

Evolución de la industria publicitaria

en tiempos de **COVID-19**

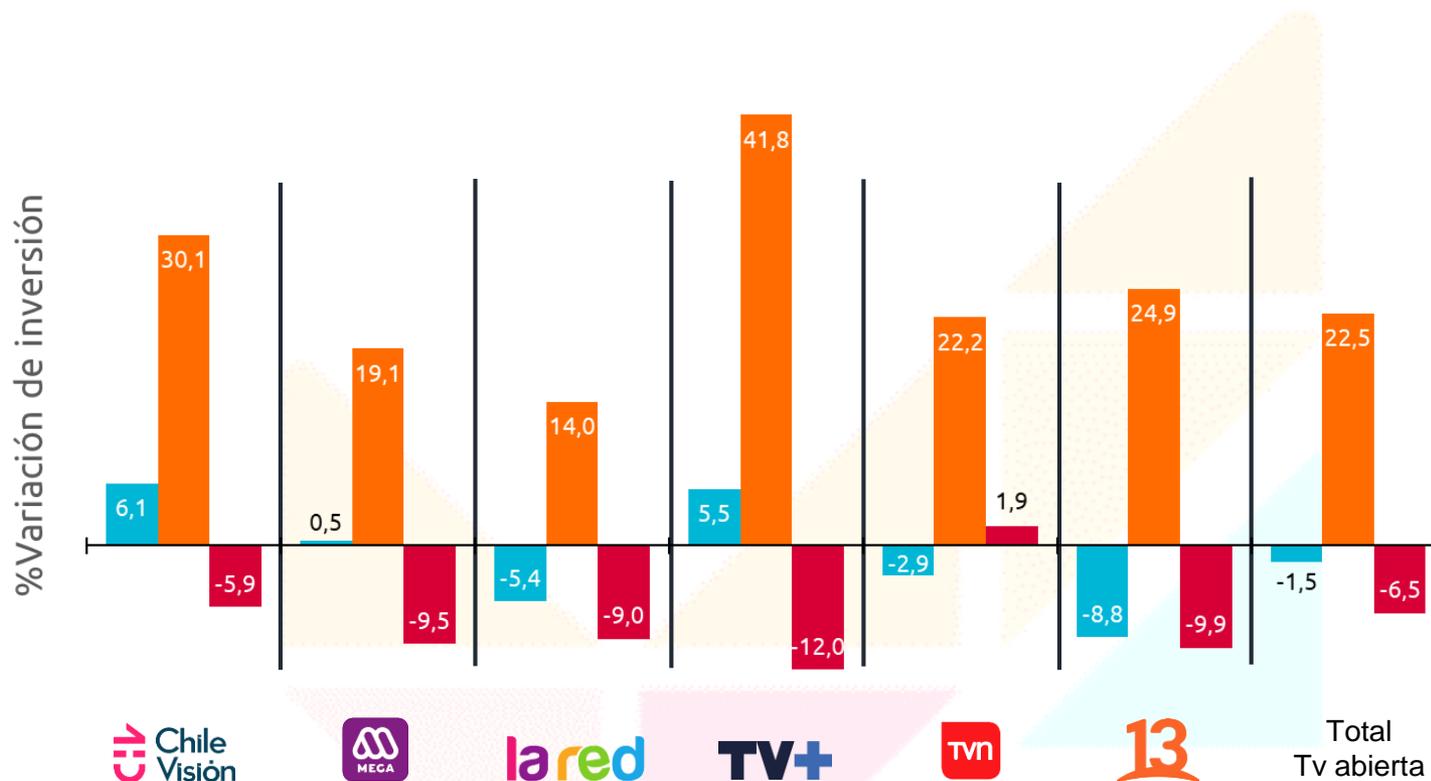
Actualizado al 15 de agosto



Inversión publicitaria quincenal

15 de junio– 15 de agosto

■ Q1 Julio/Q2 Junio ■ Q2/Q1 Julio ■ Q1 Agosto/Q2 Julio



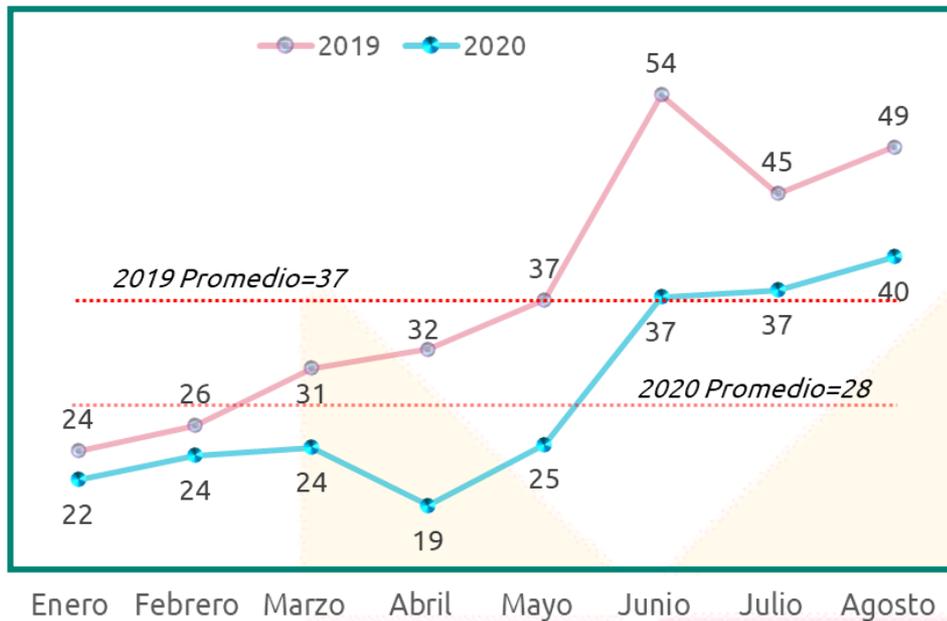
Tv Abierta disminuye su inversión publicitaria durante el periodo comparativo entre la primera quincena de agosto y la segunda quincena de julio. Esto es consecuencia de que todos los canales de Tv Abierta a excepción de TVN disminuyeron su inversión publicitaria en el periodo descrito.

$$\text{inversión} \frac{Q_1 \text{ agosto}}{Q_2 \text{ julio}} = \text{TV+} < \text{13} < \text{MEGA} < \text{la red} < \text{Chile Visión} < \text{TVN} \rightarrow +$$

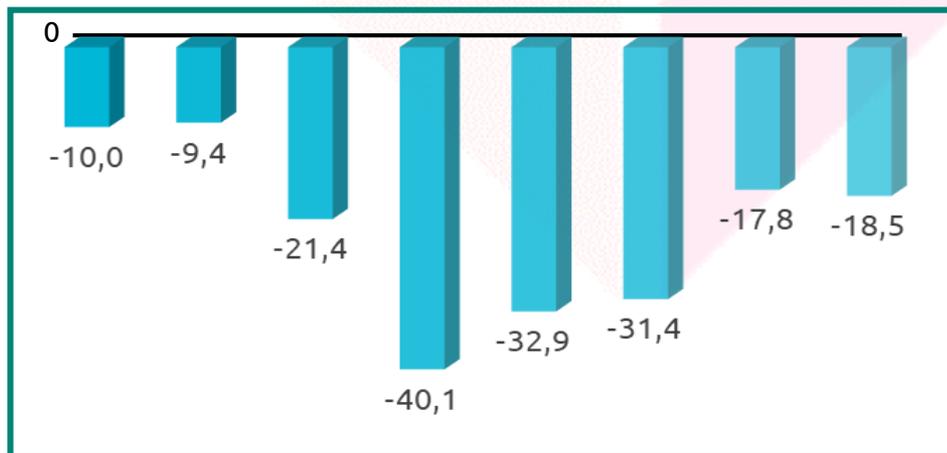
PROMEDIO DE AVISOS NUEVOS DIARIOS POR MES



Promedio de avisos (diario por mes)



% Variación 20/19



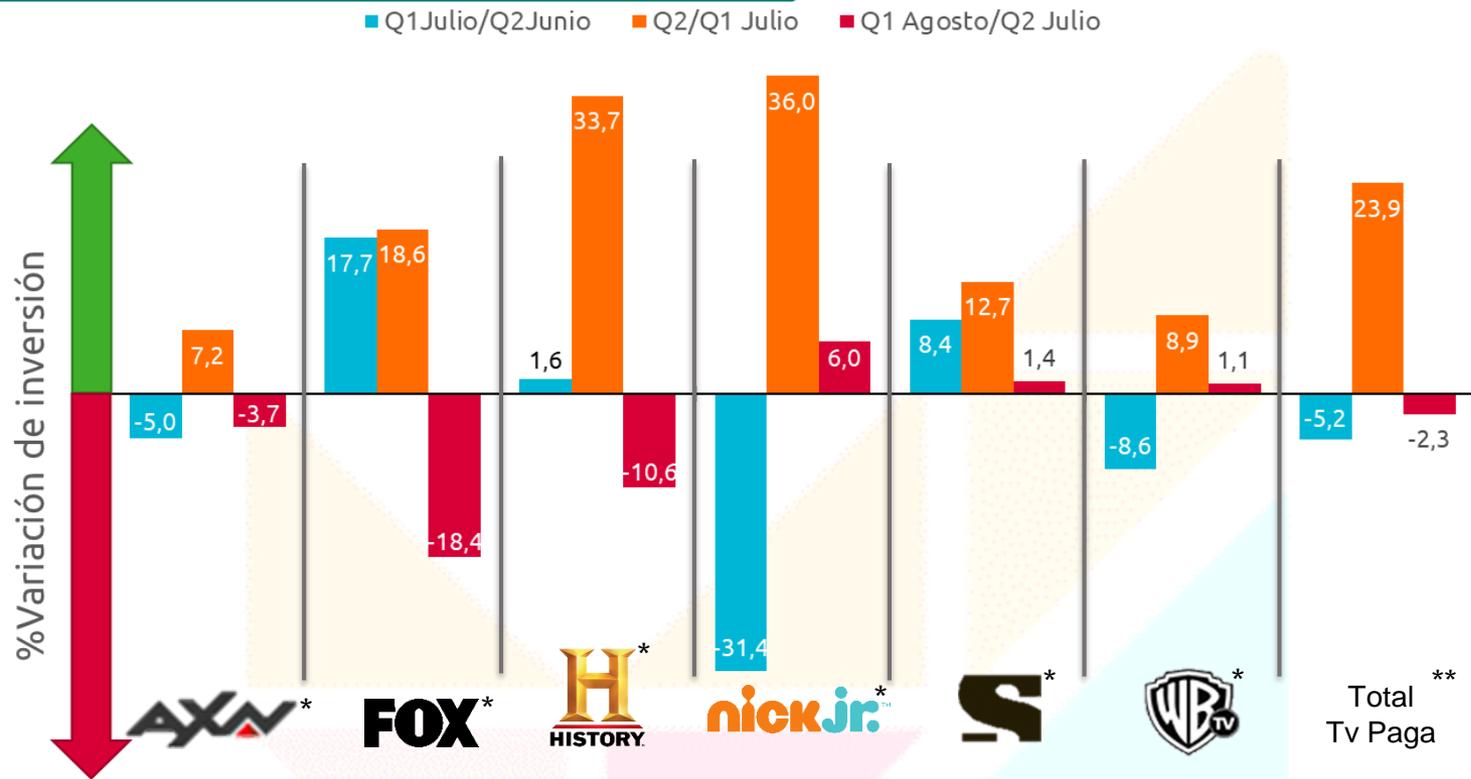
La cantidad de avisos nuevos diarios por mes en Tv Abierta entre enero y abril 2020, muestra una pérdida de -9,4 a -40,1% en comparación al mismo periodo 2019.

Con relación a la máxima diferencia vista en el mes de abril, a partir de mayo 2020 la disminución de avisos diarios por mes con respecto a 2019 comienza progresivamente a recuperarse.

Obteniéndose un promedio de 28 avisos nuevos diarios por mes en el periodo 01 de enero – 15 de agosto de 2020.

Inversión publicitaria quincenal

15 de junio – 15 de agosto



El medio Tv Paga disminuye en 2,3% la inversión publicitaria en la primera quincena de agosto con relación a la segunda quincena de julio. De los canales considerados en el gráfico, para el referido periodo, solo Nick Jr, Sony y Warner aumentan su inversión publicitaria y lo hacen en 6,0 ; 1,4 y 1,1 % respectivamente.

$$\text{inversión} \frac{Q_1 \text{ agosto}}{Q_2 \text{ julio}} = \text{FOX} < \text{HISTORY} < \text{AXN} < \text{WB} < \text{S} < \text{nick Jr.} >$$

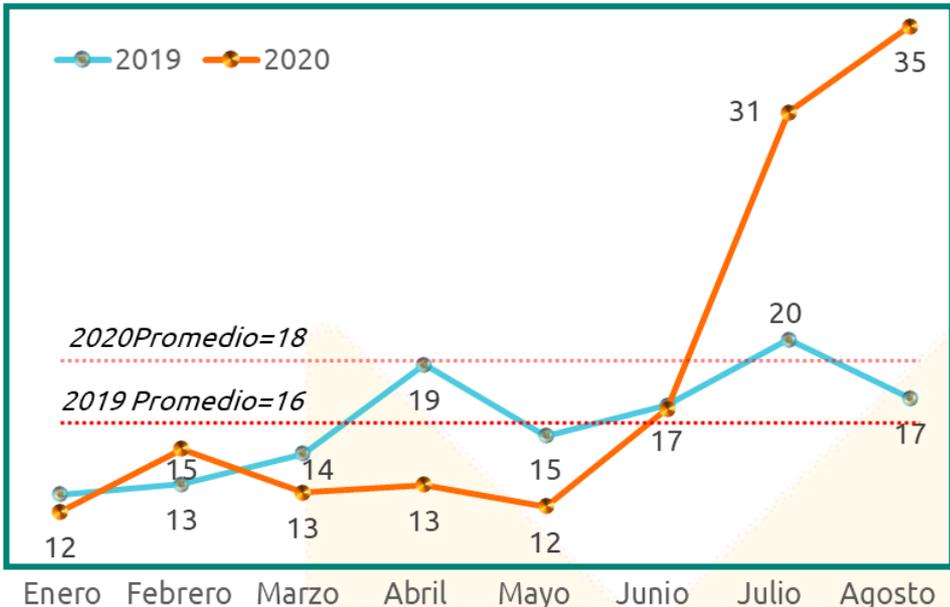
*Se muestran los 6 primeros canales de acuerdo al ranking de inversión publicitaria.

**Corresponde al total general del medio con todos los canales verificados por la empresa.

PROMEDIO DE AVISOS NUEVOS DIARIOS POR MES



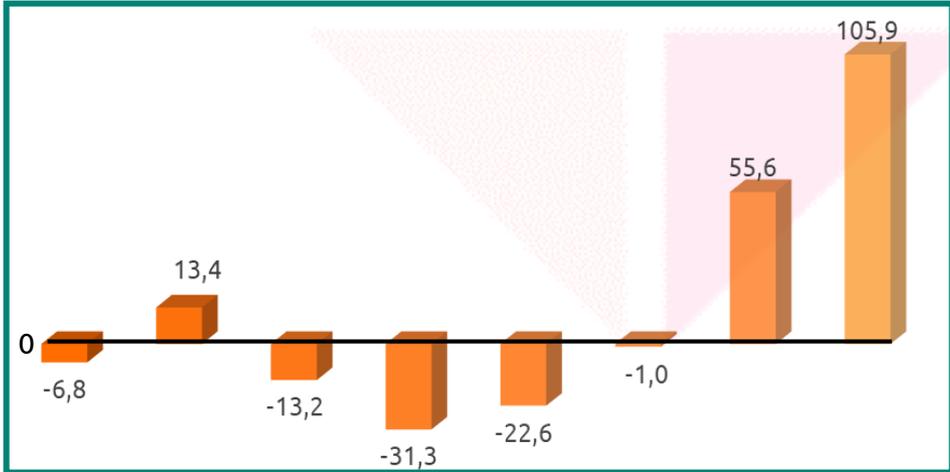
Promedio de avisos (diario por mes)



La cantidad de avisos nuevos diarios por mes en Tv Paga a partir del mes de junio 2020 muestra un incremento progresivo desde 17 hasta 35 avisos por día.

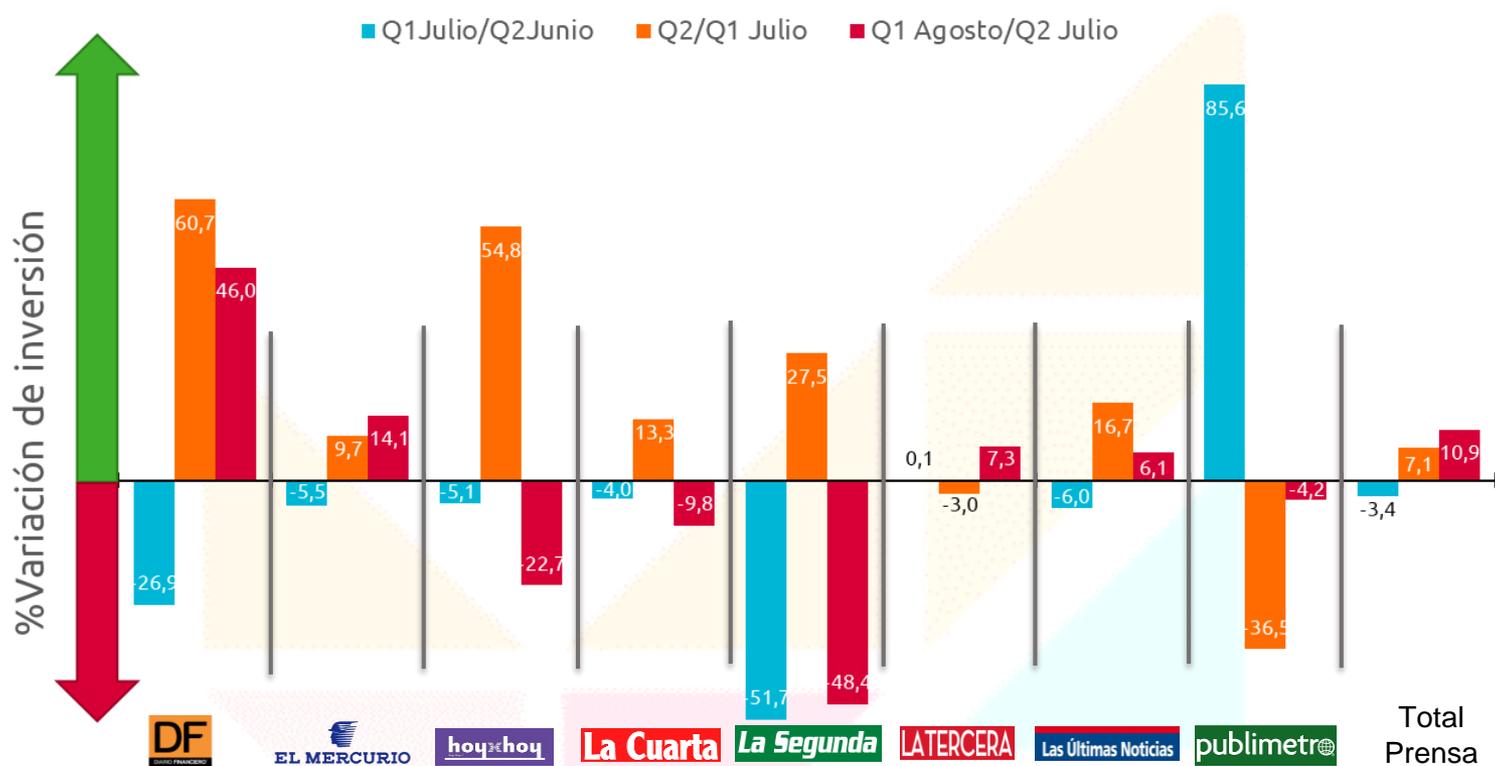
El periodo 01 de enero -15 de julio 2020 aumenta en 2 avisos promedio diarios más con relación al 2019.

% Variación 20/19



El porcentaje de variación entre 2020 y 2019 ubica a los meses de febrero, julio y la primera quincena de agosto 2020 como los periodos con mayor cantidad de avisos nuevos por día.

Inversión publicitaria quincenal 15 de junio – 15 de agosto

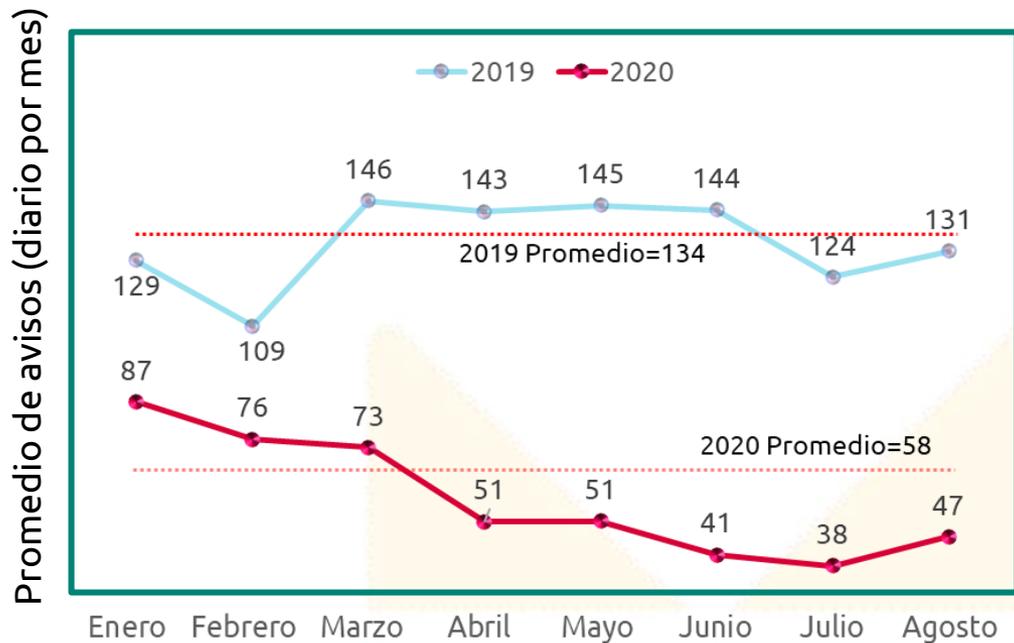


La inversión mostrada entre la primera quincena de agosto presenta un aumento de 10,9% respecto a la inversión obtenida durante la segunda quincena de julio, siendo los diarios Diario Financiero, El Mercurio, La Tercera y Las Últimas Noticias aquellos que aumentan su inversión publicitaria en el referido periodo.

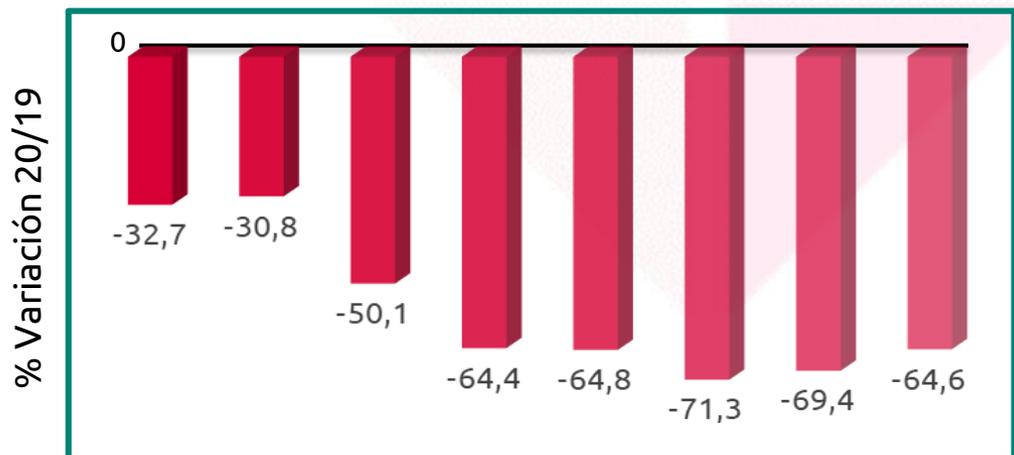
$$\text{inversión} \frac{Q_1 \text{ agosto}}{Q_2 \text{ julio}} = \text{La Segunda} < \text{hoyxhoy} < \text{La Cuarta} < \text{publimetró} < \text{Las Últimas Noticias} < \text{LATERCERA} < \text{EL MERCURIO} < \text{DF}$$

+ →

PROMEDIO DE AVISOS NUEVOS DIARIOS POR MES



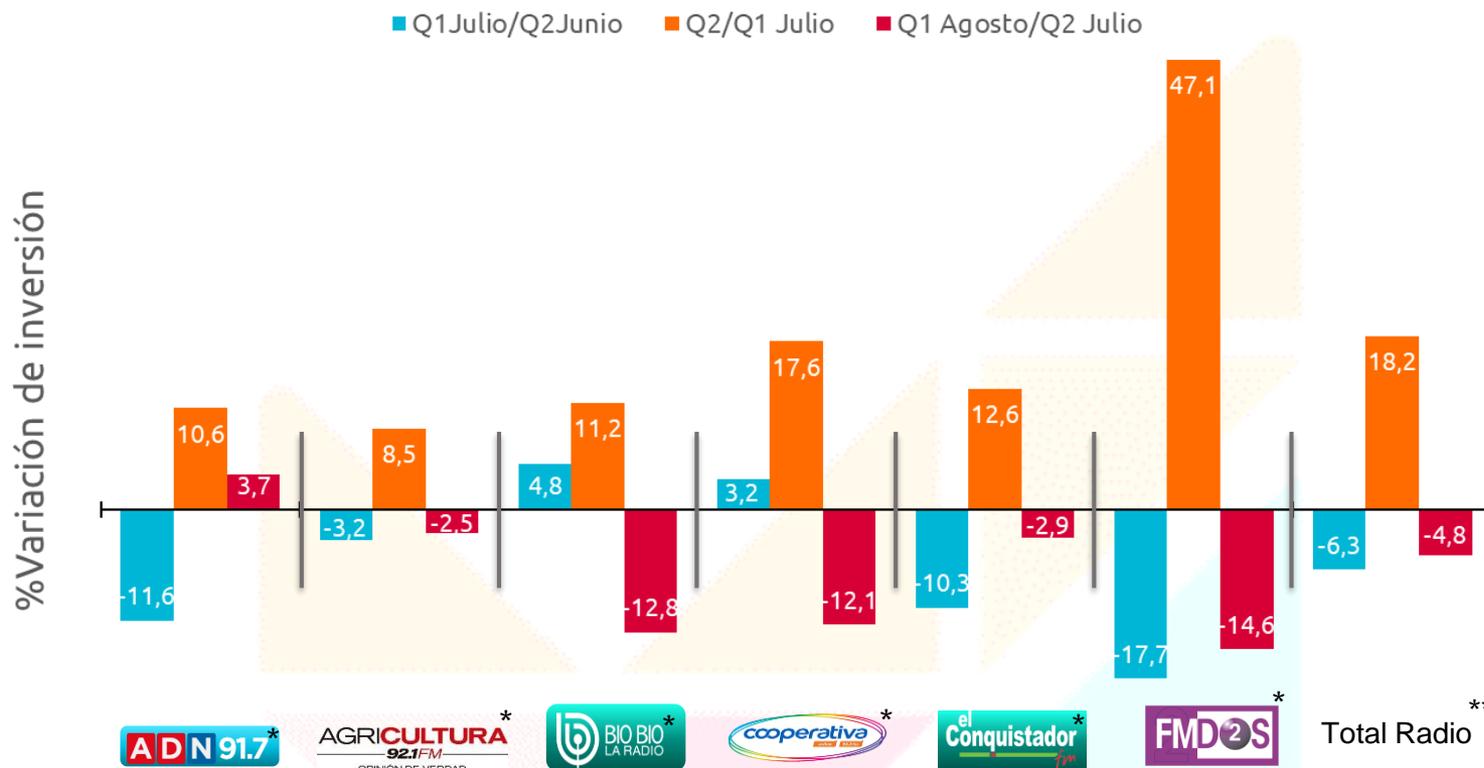
En la primera quincena de agosto 2020 se tienen 9 avisos diarios por mes más que del mes anterior, obteniéndose un promedio de **58** avisos nuevos diarios por mes en el periodo 01 de enero – 15 de agosto 2020.



La cantidad de avisos nuevos diarios por mes en prensa oscila entre los valores mínimo y máximo de -30,8% hasta -71,3%, desde enero al 15 de agosto 2020 en comparación al mismo periodo 2019. Mostrando una leve tendencia a la recuperación desde el mes de julio.

Inversión publicitaria quincenal

15 de junio – 15 de agosto



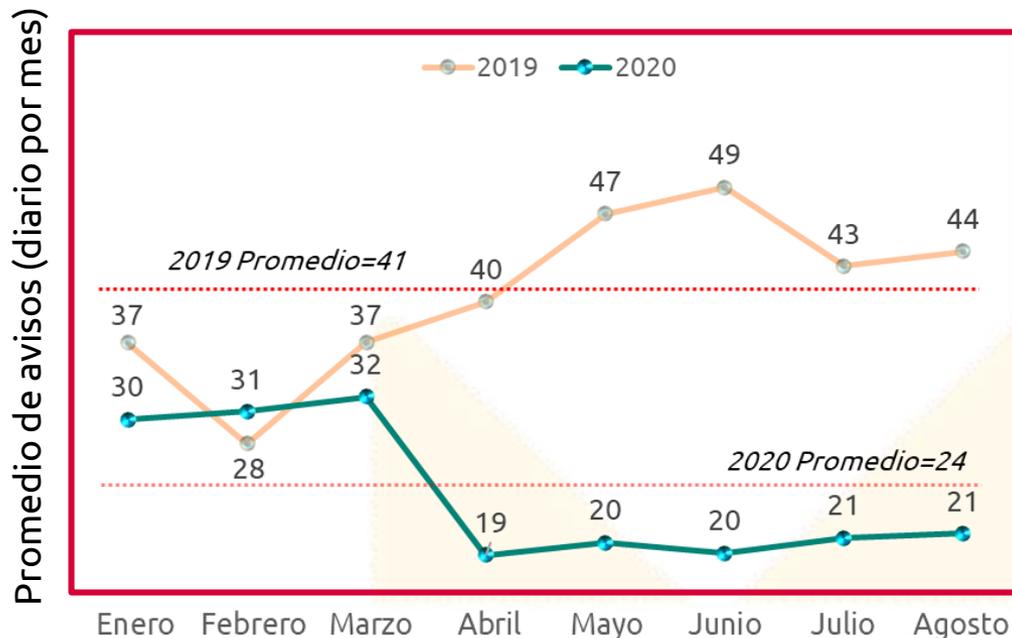
El medio radio disminuye su inversión publicitaria entre la primera quincena de agosto y la segunda quincena de julio en -4,8%, siendo ADN 91,7 la única emisora, de las mostradas en el gráfico, que incrementa su inversión en el lapso indicado.



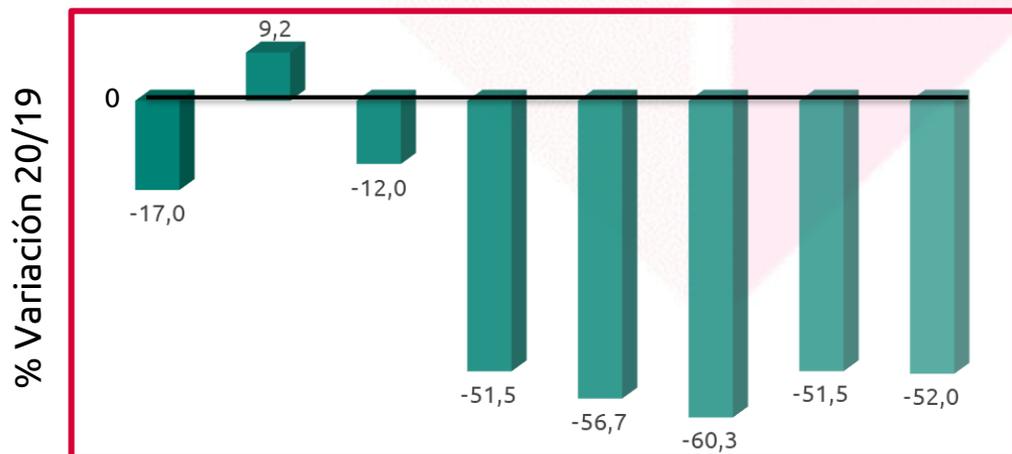
*Se muestran las 6 primeras emisoras de acuerdo al ranking de inversión publicitaria.

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

PROMEDIO DE AVISOS NUEVOS DIARIOS POR MES



La cantidad de avisos nuevos diarios por mes en radio iba aumentando a razón de 1 aviso promedio diario por mes entre enero y marzo de 2020, sin embargo, a partir de abril 2020 disminuyen a 19-21 avisos promedio por día. Obteniéndose un promedio de **24** avisos nuevos diarios por mes en el periodo 01 de enero - 15 de agosto 2020.



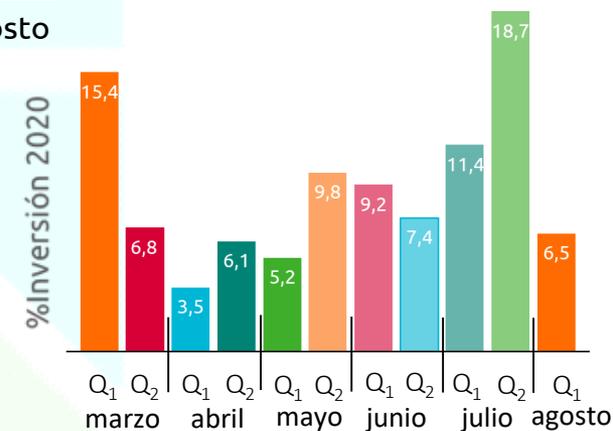
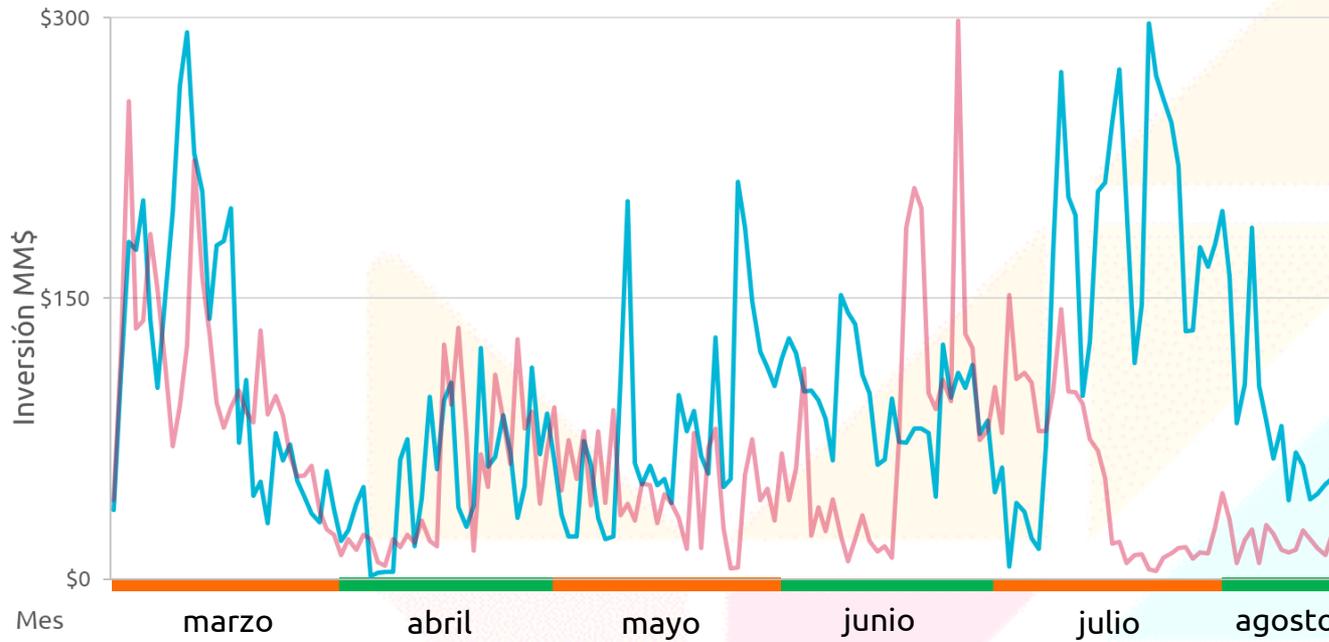
Luego del aumento evidenciado en febrero 2020 respecto al mismo periodo 2019, entre el 01 de marzo - 15 de agosto la variación se incrementa entre -51,5 y -60,3%.

Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

Leches puras y con aditivos

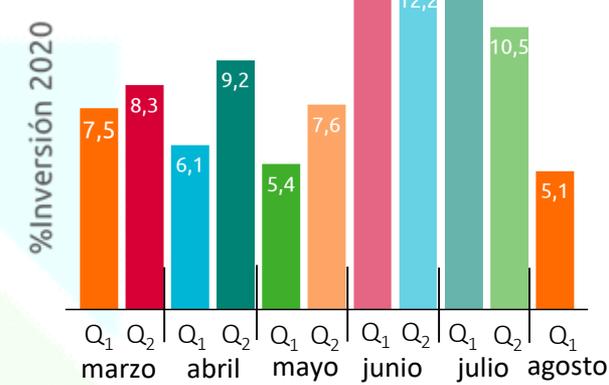
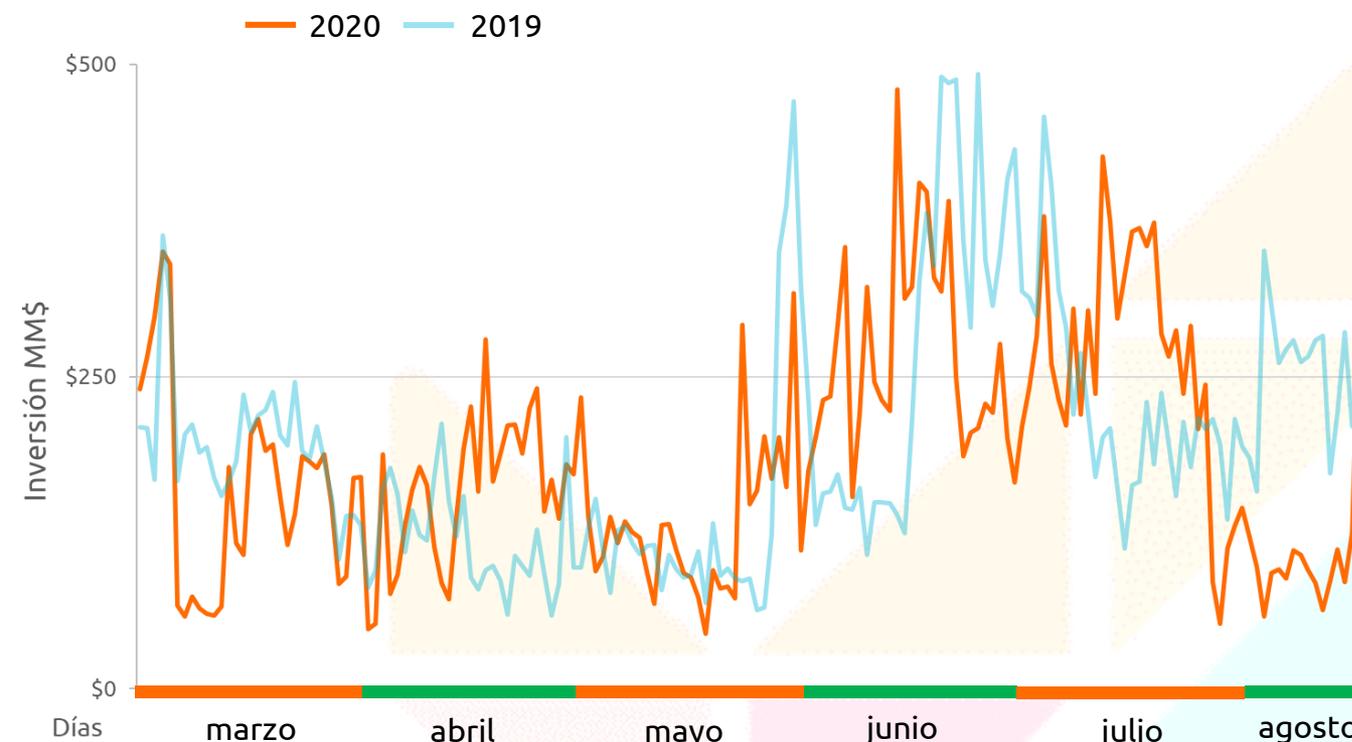
— 2020 — 2019



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

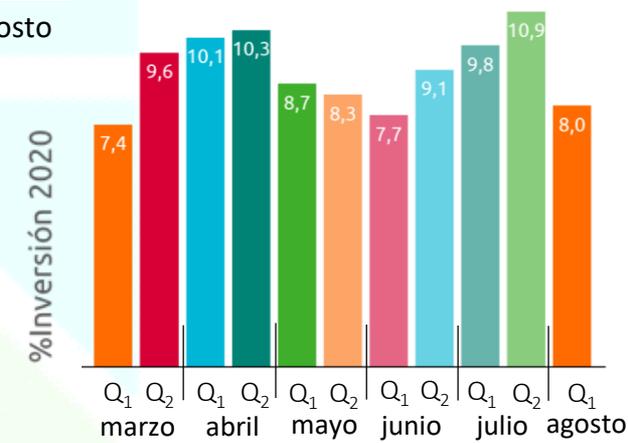
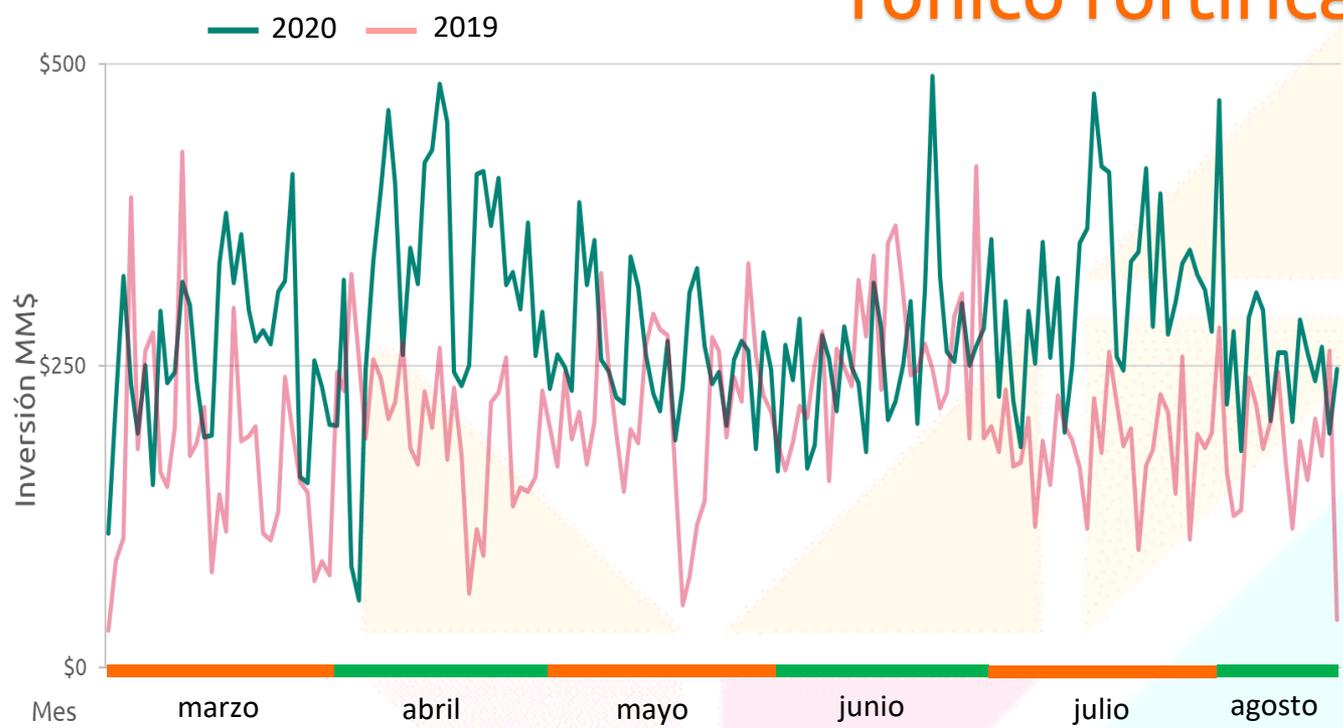
Portales web



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

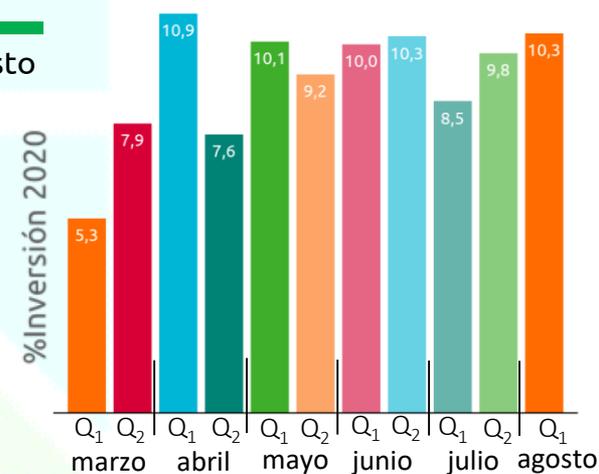
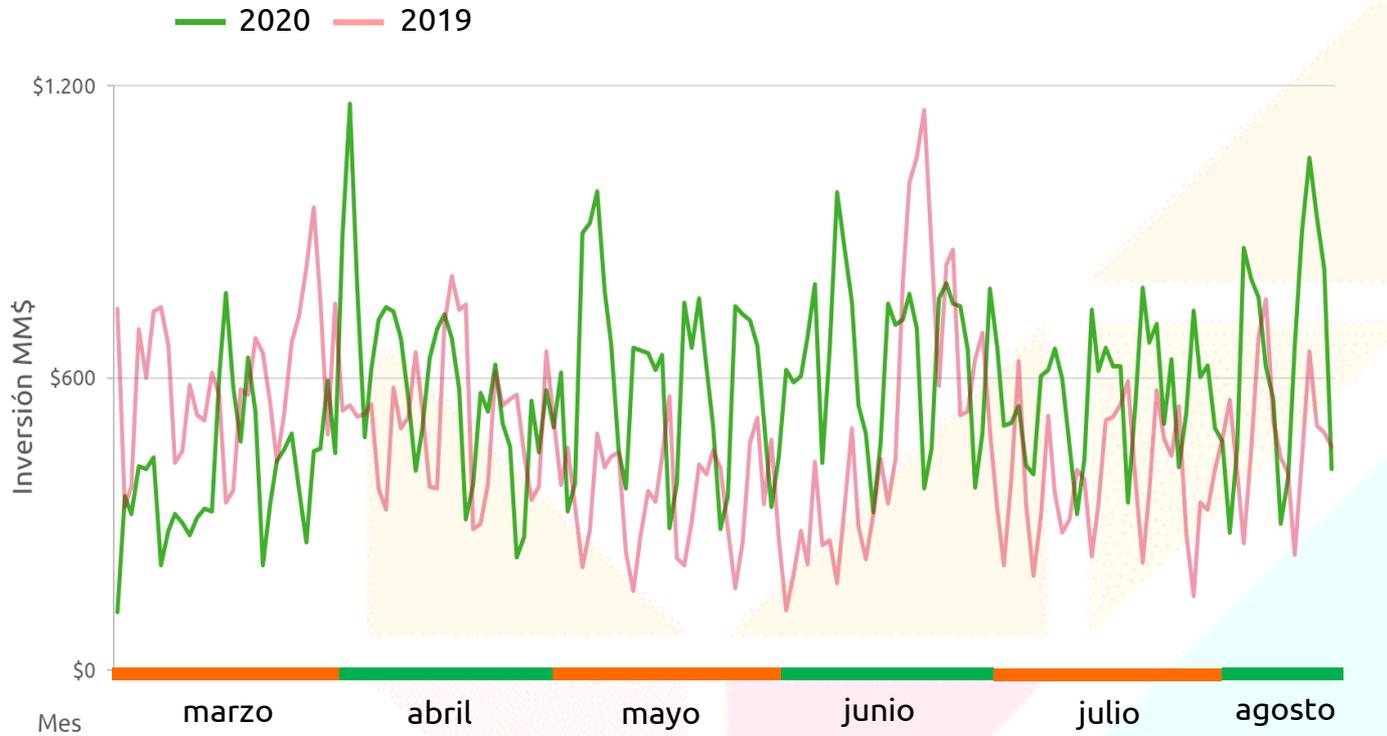
Tónico fortificante y vitaminas



Evolutivo inversión publicitaria

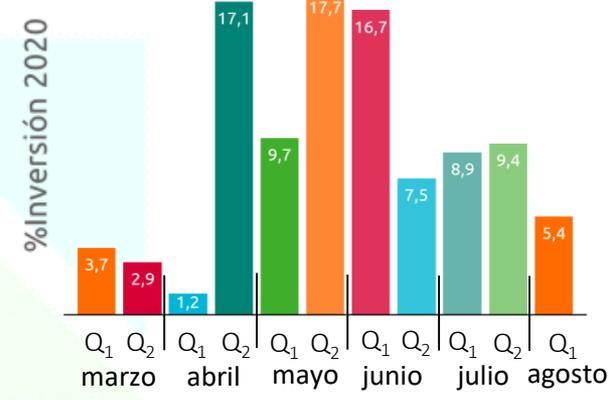
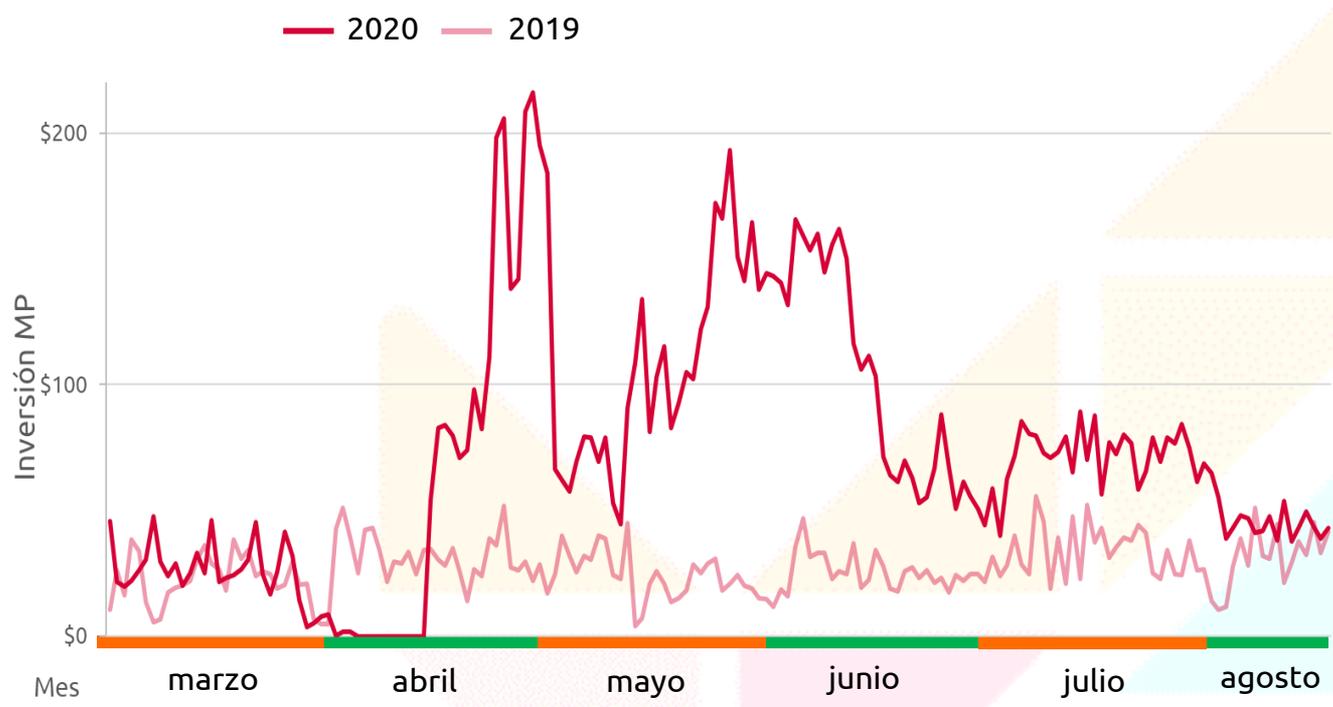
Por rubro

Telefonía



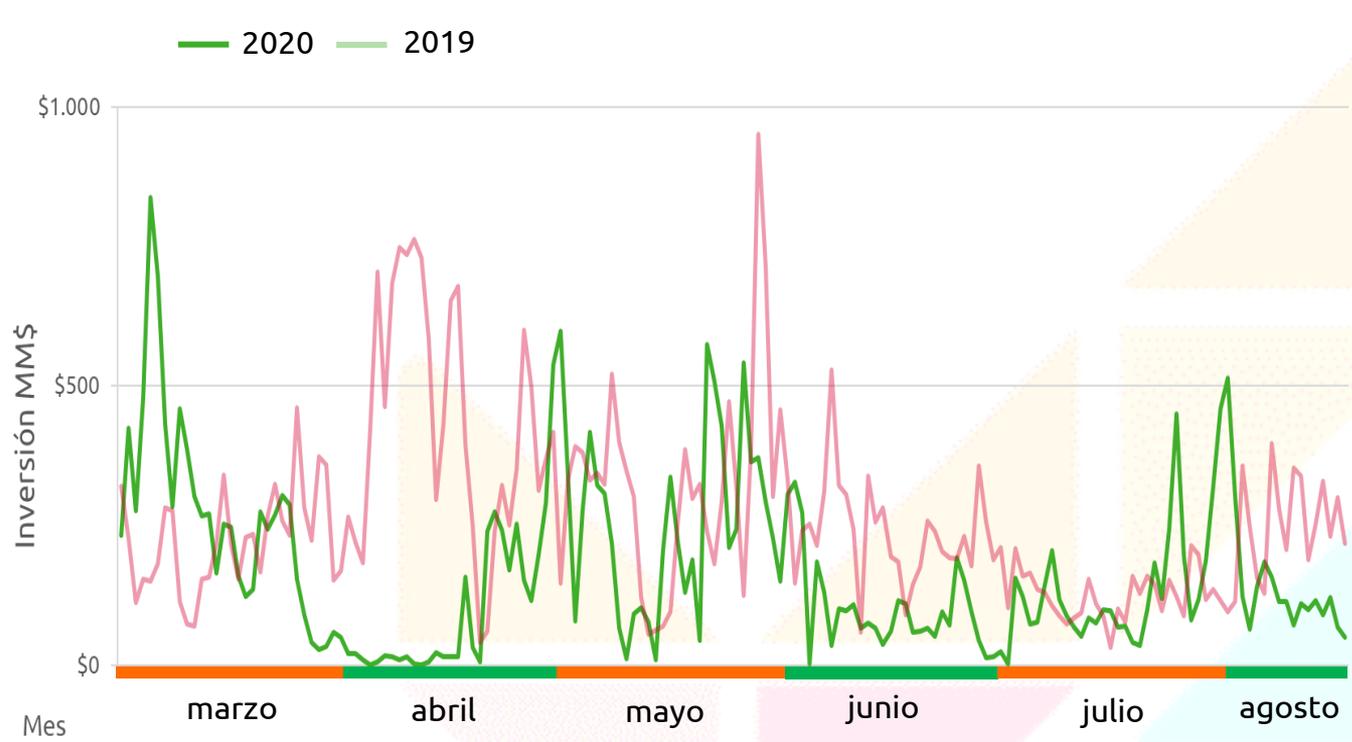
Evolución inversión publicitaria

Por marca

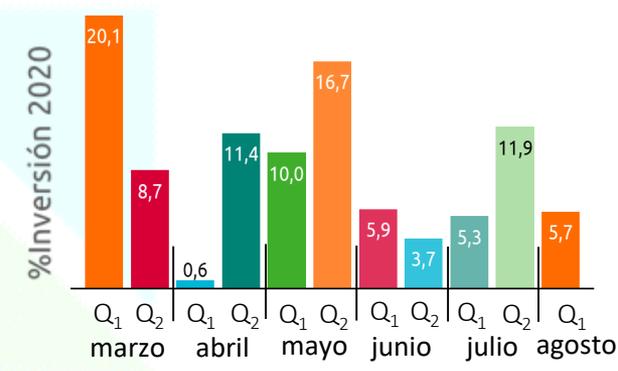


Evolución inversión publicitaria

Por marca



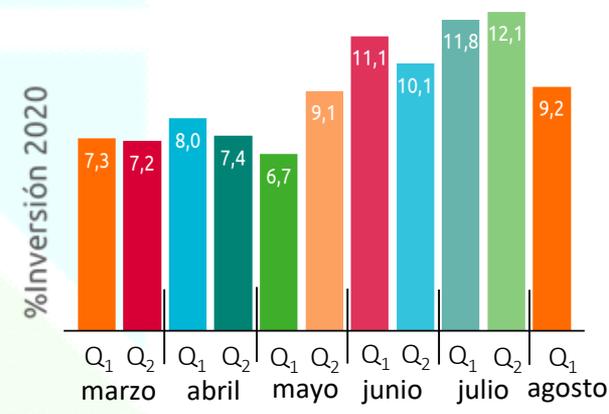
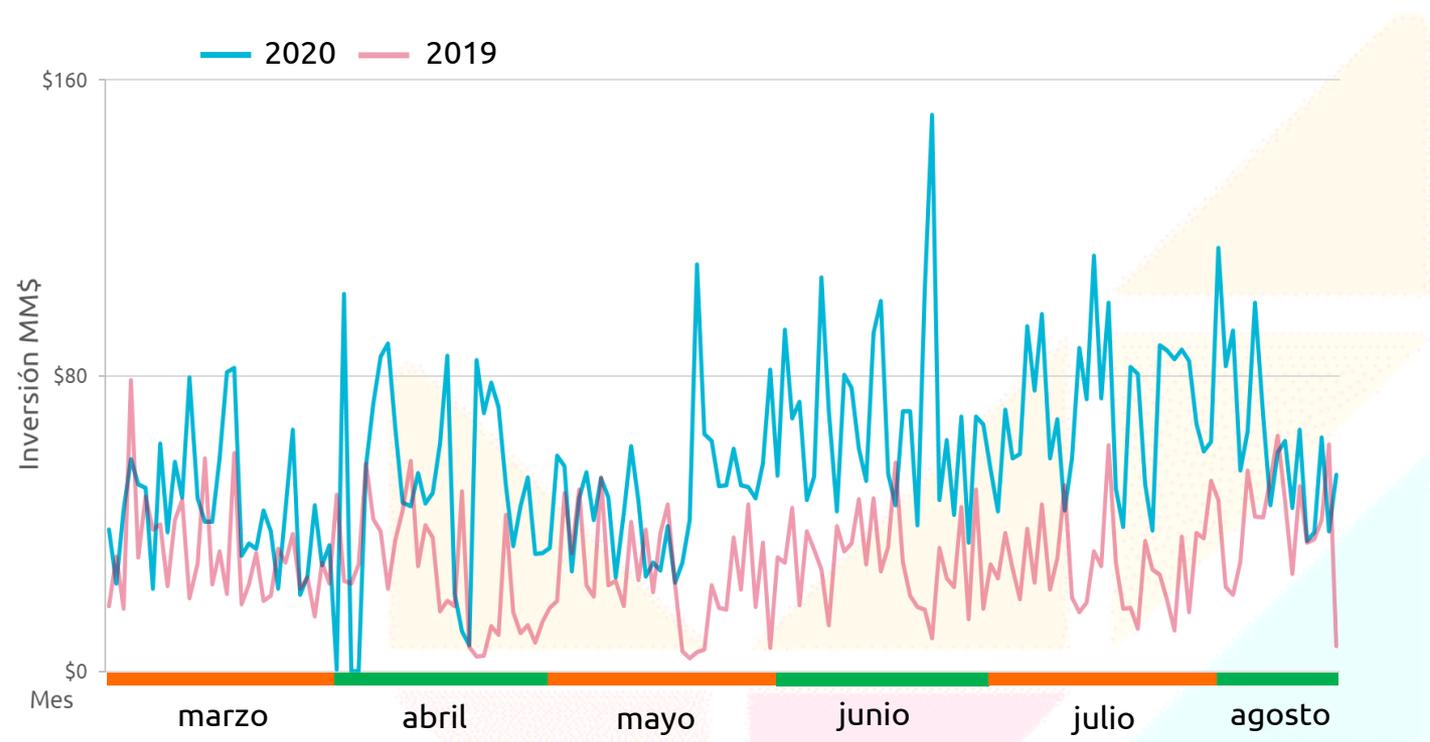
falabella.



Evolución inversión publicitaria

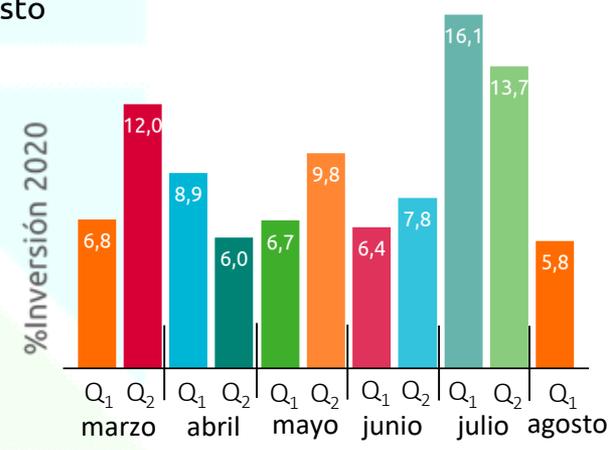
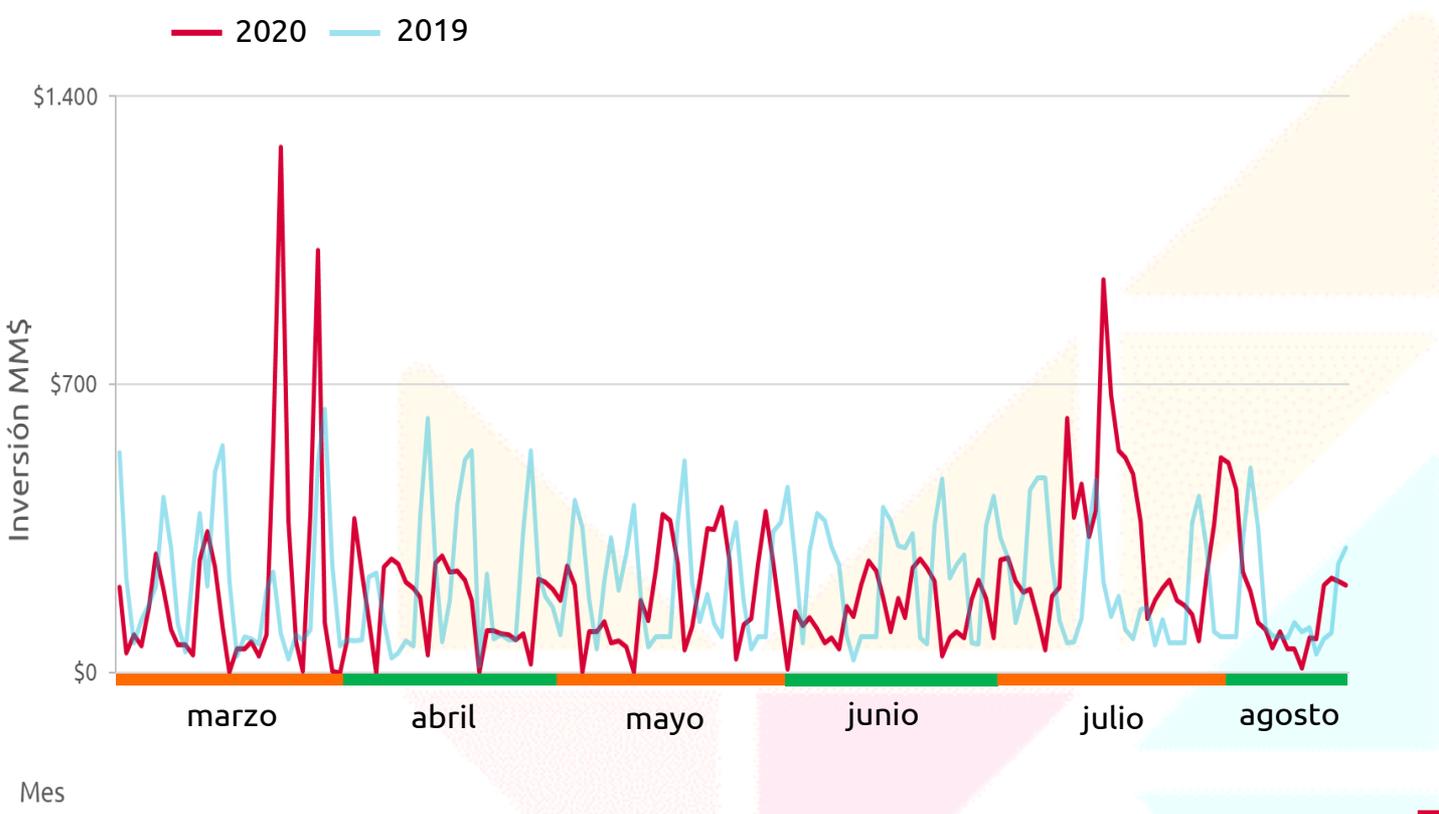
Por marca

Similac 3



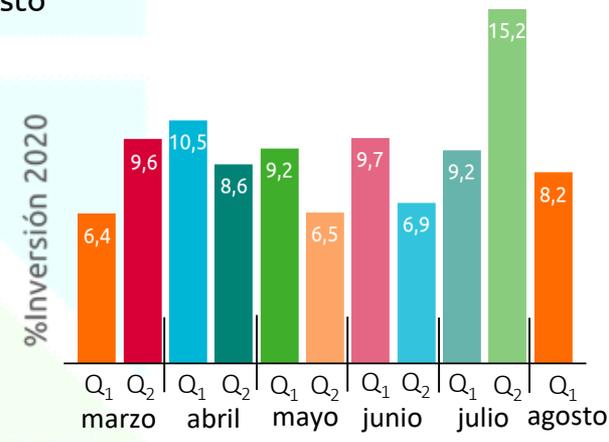
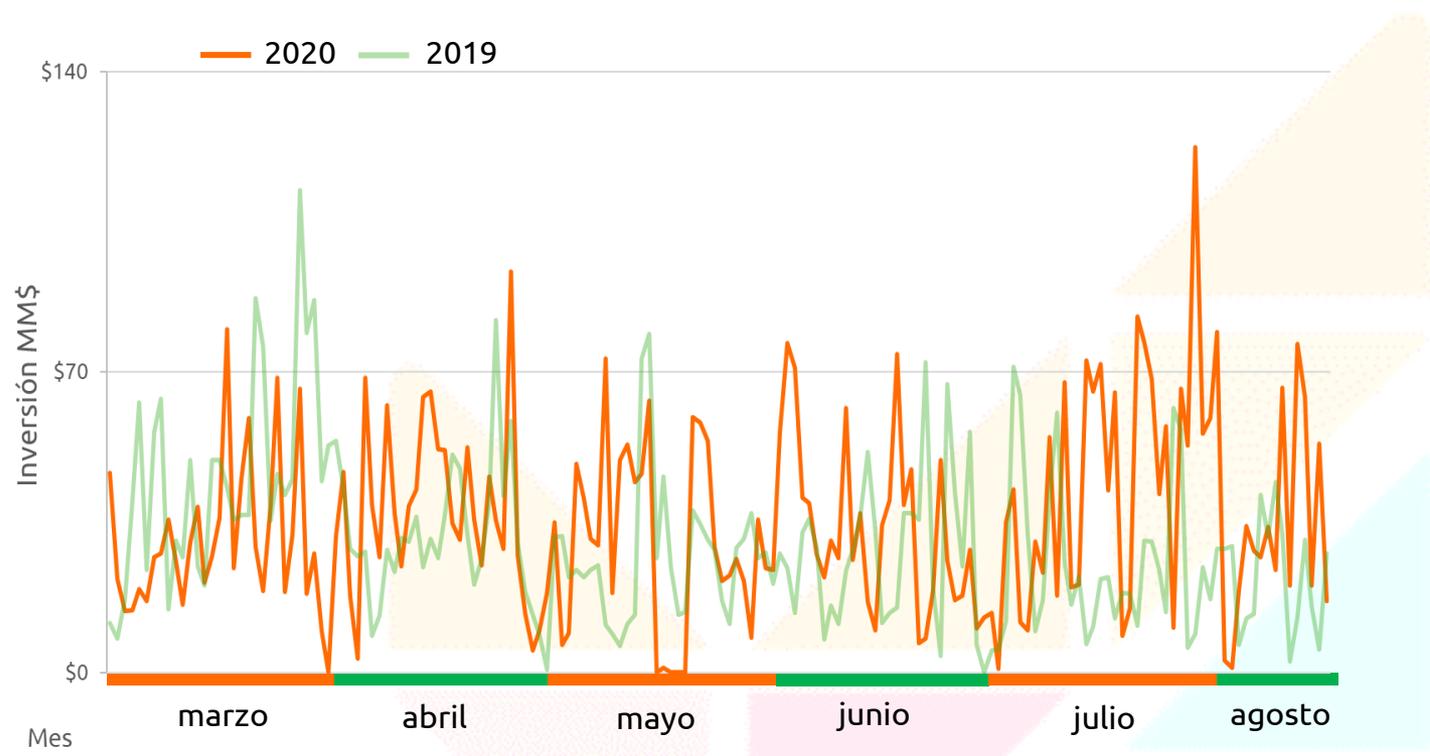
Evolución inversión publicitaria

Por marca



Evolución inversión publicitaria

Por marca



¿Deseas conocer más estudios como este?

megatime.cl/blog

hola@megatime.cl

  **megatimegroup**