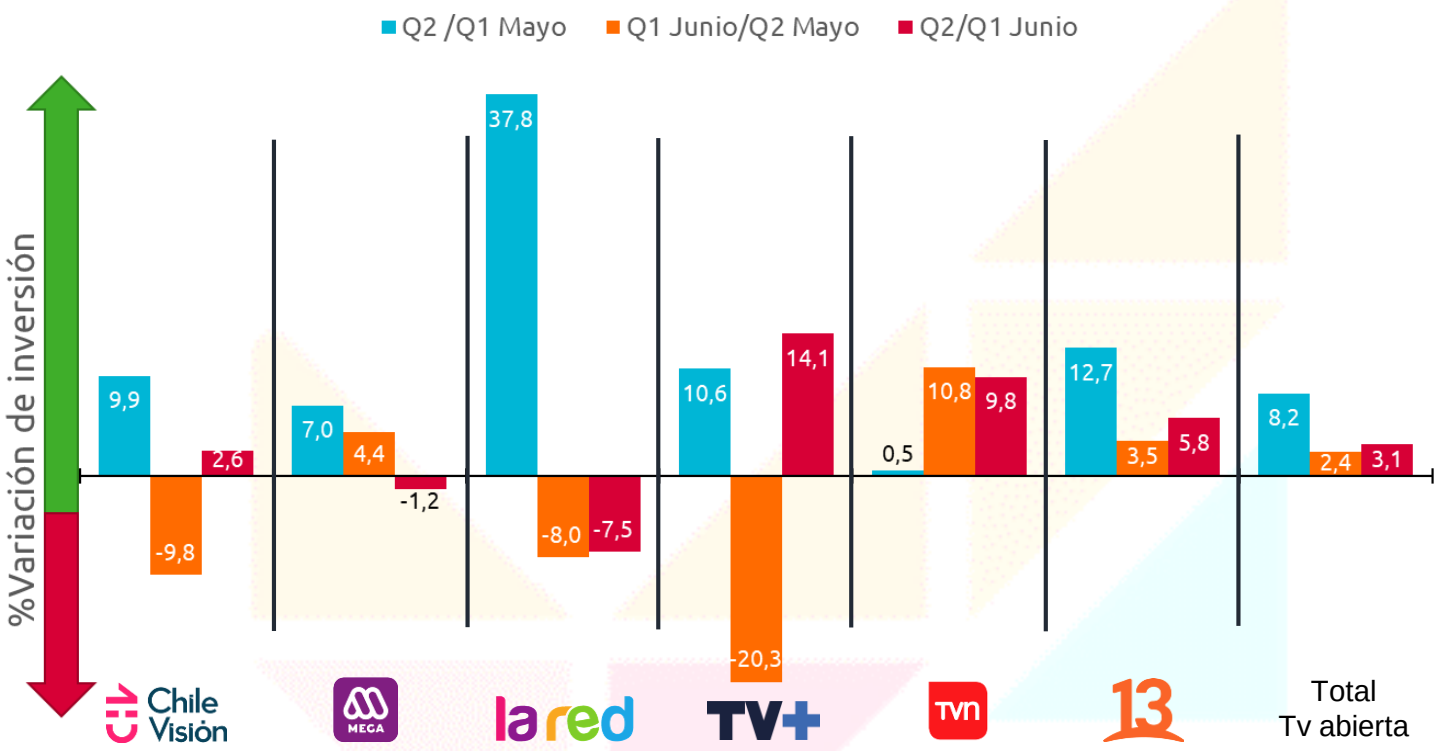
enero - junio 2020



Tv Paga y Abierta poseen un *share of investment* (SOI) de 18,6 y 17,1% para el mes de junio, convirtiéndose en los medios que hasta el momento han tenido mayor porcentaje de recuperación de la inversión publicitaria en tiempos de COVID-19, le siguen Radio y Vía Pública + Metro con 14,4 y 11,2% de SOI y finalmente Prensa + Revistas con SOI de 10,4%, siendo estos últimos, los únicos medios con menor SOI con relación al mes anterior (-2,2).

Inversión publicitaria quincenal

01 de mayo – 30 de junio



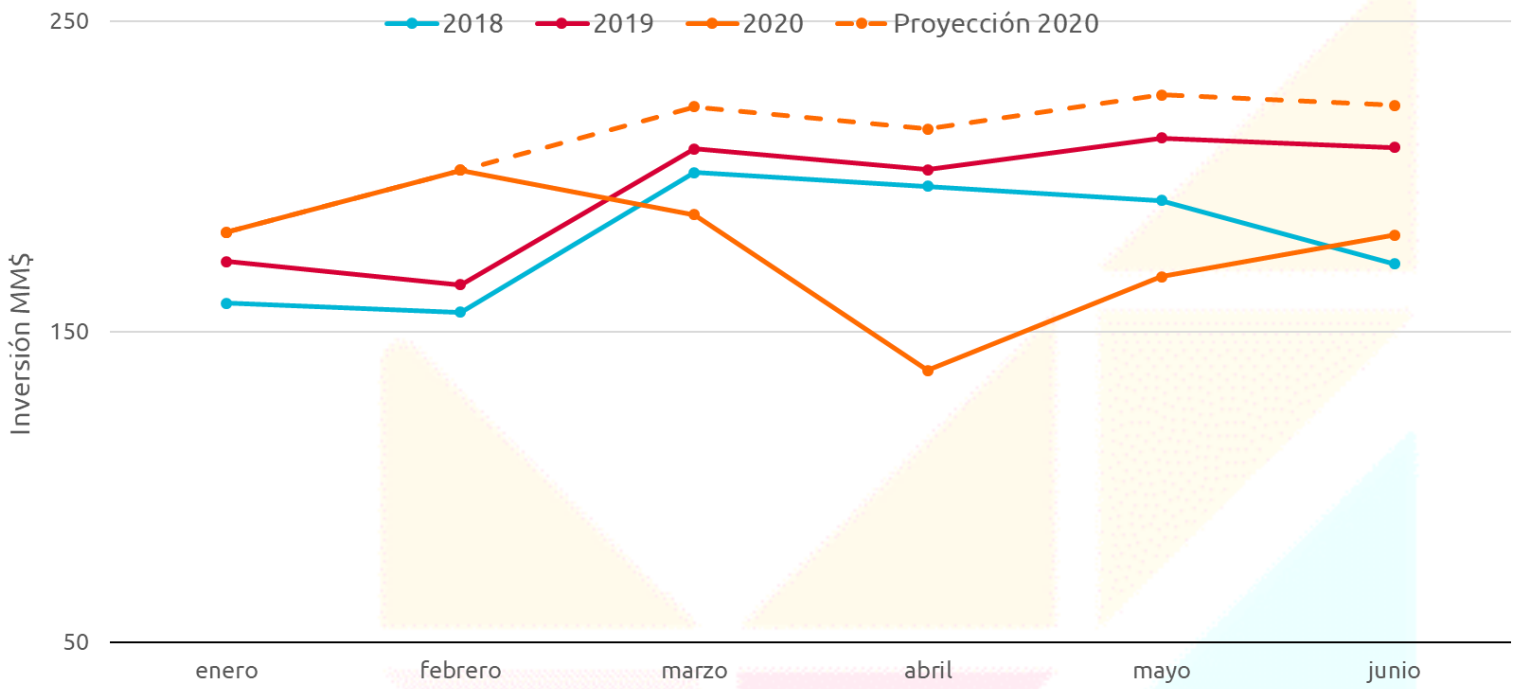
El medio Tv Abierta muestra un 3,1% más inversión publicitaria entre las quincenas de junio, crecimiento que se ha mantenido desde la segunda quincena de abril. A nivel detallado, considerando el mismo periodo de variación quincenal para el mes de junio, los canales TV+, TVN, 13 y Chilevisión aumentaron su inversión publicitaria mientras que, los canales Mega y La Red disminuyeron la inversión.

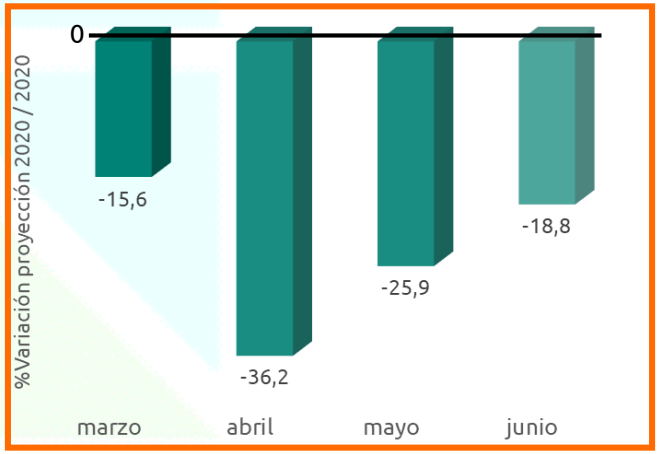
$$inversión\ \frac{Q_2}{Q_1}\ junio =$$

la red < MEGA < Chile Visión < 13 < TVN < TV+

- → +

EFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA

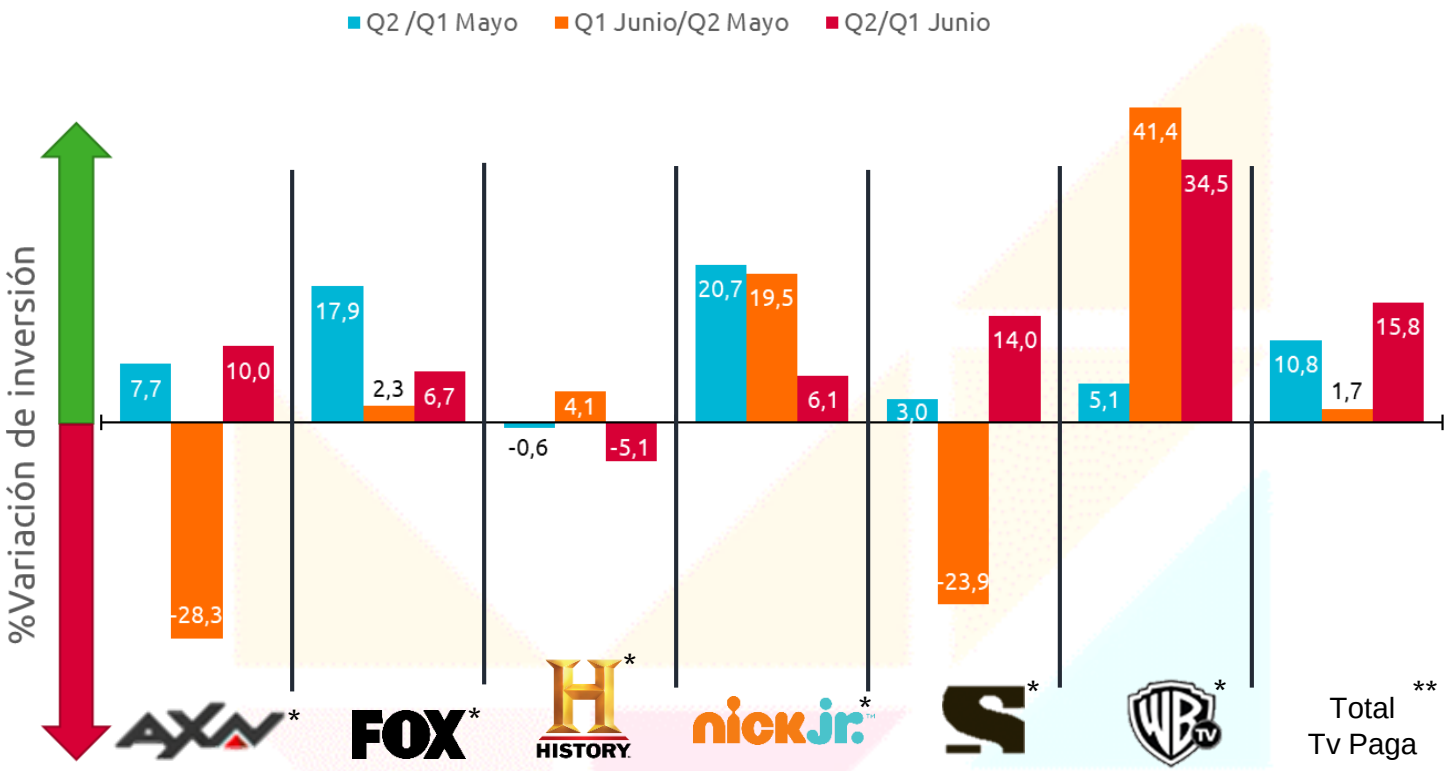




Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

Inversión publicitaria quincenal

01 de mayo – 30 de junio



Al igual que Tv Abierta, el medio Tv Paga también muestra un aumento sostenido en inversión publicitaria desde la segunda quincena de abril, el cual se resume en un15,8 % de aumento entre las quincenas de junio.
De los canales graficados, sólo History disminuye su inversión en un -5,1 % entre la primera y segunda quincena de junio, mientras que Warner continua en el tope del aumento en inversión con 34,5% más para el mismo periodo.

$$inversión\ \frac{Q_2}{Q_1} junio =$$

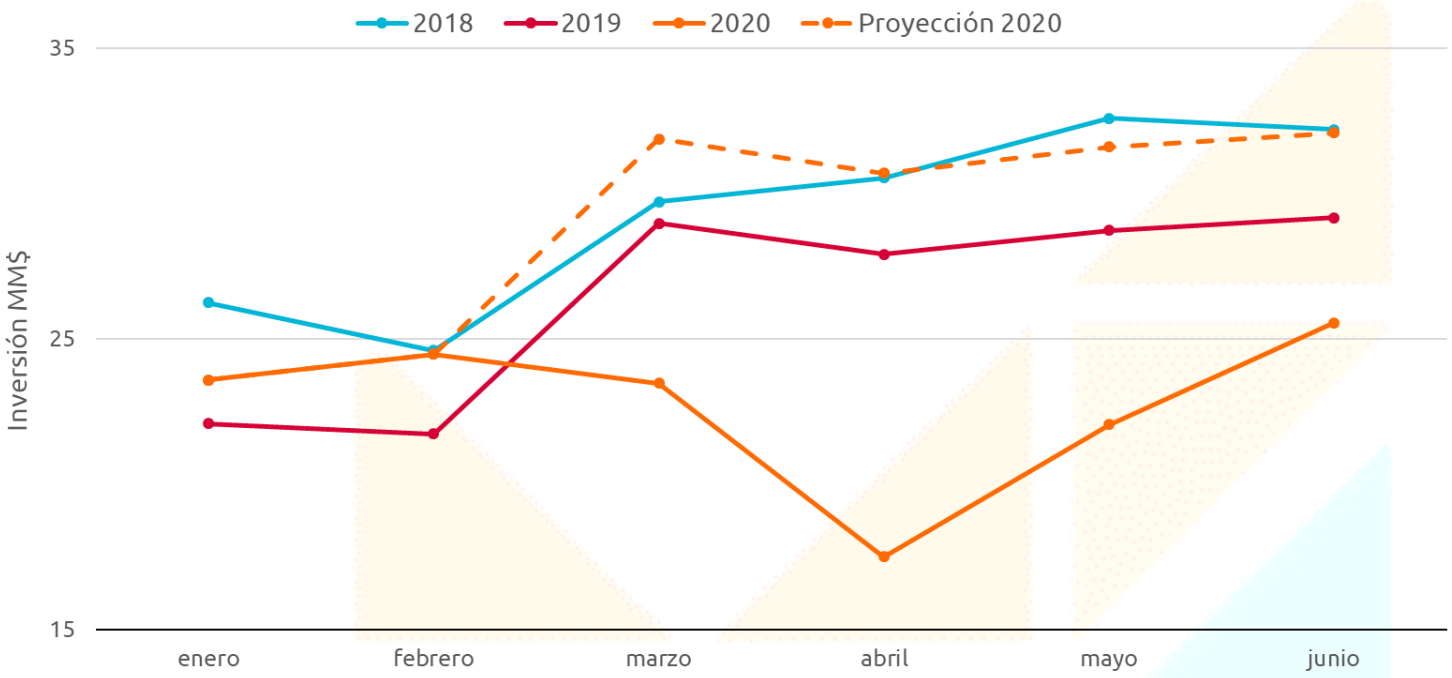
HISTORY < nick jr. < FOX < AXN < S < WB TV

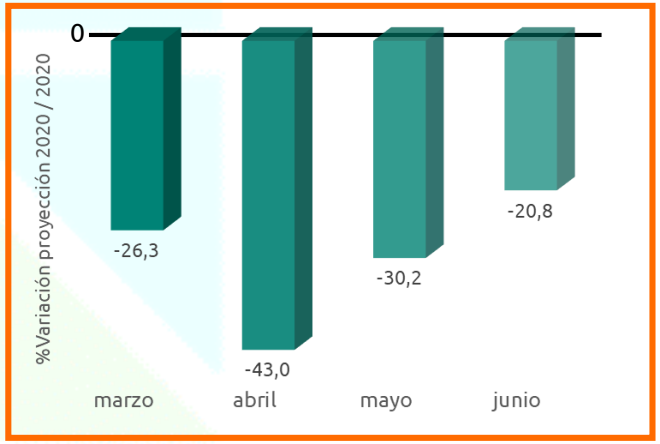
\- +

**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.*

Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

EFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA

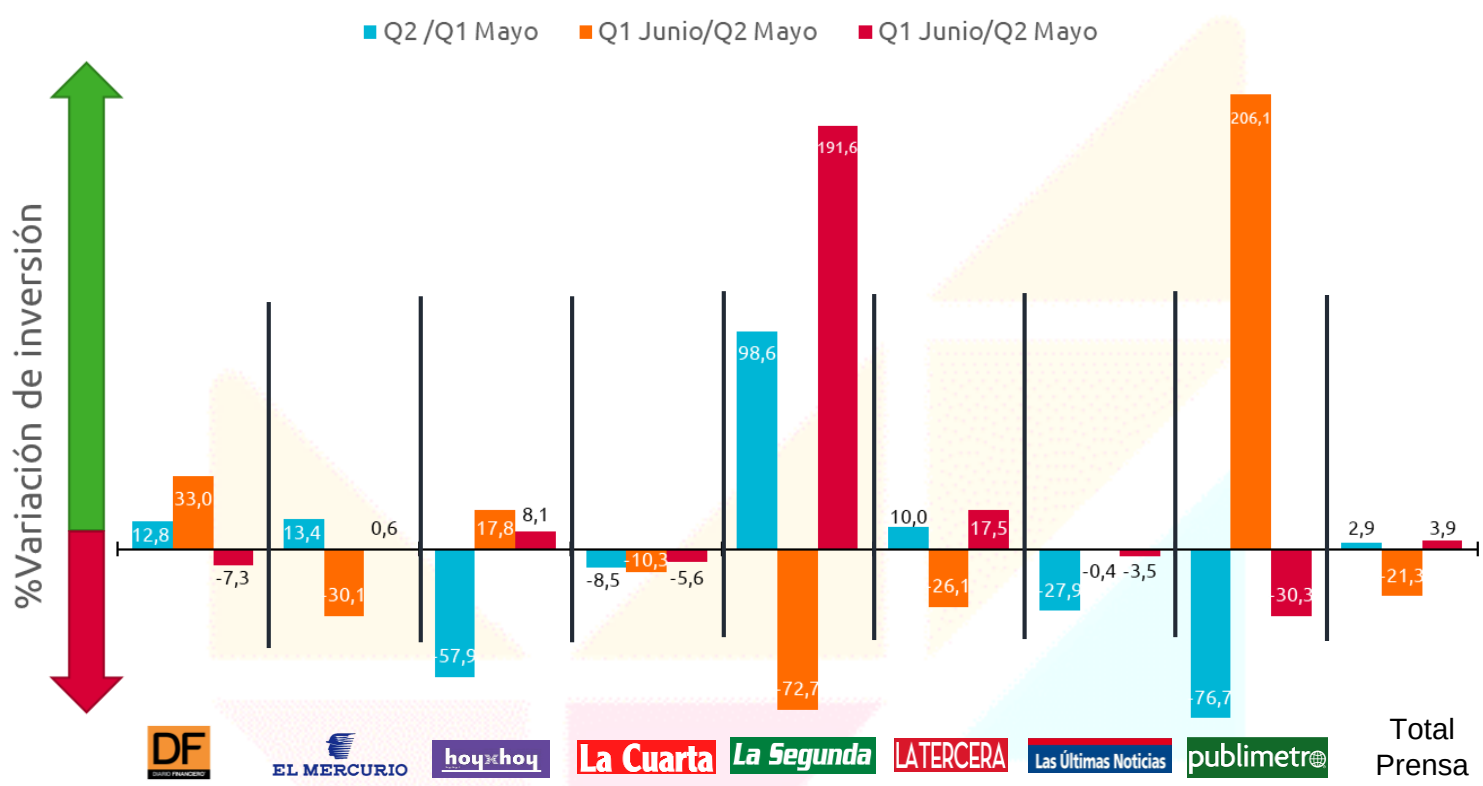




Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

Inversión publicitaria quincenal

01 de mayo – 30 de junio



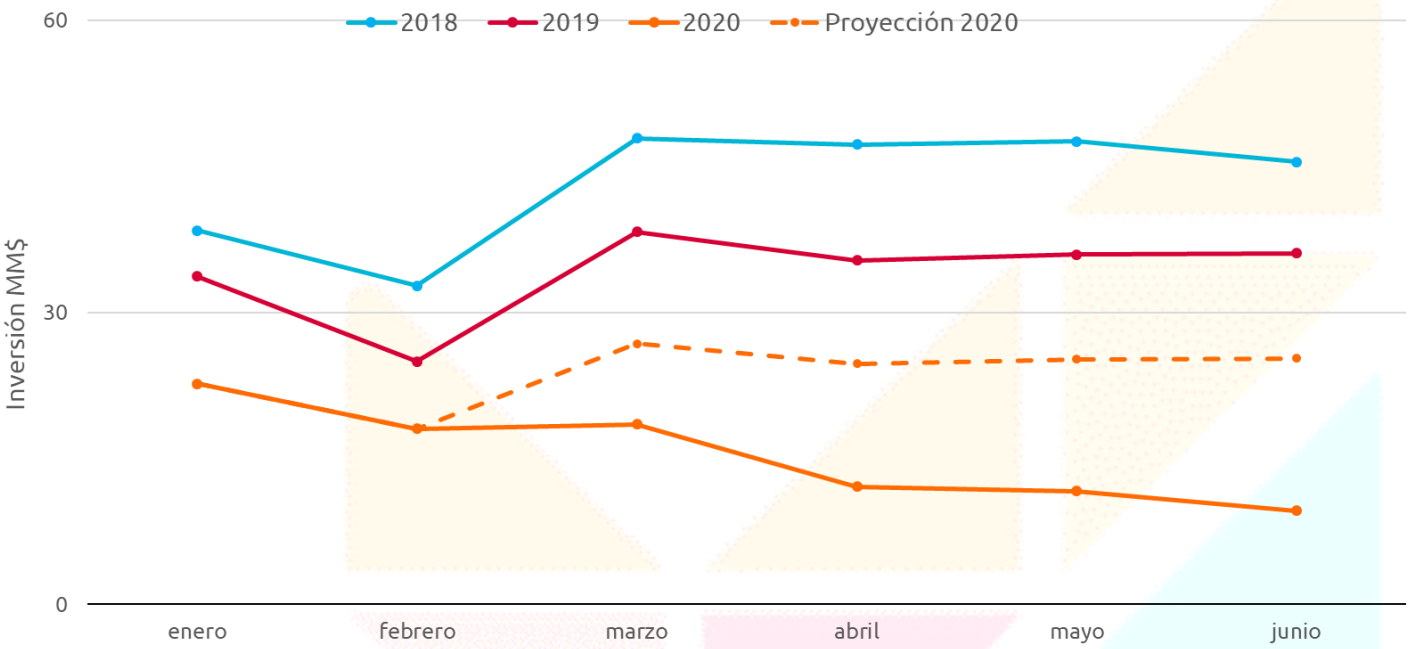
Prensa muestra un aumento de 3,9 % más de inversión publicitaria entre la segunda y la primera quincena del mes de junio, siendo los diarios La Segunda, La Tercera, Hoy x Hoy y El Mercurio aquellos con aumento de inversión, en contraposición con los diarios Las Ultimas Noticias, La Cuarta, Diario Financiero y Publimetro aquellos que disminuyen su inversión publicitaria en el mismo periodo.

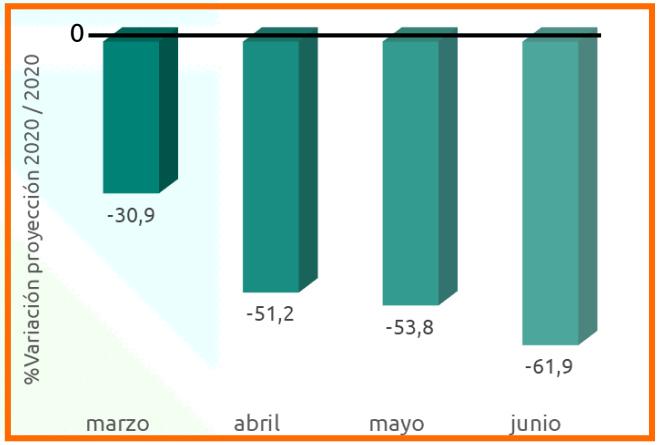
$$inversión\ \frac{Q_2}{Q_1}\ junio =$$

publimetro < DF < La Cuarta < Las Últimas Noticias < EL MERCURIO < hoyxhoy < LATERCERA < La Segunda

Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

EFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA

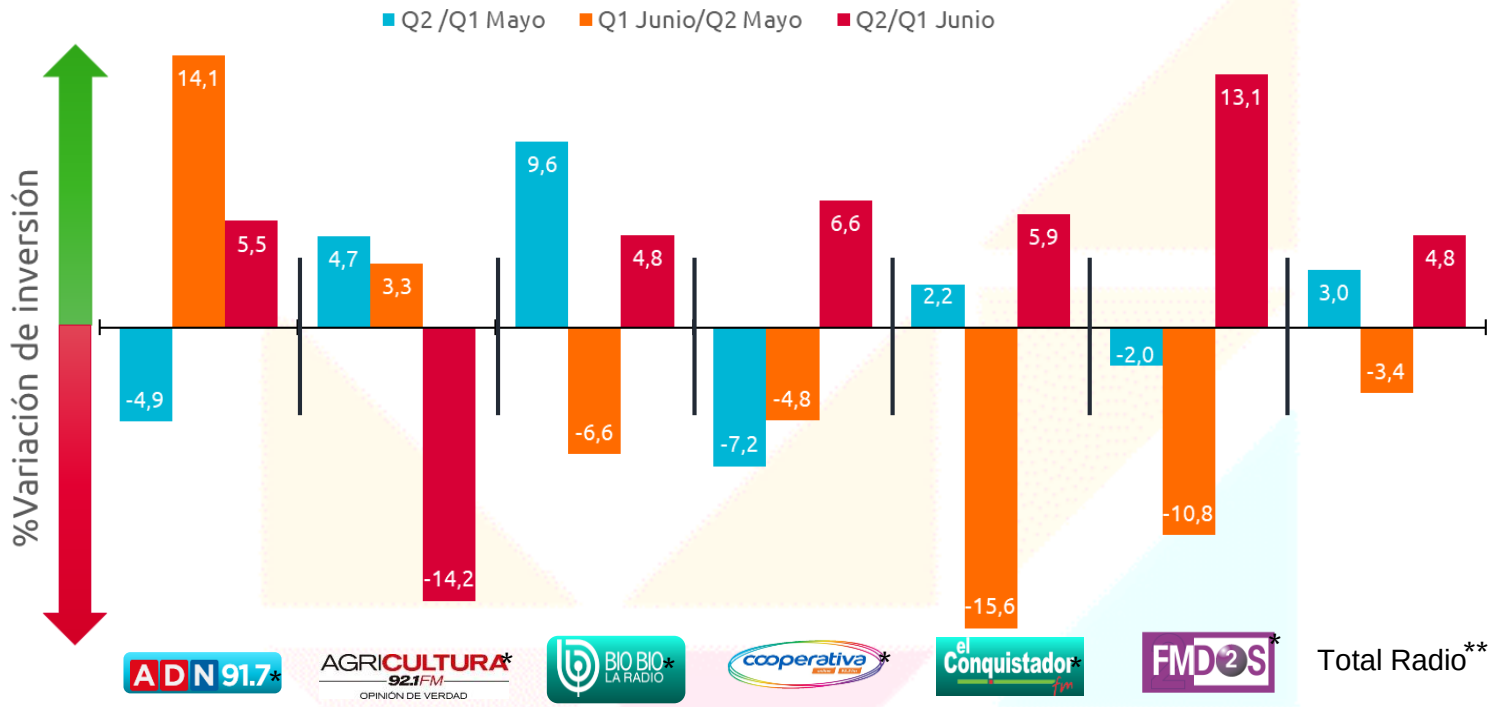




Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

Inversión publicitaria quincenal

01 de mayo – 30 de junio



Radio muestra un aumento de 4,8% en inversión publicitaria para la segunda quincena de junio con relación a la primera quincena del mismo mes, siendo la radio Agricultura la única radio que disminuyó su inversión publicitaria (-14,2%), mientras que las otras cinco radios consideradas aumentaron su inversión en proporciones variables, para el mismo periodo considerado.

$$inversión\ \frac{Q_2}{Q_1}\ junio =$$

AGRICULTURA 92.1FM OPINIÓN DE VERDAD < BIO BIO LA RADIO < ADN 91.7 < el Conquistador < cooperativa < FMDOS

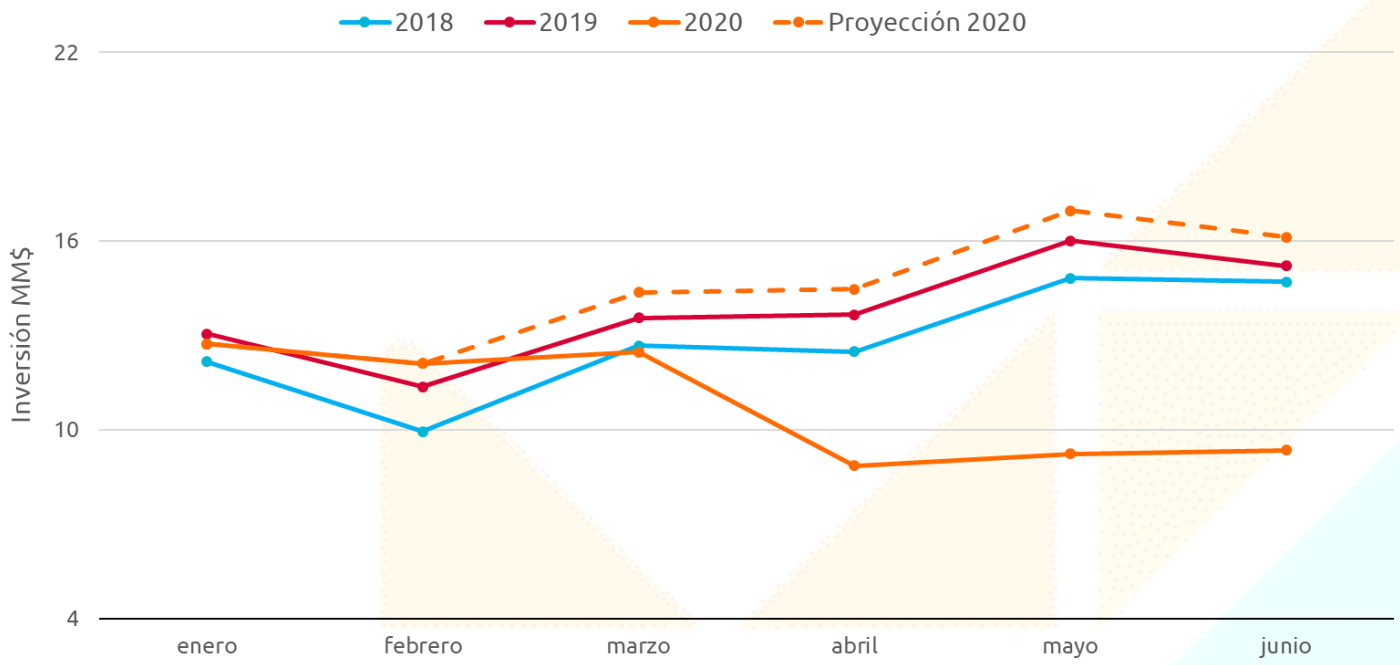
\- → +

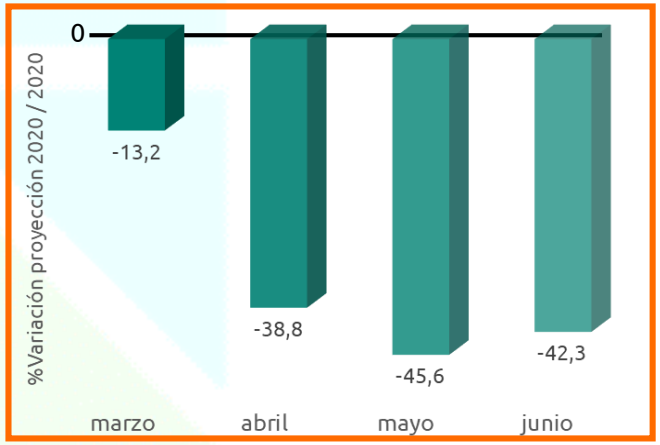
**Se muestran las 6 primeras emisoras de acuerdo al ranking de inversión publicitaria .*

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

Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

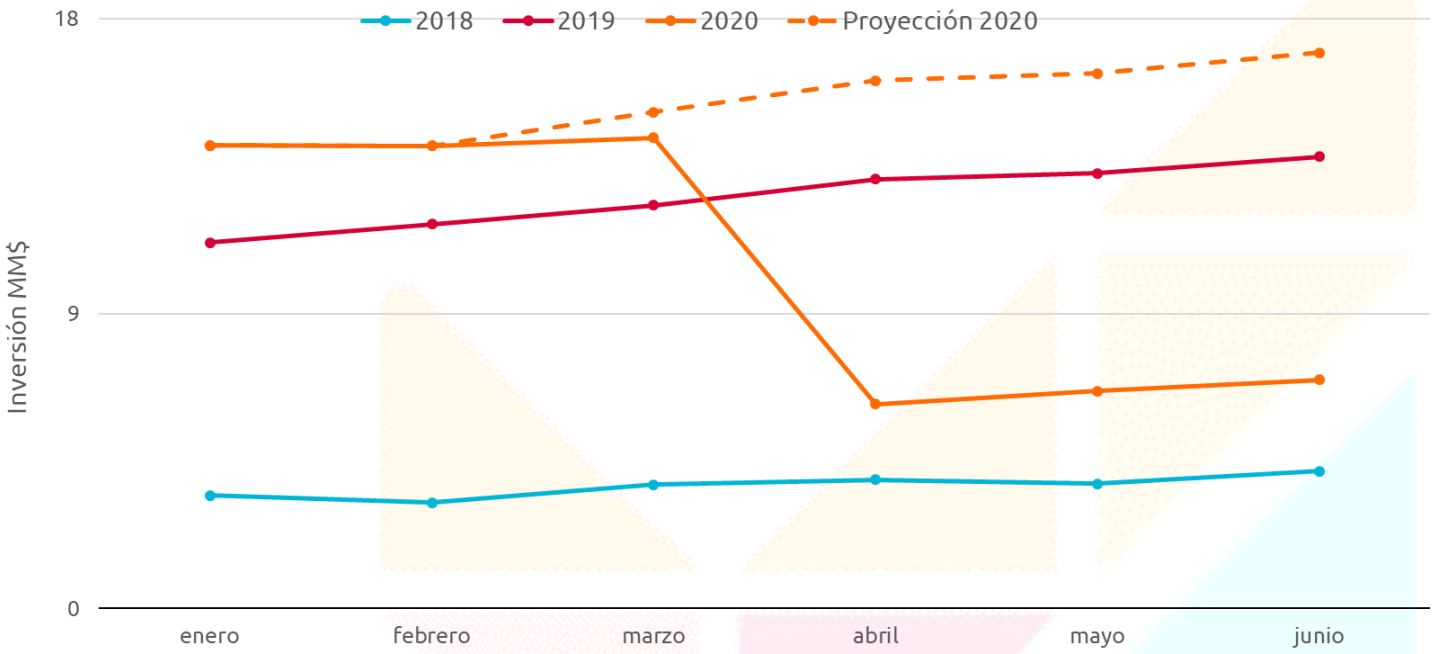
EFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA

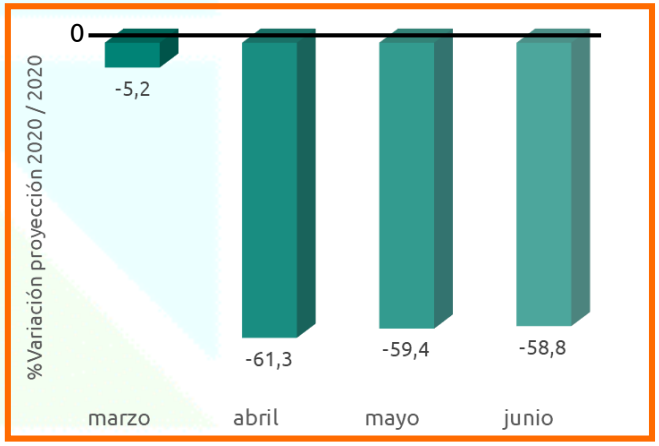




Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

EFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA

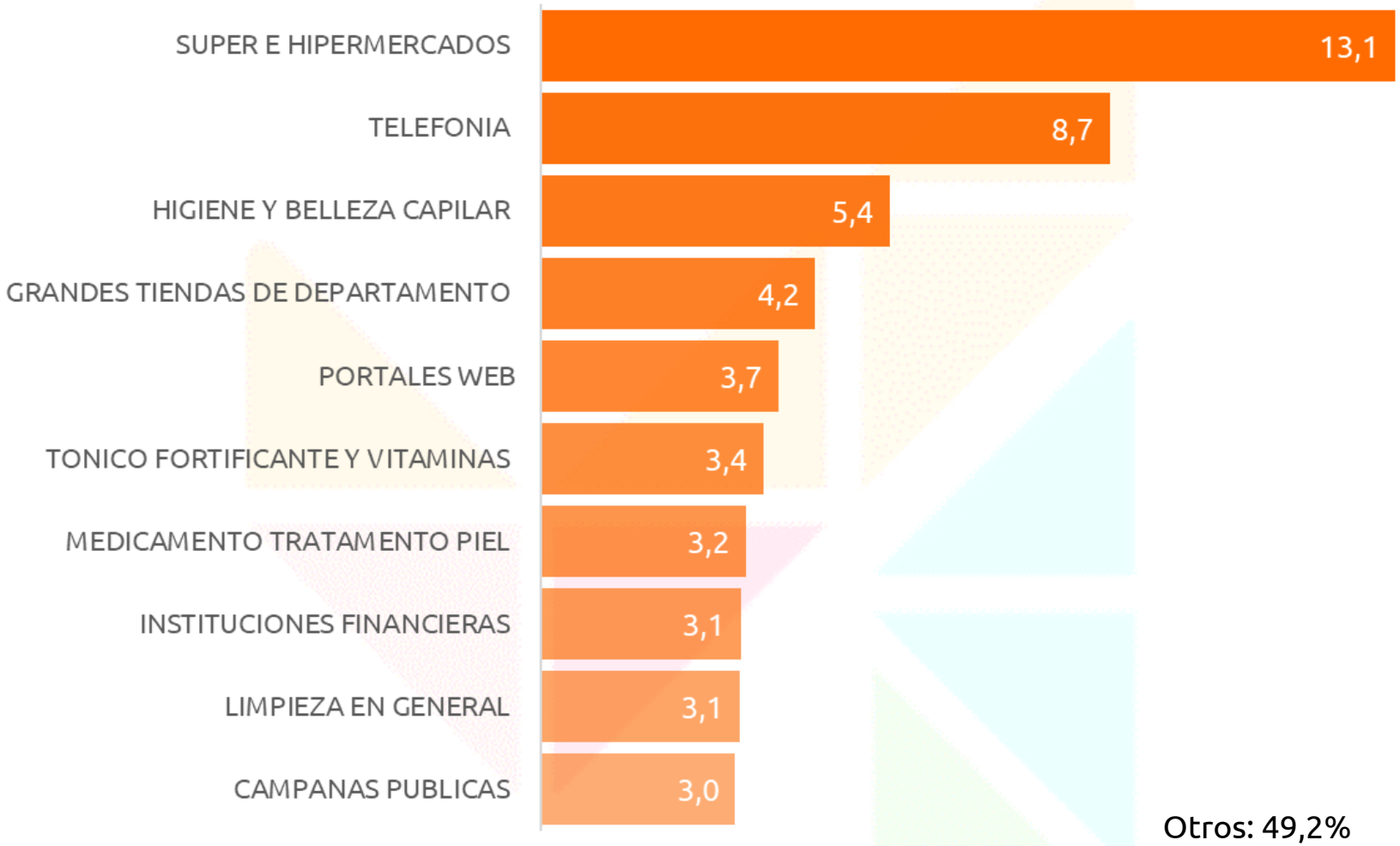




Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

Top 10 inversión Rubros

Junio

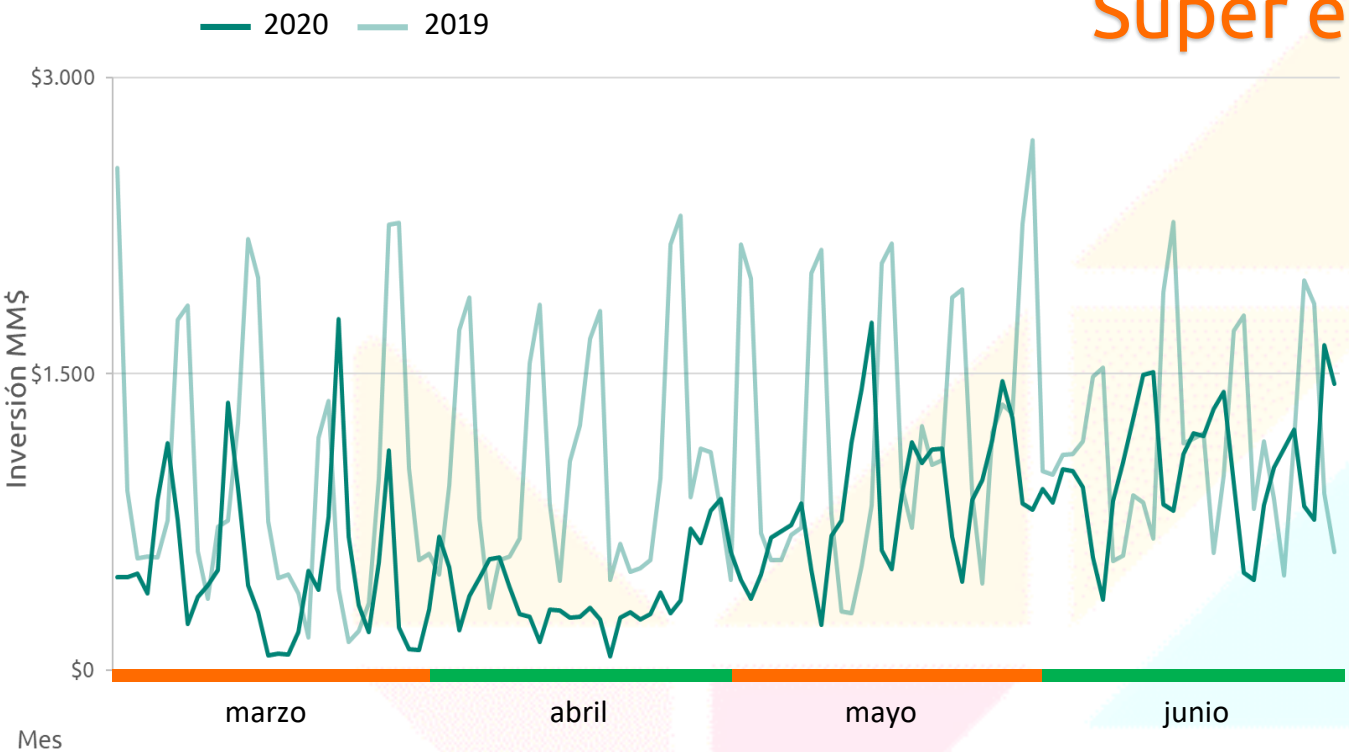


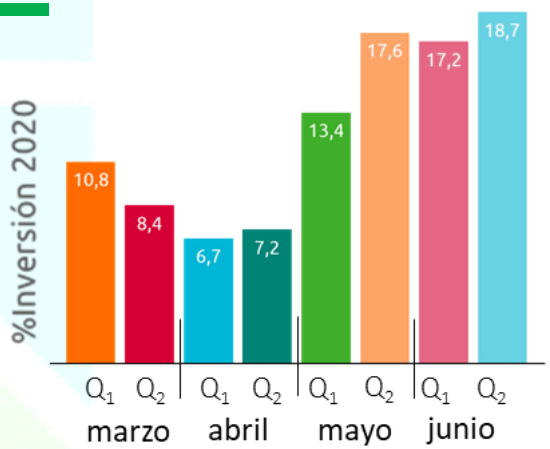
Otros: 49,2%

Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

Super e Hipermercados



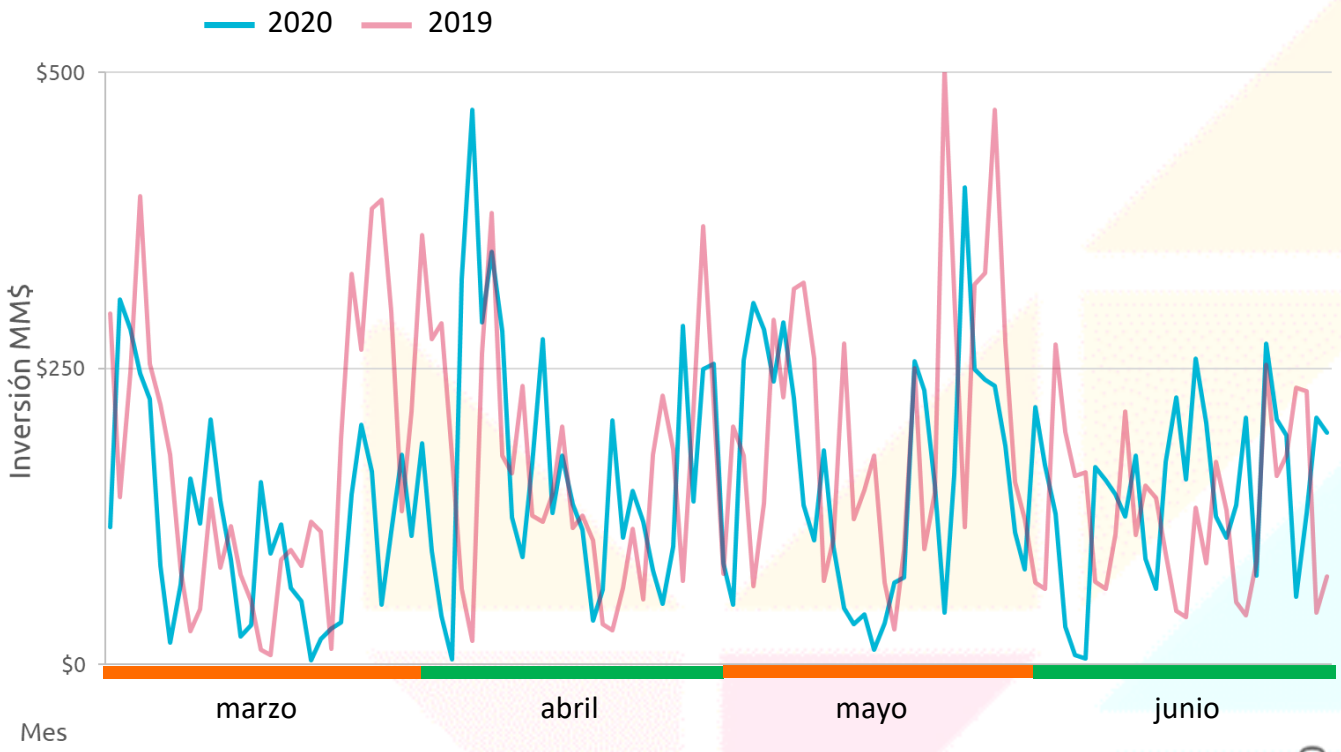


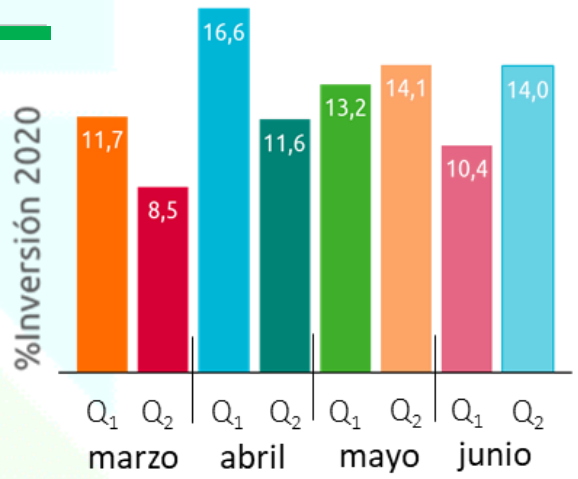
Av. Pedro de Valdivia 858, Providencia hola@megatime.cl +562 2956 3600

Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

Farmacias y Perfumerías

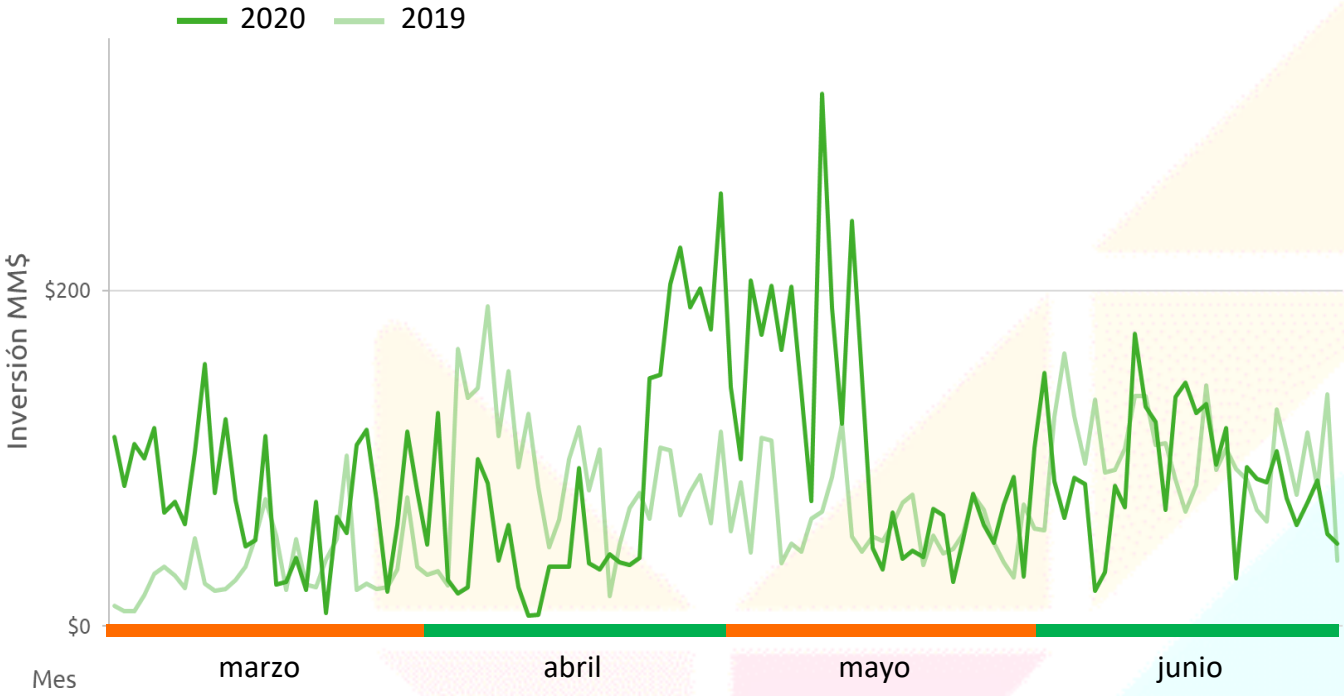


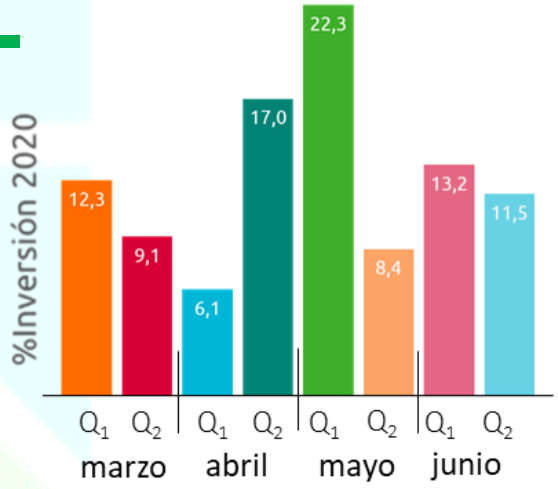


Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

Servicios de Salud

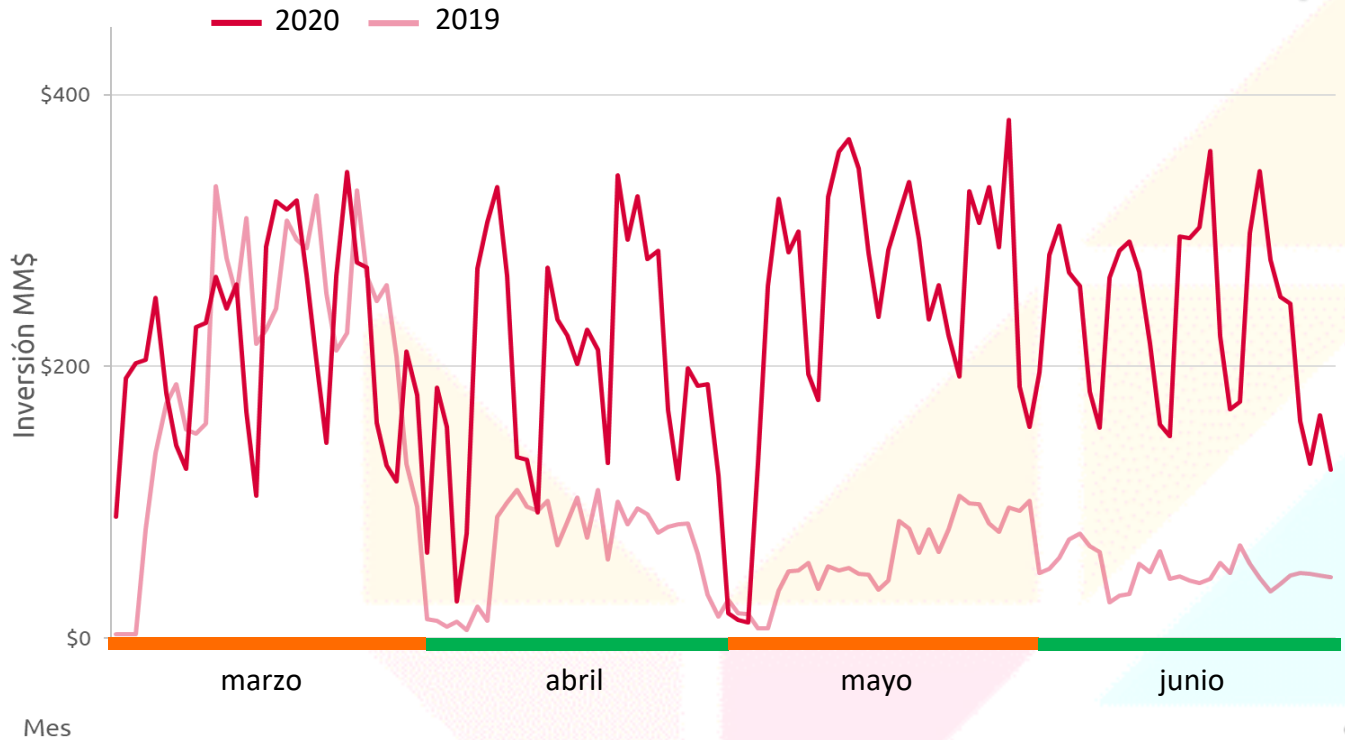


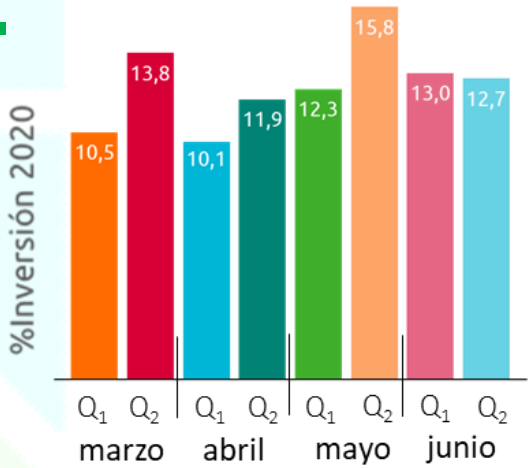


Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

Limpieza en General

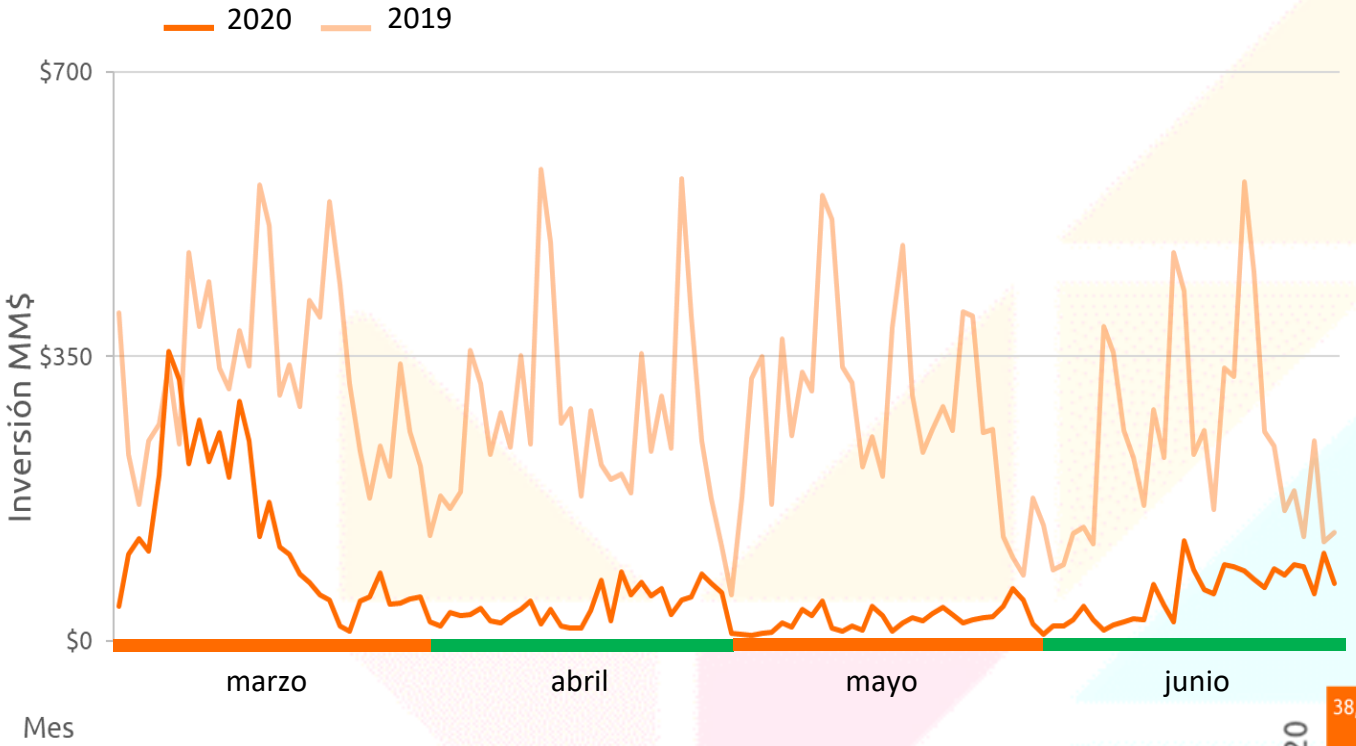


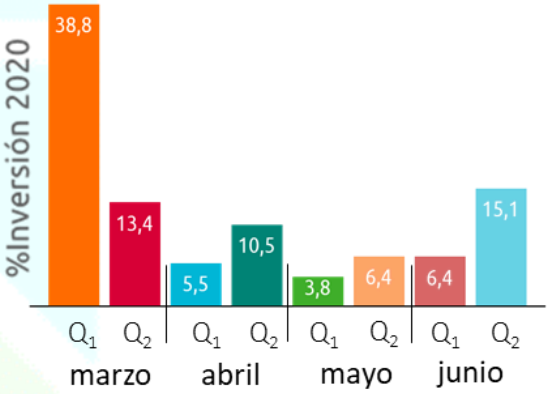


Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

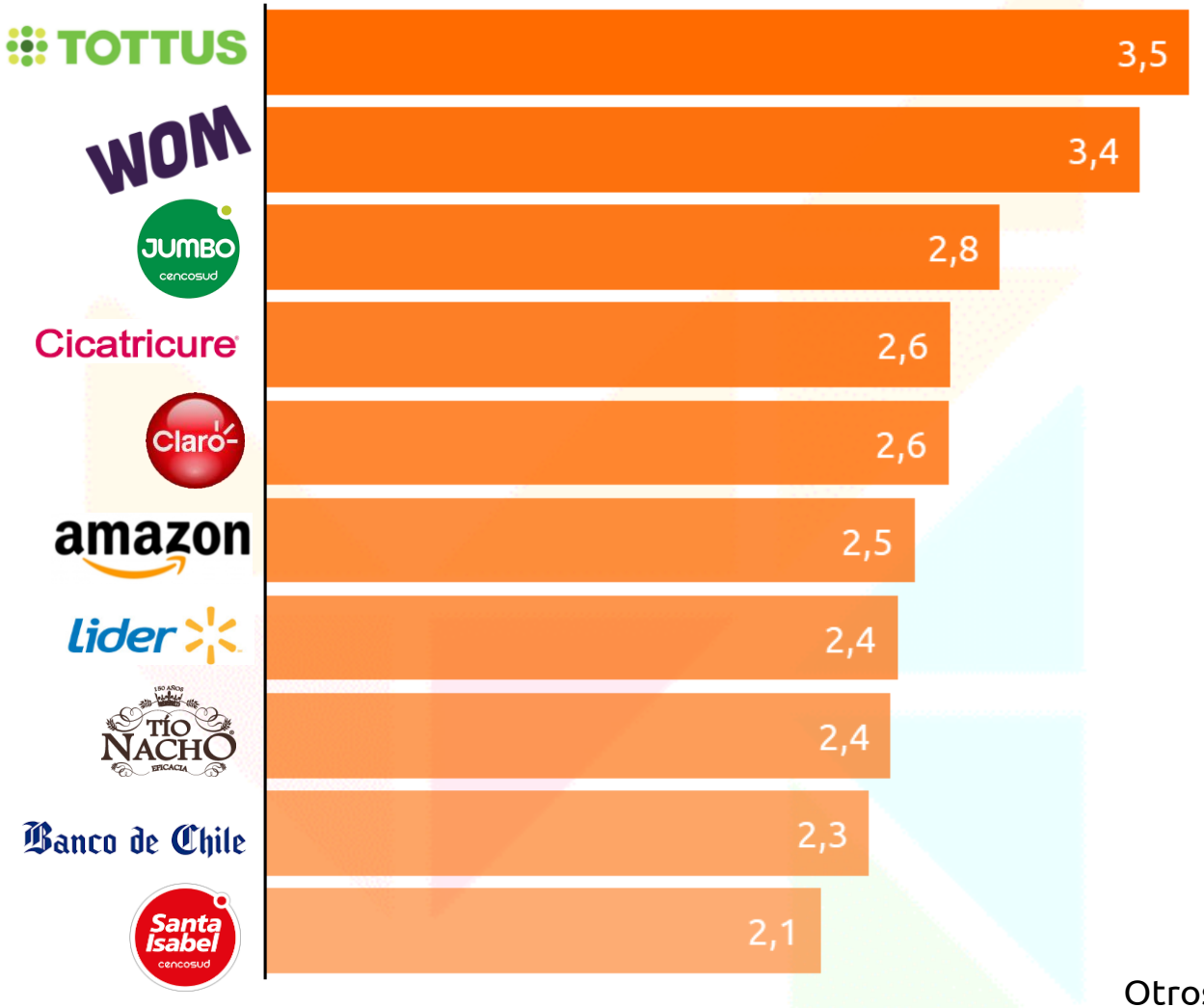
Vehículos de Pasajeros





Top 10 inversión Marcas

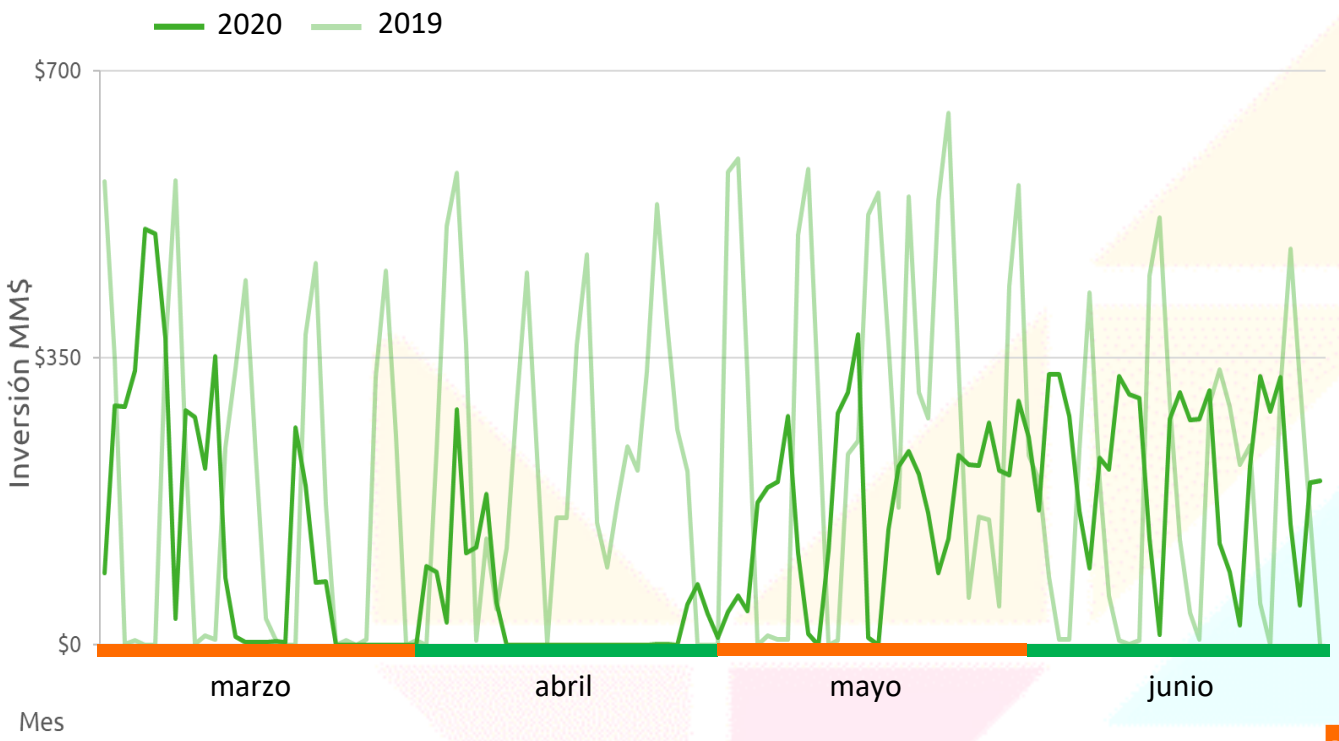
Junio

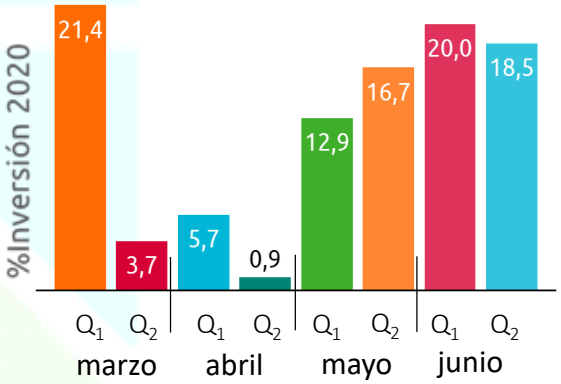


Otros: 73,3%

Evolución inversión publicitaria

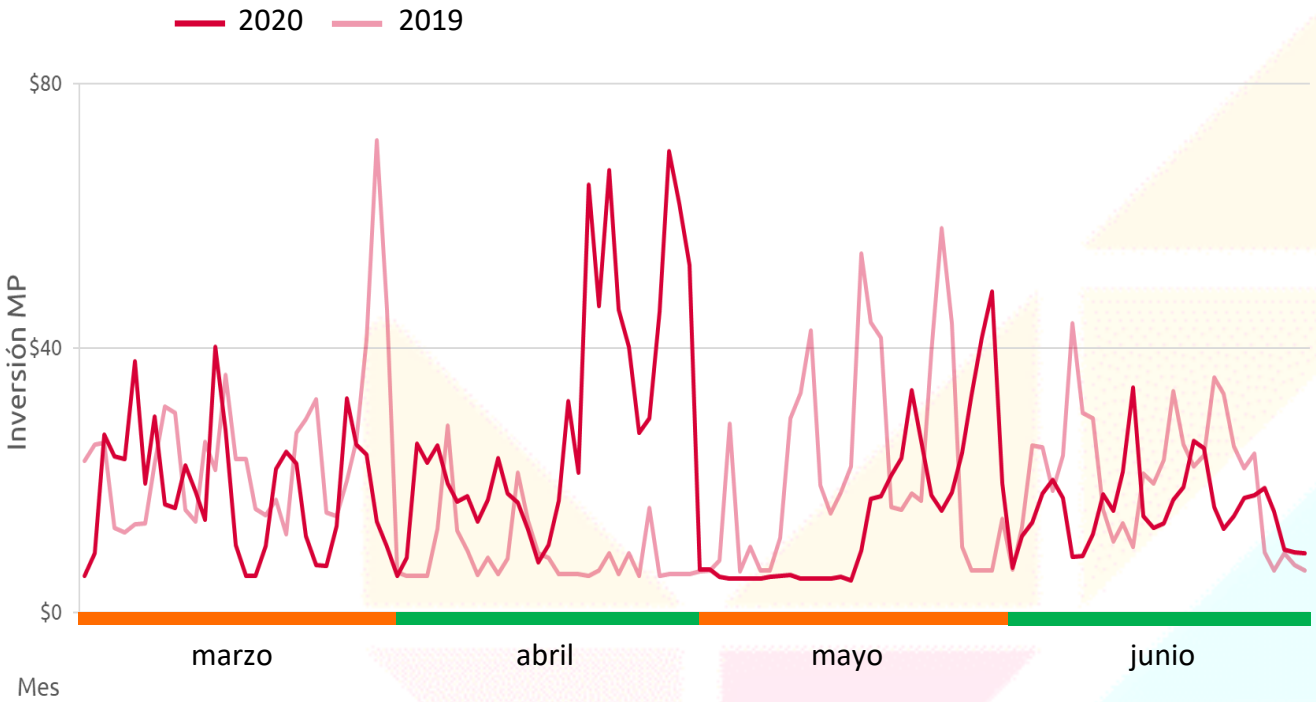
Por marca

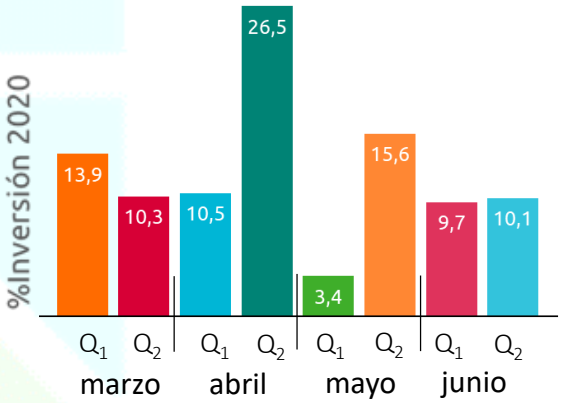




Evolución inversión publicitaria

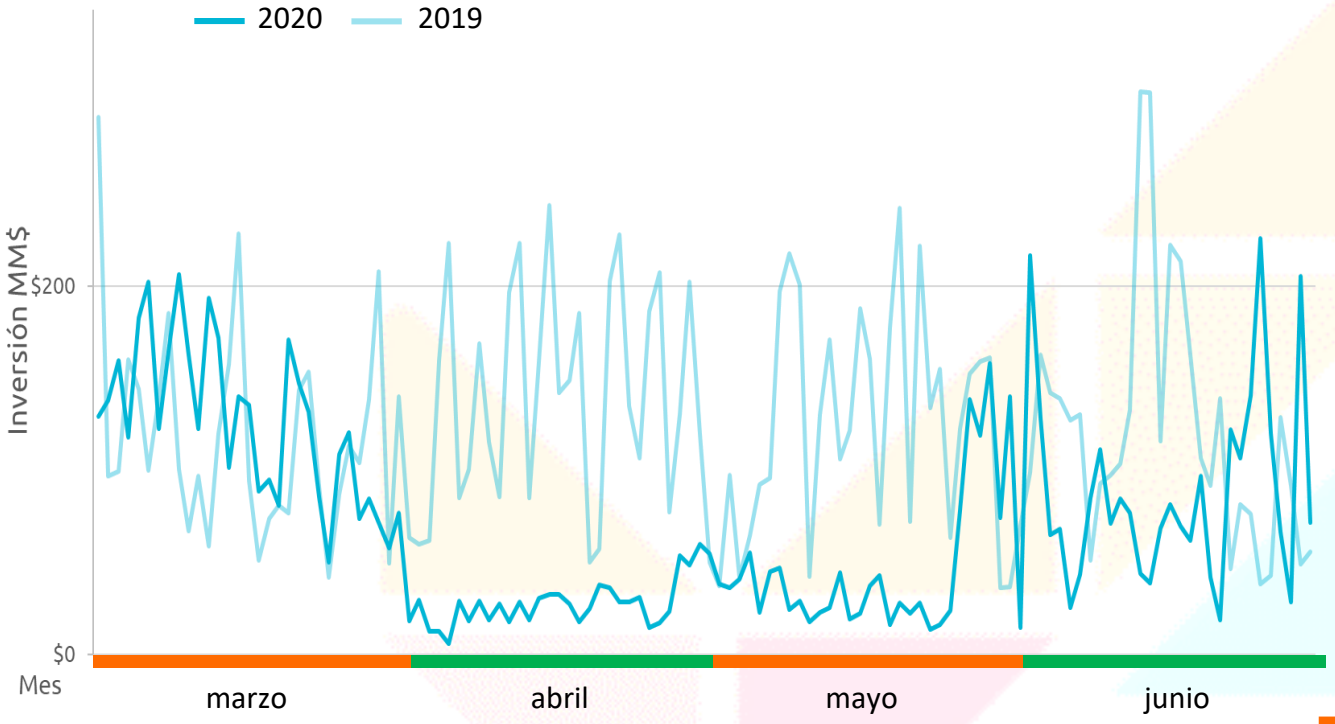
Por marca

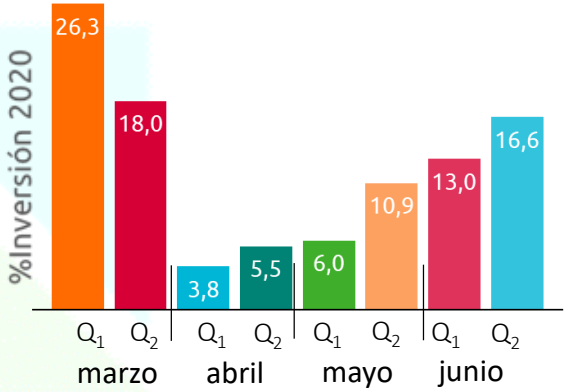




Evolución inversión publicitaria

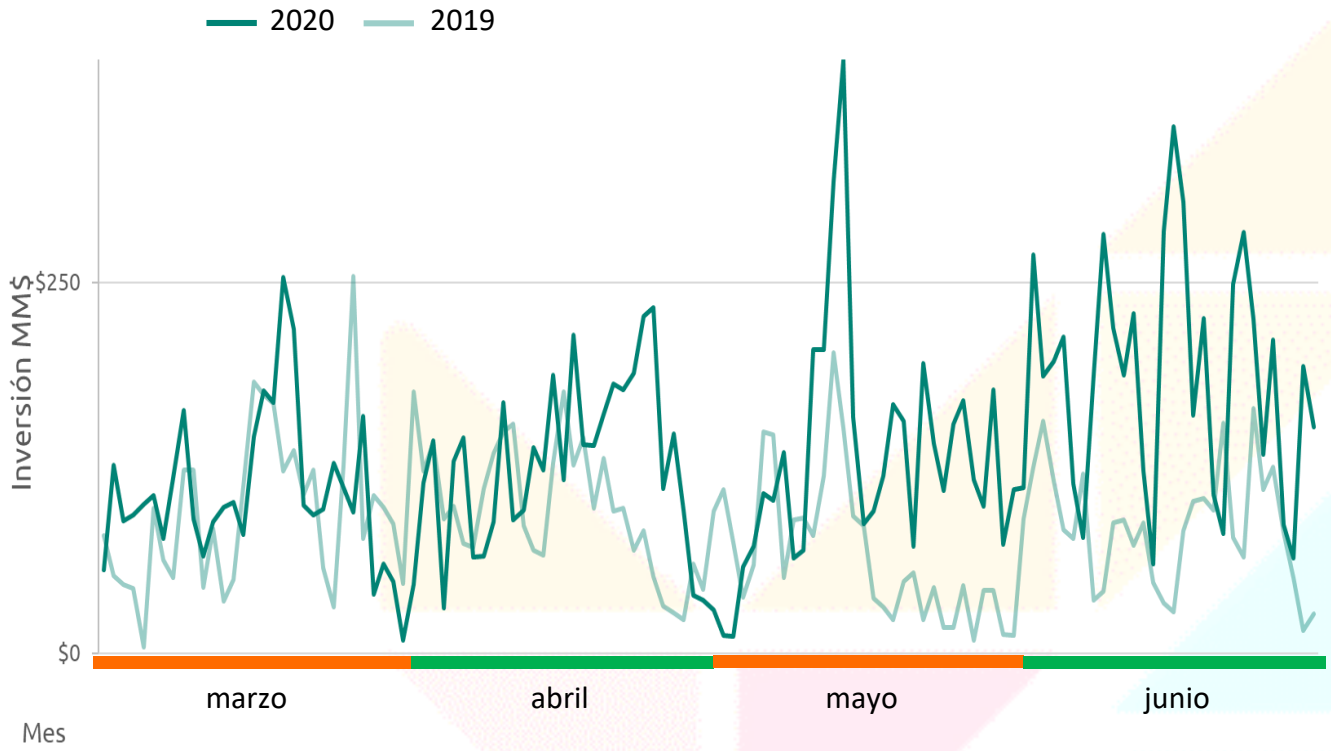
Por marca

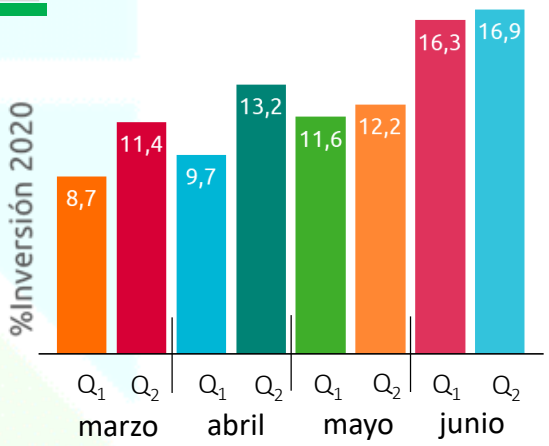




Evolución inversión publicitaria

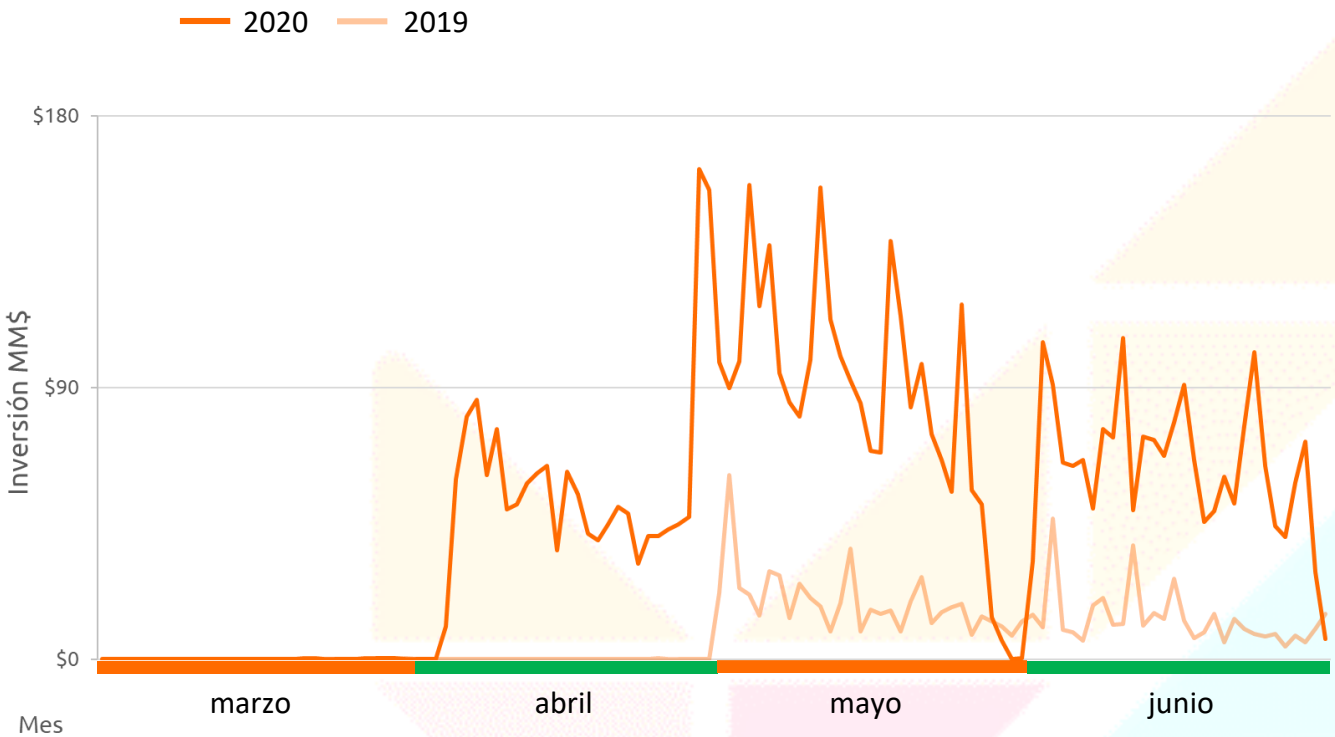
Por marca

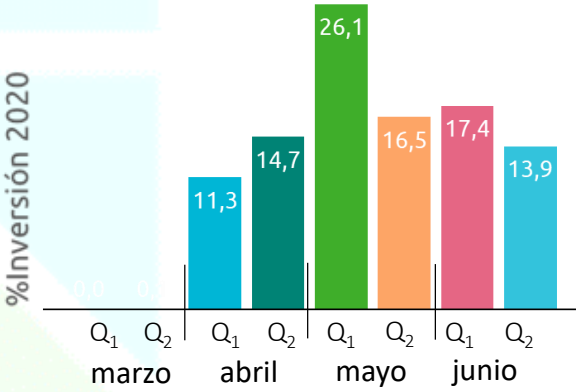




Evolución inversión publicitaria

Por marca





Megatime

Quédate en casa, estamos junto a ti

¿Deseas conocer más estudios como este?

megatime.cl/blog

hola@megatime.cl

megatimegroup

Las tarifas utilizadas para la valorización son las tarifas lista entregadas por cada uno de los medios, estás no contemplan ningún descuento ni bonificación ya que desconocemos las negociaciones.