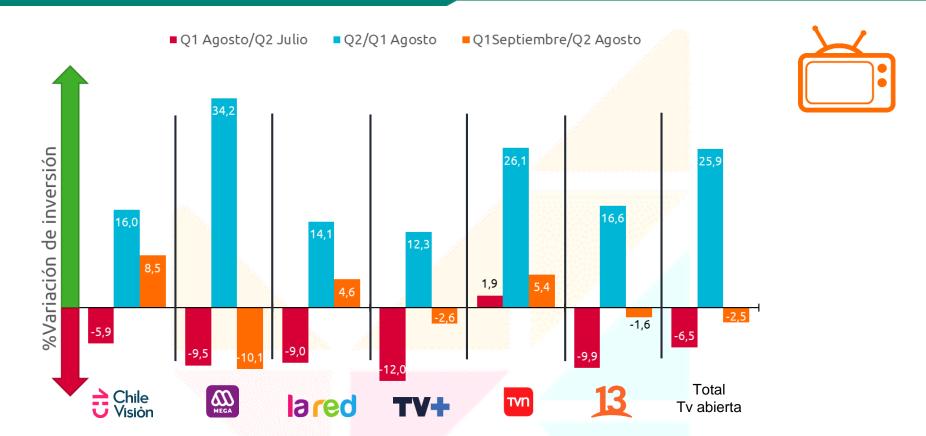
# Evolución de la industria publicitaria

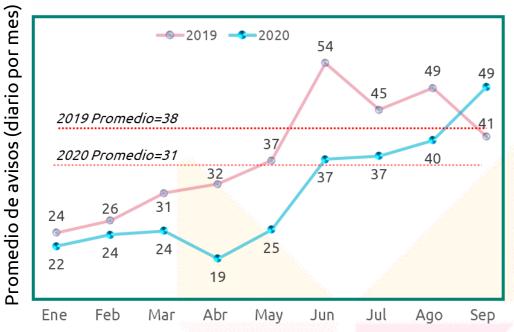
en tiempos de COVID-19

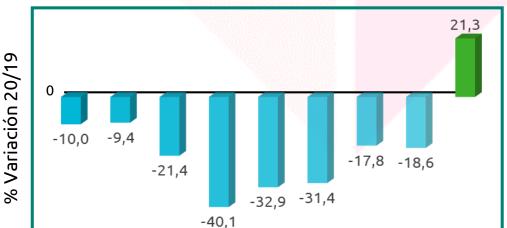
Actualizado al 15 de septiembre





El medio Tv abierta en general disminuye su inversión publicitaria durante el periodo comparativo entre la primera quincena de septiembre y la segunda quincena de agosto. Sin embargo, los canales Chilevisión, TVN y La Red muestran un comportamiento contrario al general para el periodo descrito.

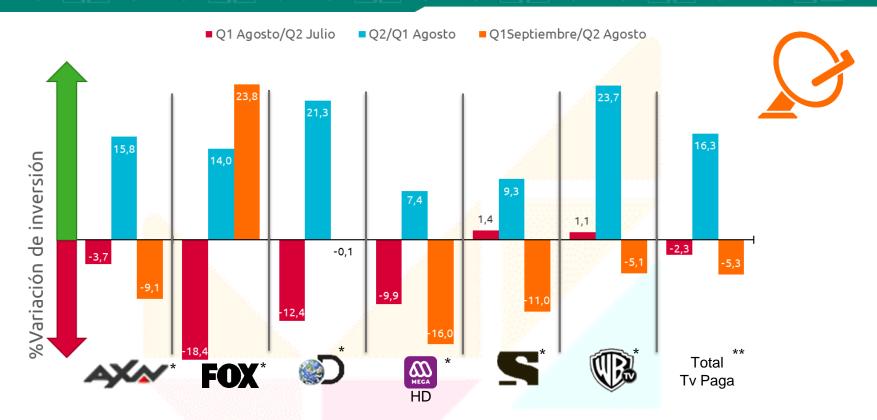






Por primera vez en el año 2020 la cantidad de avisos nuevos diarios por mes supera a su equivalente mensual del año 2019 y esto ocurre al comparar los primeros 15 días del mes de septiembre. Obteniéndose un 21,3% más de avisos en 2020 con relación a 2019.

Sin embargo, el promedio de avisos nuevos diarios por mes en el periodo 01 de enero – 15 de septiembre de 2020 se ubica en 31 avisos estando aún por debajo del mismo periodo año 2019.

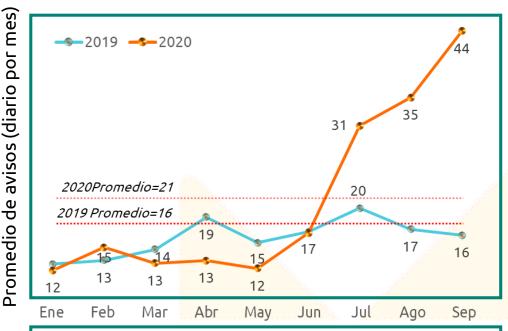


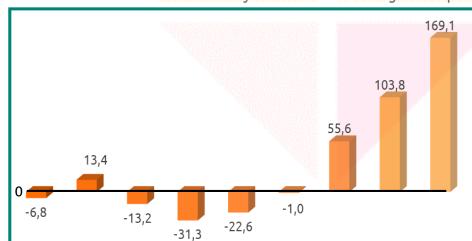
El medio Tv Paga disminuye en 5,3% la inversión publicitaria en la primera quincena de septiembre con relación a la segunda quincena de agosto. De los canales considerados en el gráfico, para el referido periodo, solo Fox aumenta su inversión publicitaria en 23,8 %.

inversión 
$$\frac{Q_1 \, sep}{Q_2 \, ago} = \frac{Q_1 \, sep}{HD} < \frac{Q_1 \, sep}{HD} < \frac{Q_2 \, sep}{$$

\*Se muestran los 6 primeros canales de acuerdo a la inversión acumulada desde el 01-03 al 15/09 de 2020. \*\*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





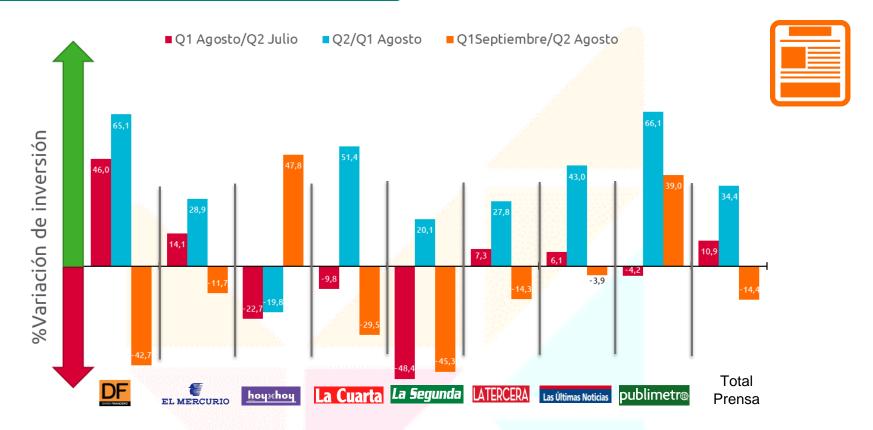
% Variación 20/19



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 44 avisos por día.

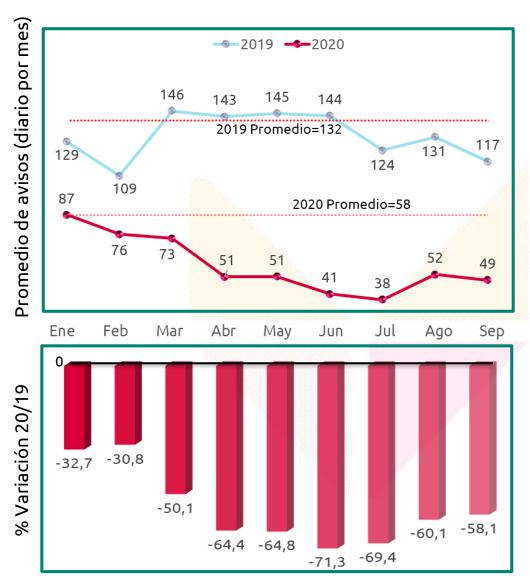
El periodo 01 de enero -15 de septiembre 2020 aumenta en 5 avisos promedio diarios más con relación al 2019.

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



La inversión mostrada entre la primera quincena de agosto presenta una disminución de -14,4% respecto a la inversión obtenida durante la segunda quincena de agosto, siendo solo los diarios Hoy x Hoy y Publimetro aquellos que aumentan su inversión publicitaria en el referido periodo.

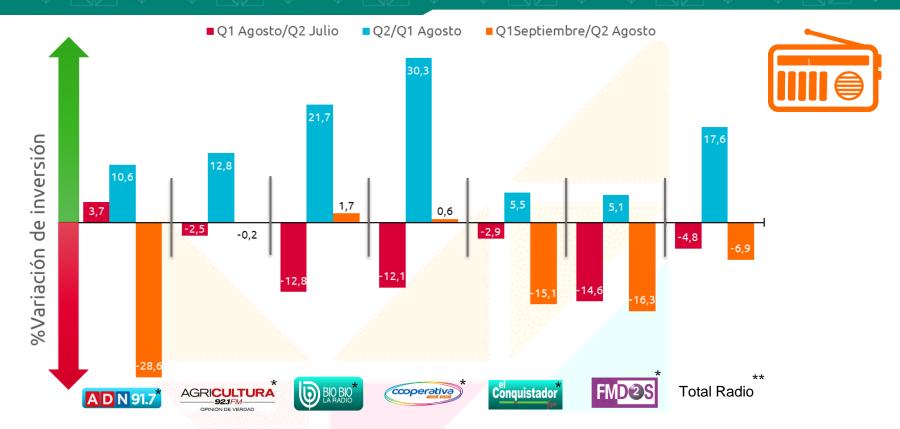
$$inversi\'on \ \frac{Q_1 \ sep}{Q_2 \ ago} =$$
 La Segunda  $<$  DF  $<$  La Cuarta  $<$  LATERCERA  $<$  LAS Últimas Noticias  $<$  publimetre  $<$  househoup  $+$ 





En la primera quincena de septiembre 2020 la cantidad de avisos diarios por mes disminuye en 3 avisos con relación al mes anterior, manteniéndose el promedio de 58 avisos nuevos diarios por mes en el periodo 01 de enero – 15 de septiembre 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 septiembre 2020 en comparación al mismo periodo 2019. Mostrando una leve tendencia a la recuperación desde el mes de julio.

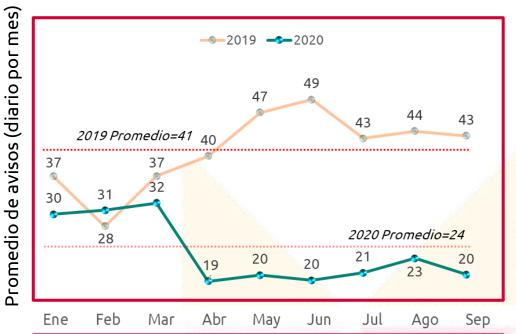


El medio Radio disminuye su inversión publicita<mark>ria entre la pri</mark>mera quincena de septiembre y la segunda quincena de agosto en -6,9%, como consecuencia de que solo Bio Bio LaRadio y Cooperativa fueron las únicas emisoras, de las mostradas en el gráfico, que incrementa su inversión en el lapso indicado.

<sup>\*\*</sup>Se muestran los 6 primeros canales de acuerdo a la inversión acumulada desde el 01-03 al 15/09 de 2020.

<sup>\*\*</sup>Corresponde al total general del medio con todas las emisoras verificadas por la empresa.







% Variación 20/19

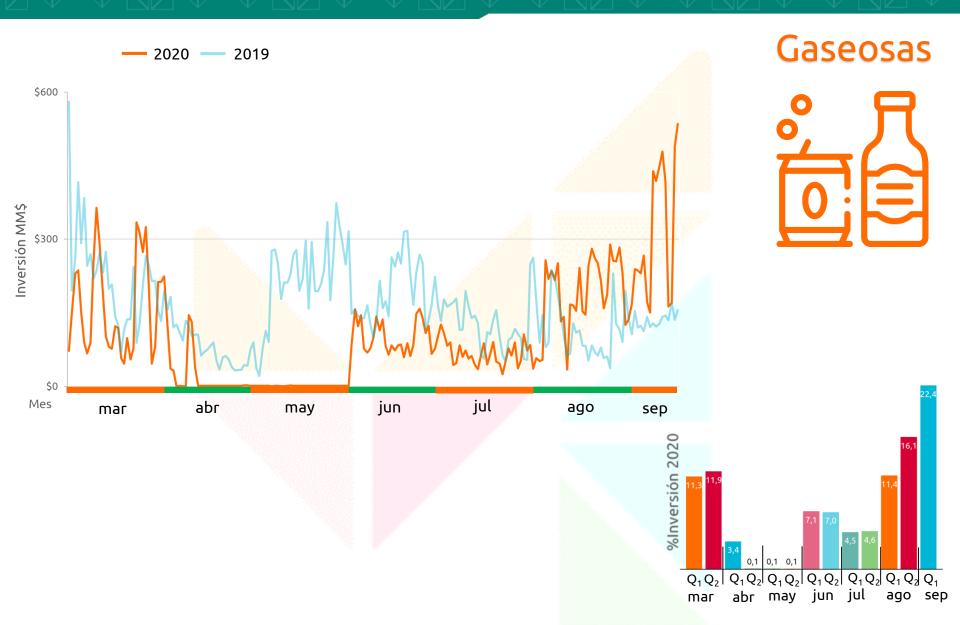
La cantidad de avisos nuevos diarios por mes en radio se ubicó entre 30-32 avisos diarios entre enero – marzo 2020, sin embargo, a partir de abril 2020 oscilan entre 19-23 avisos promedio por día.

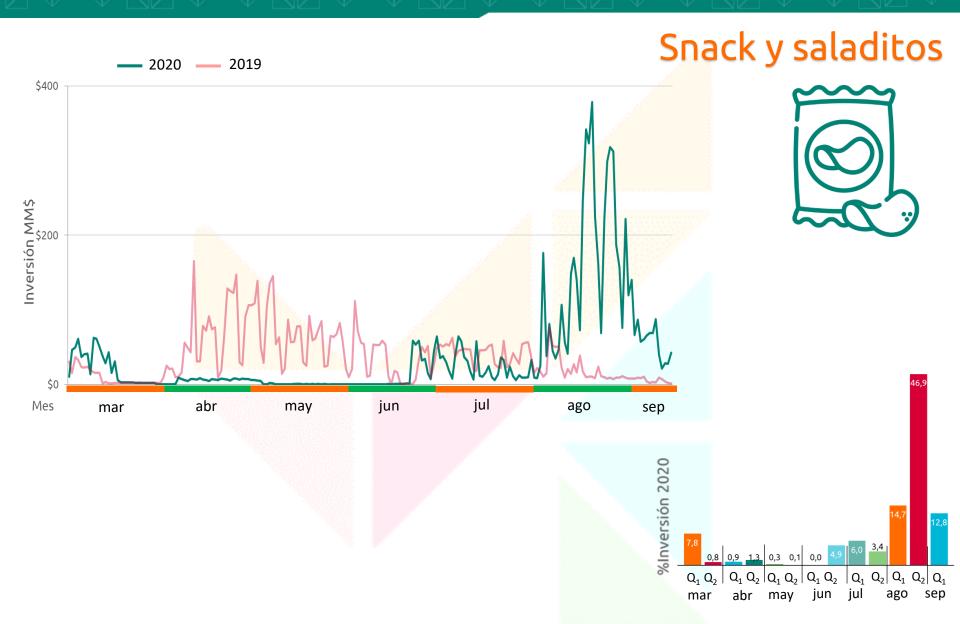
Obteniéndose un promedio de 24 avisos nuevos diarios por mes en el periodo 01 de enero - 15 de septiembre 2020.

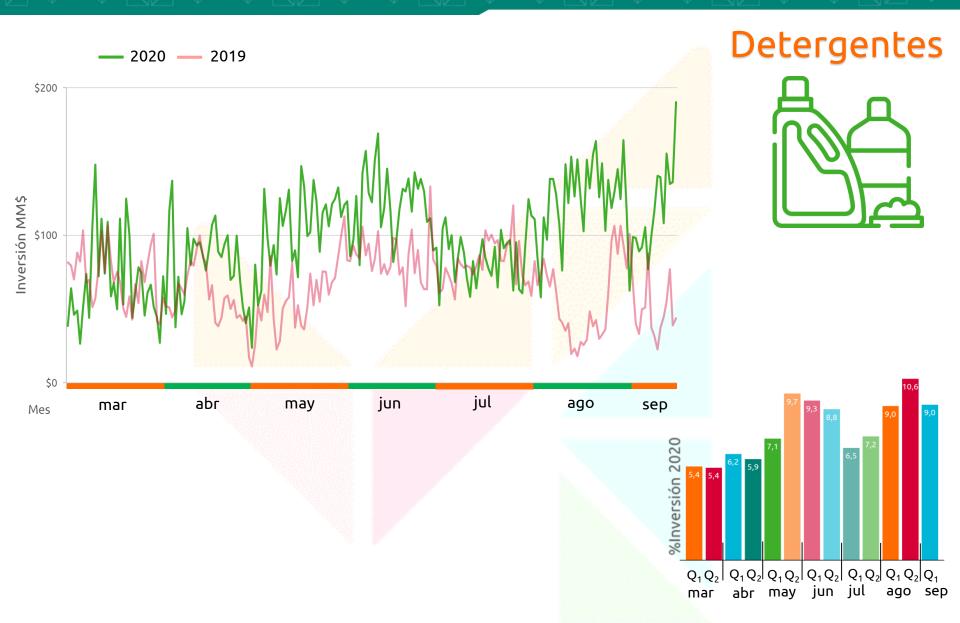
Luego del aumento evidenciado en febrero 2020 respecto al mismo periodo 2019, entre el 01 de marzo – 15 de septiembre la variación se incrementa entre -12,6 y -60,3%.

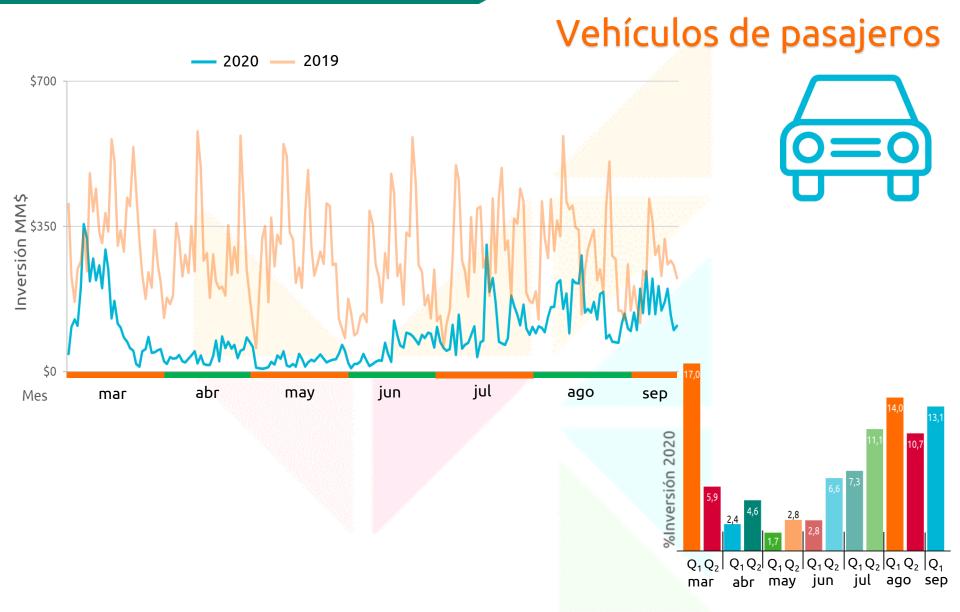
## Evolutivo inversión publicitaria

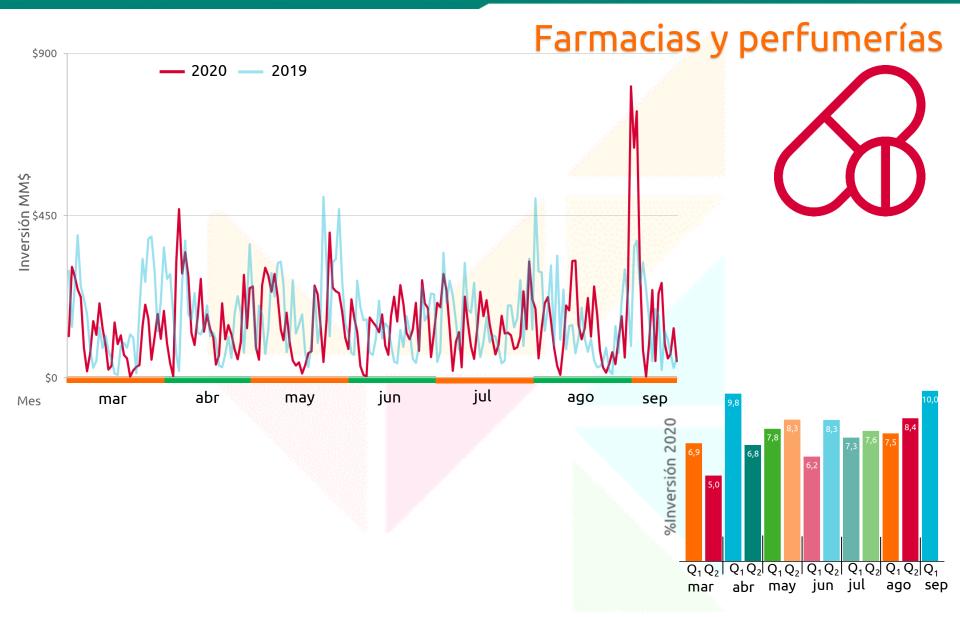
## Por rubro

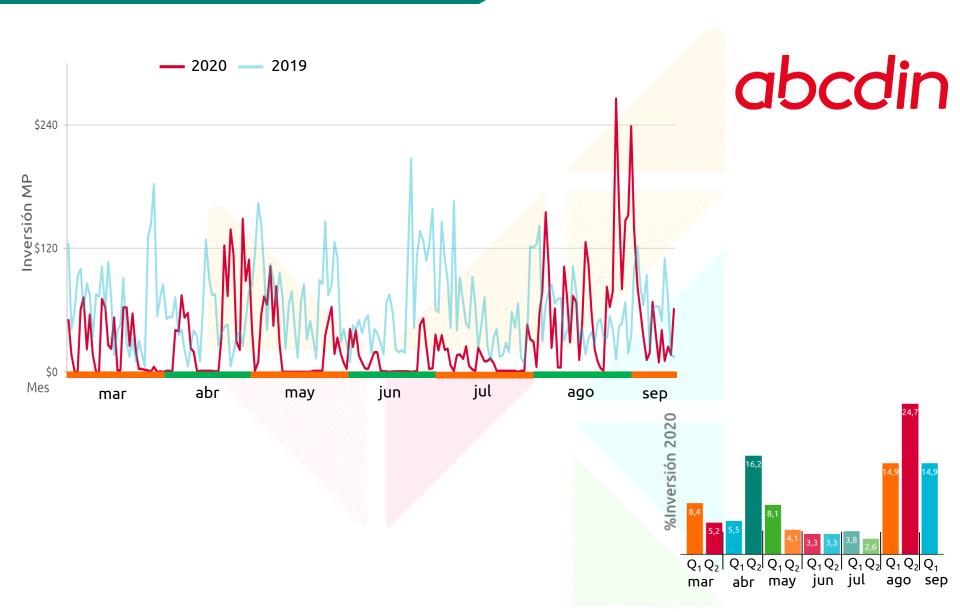






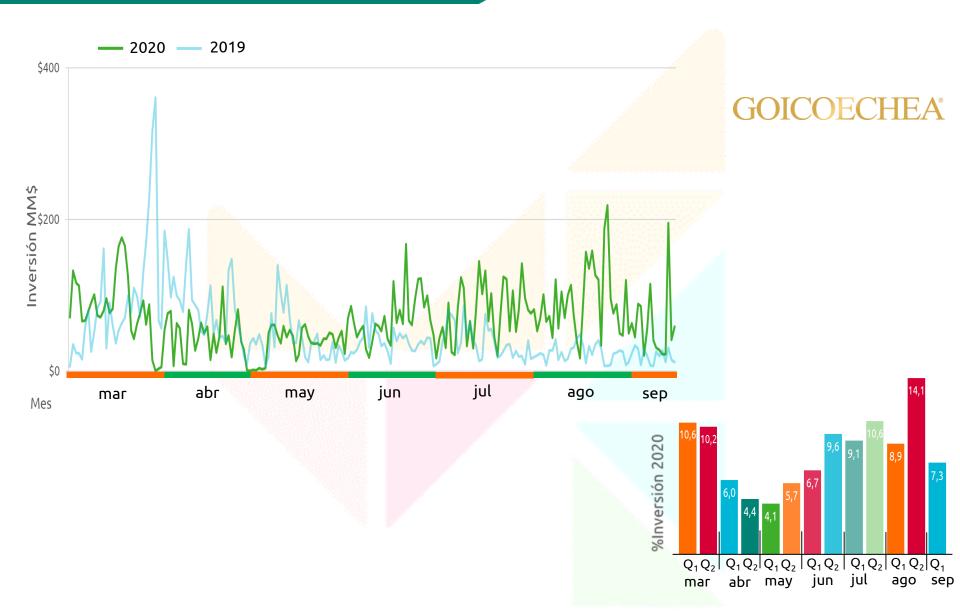


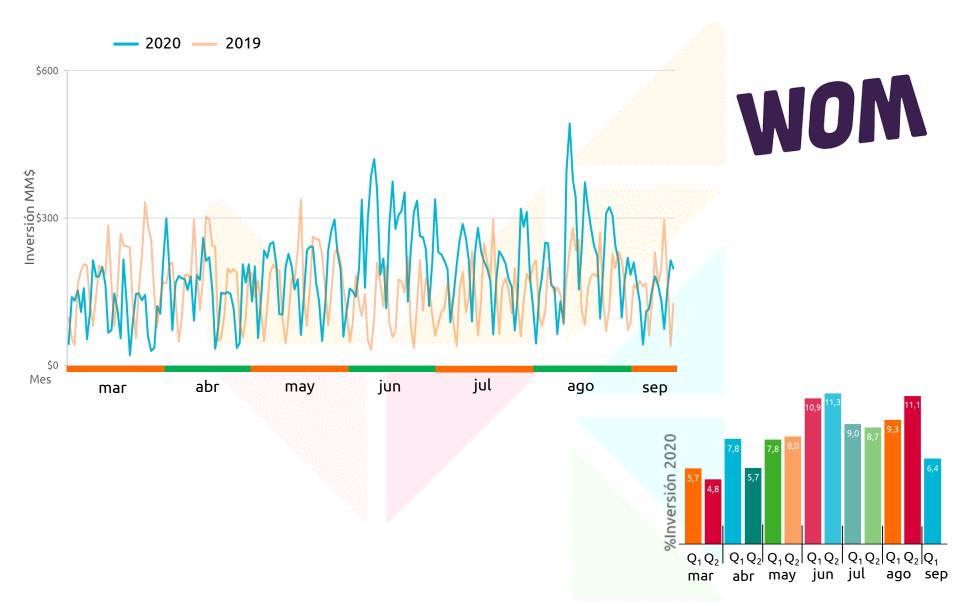


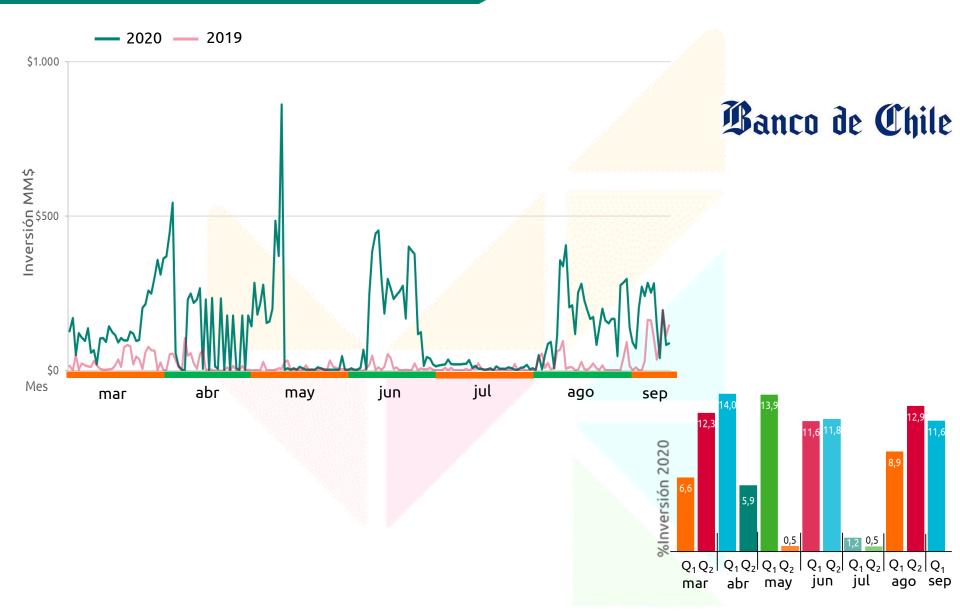


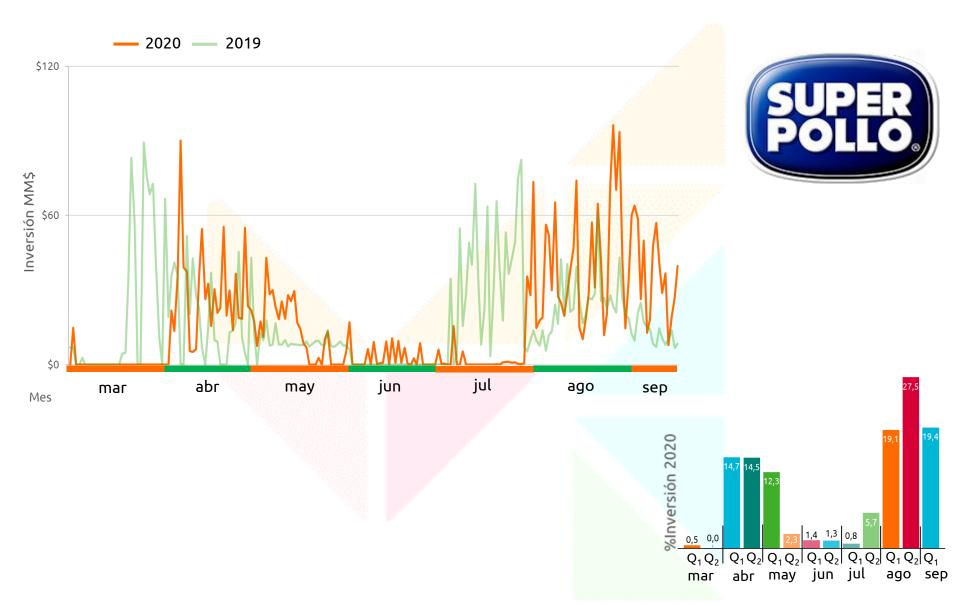
# Evolución inversión publicitaria

### Por marca













megatime.cl/blog

hola@megatime.cl

