

Evolución de la industria publicitaria

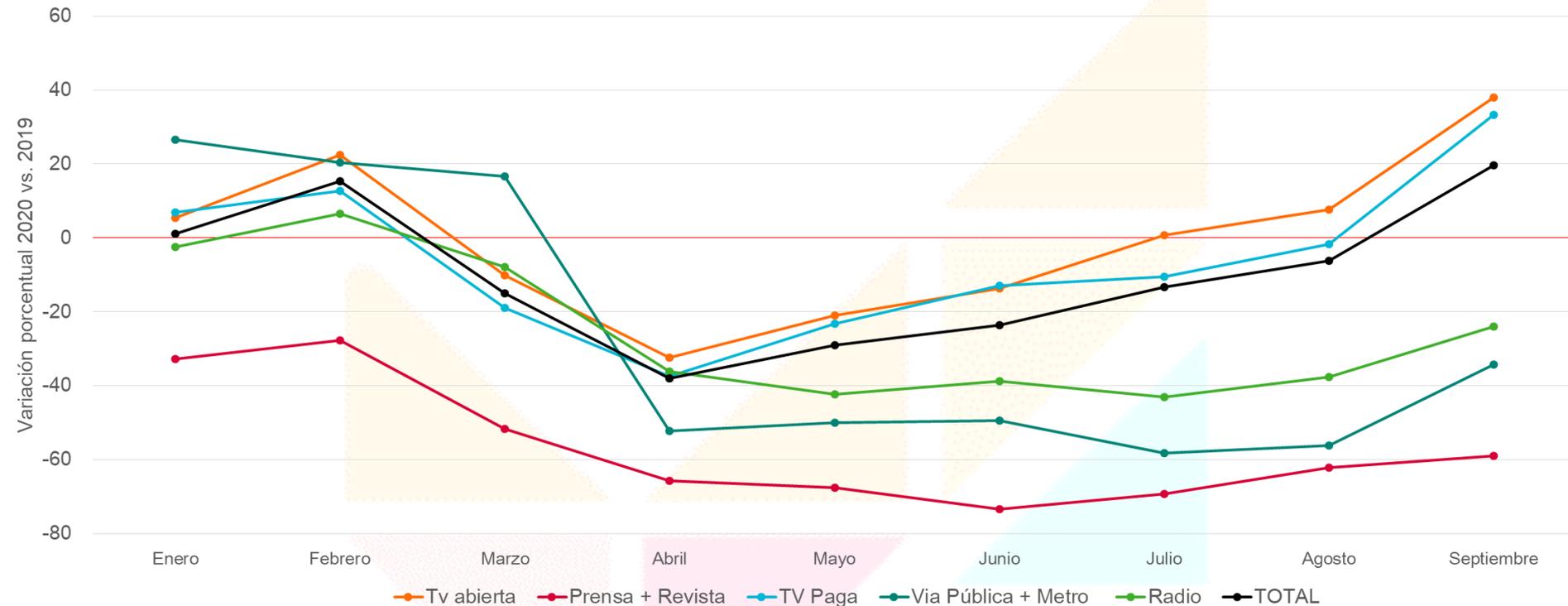
en tiempos de **COVID-19**

Actualizado al 30 de septiembre



Inversión publicitaria mensual

ene - sep 2020 vs. 2019



Para el mes de septiembre 2020 los medios Tv Abierta y Tv Paga registran una inversión superior (37,9 y 33,2% respectivamente) con relación al mismo periodo año 2019. Individualmente la variación porcentual junio 2020 vs. 2019 puede describirse como sigue:

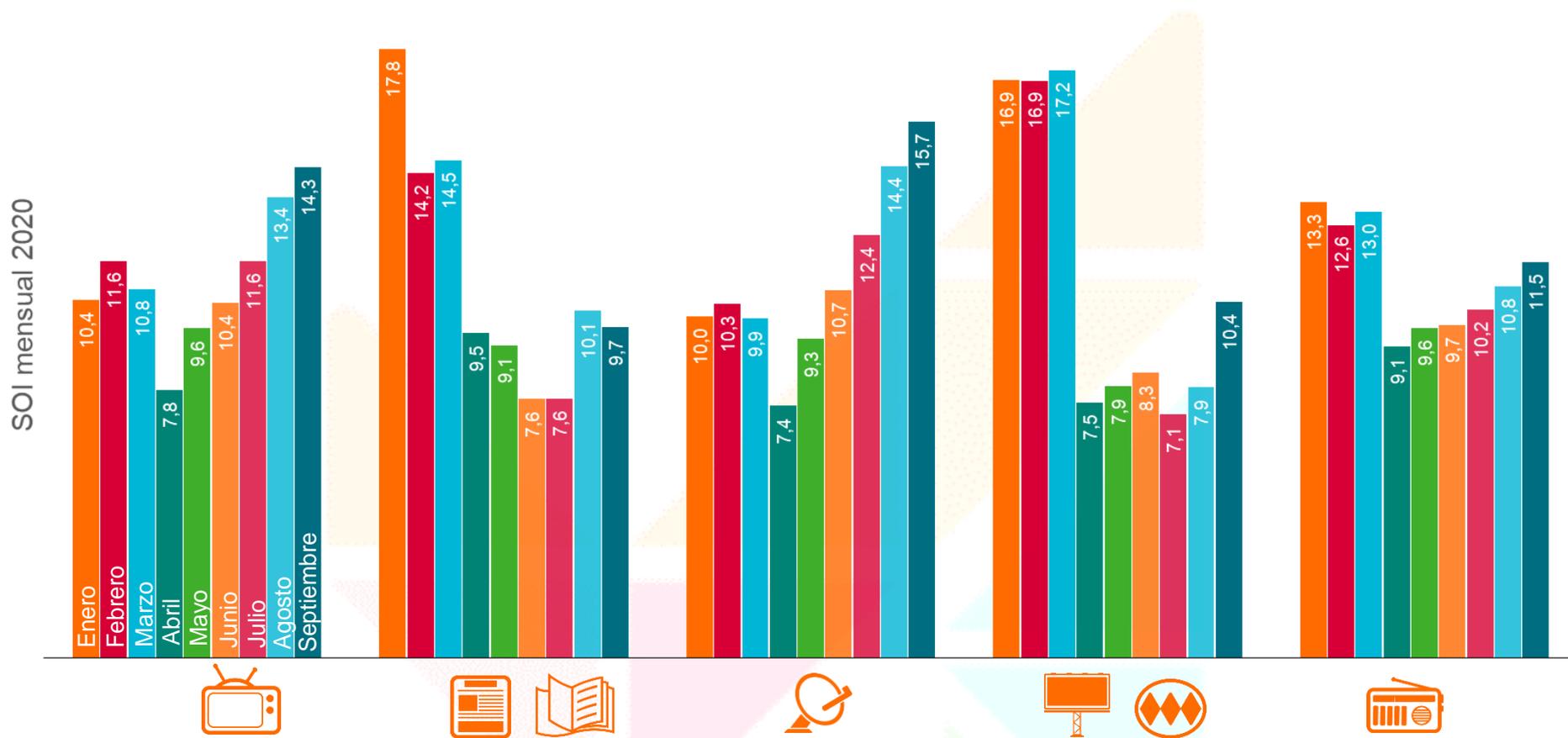
$$\% \text{variación sep } \frac{2020}{2019} = \text{Prensa + Revista} < \text{Vía Pública + Metro} < \text{Radio} < \text{TV Paga} < \text{Tv abierta}$$

-51,9%
-34,4%
-24,6%
+33,2%
+37,9%

+ ←

Inversión publicitaria mensual

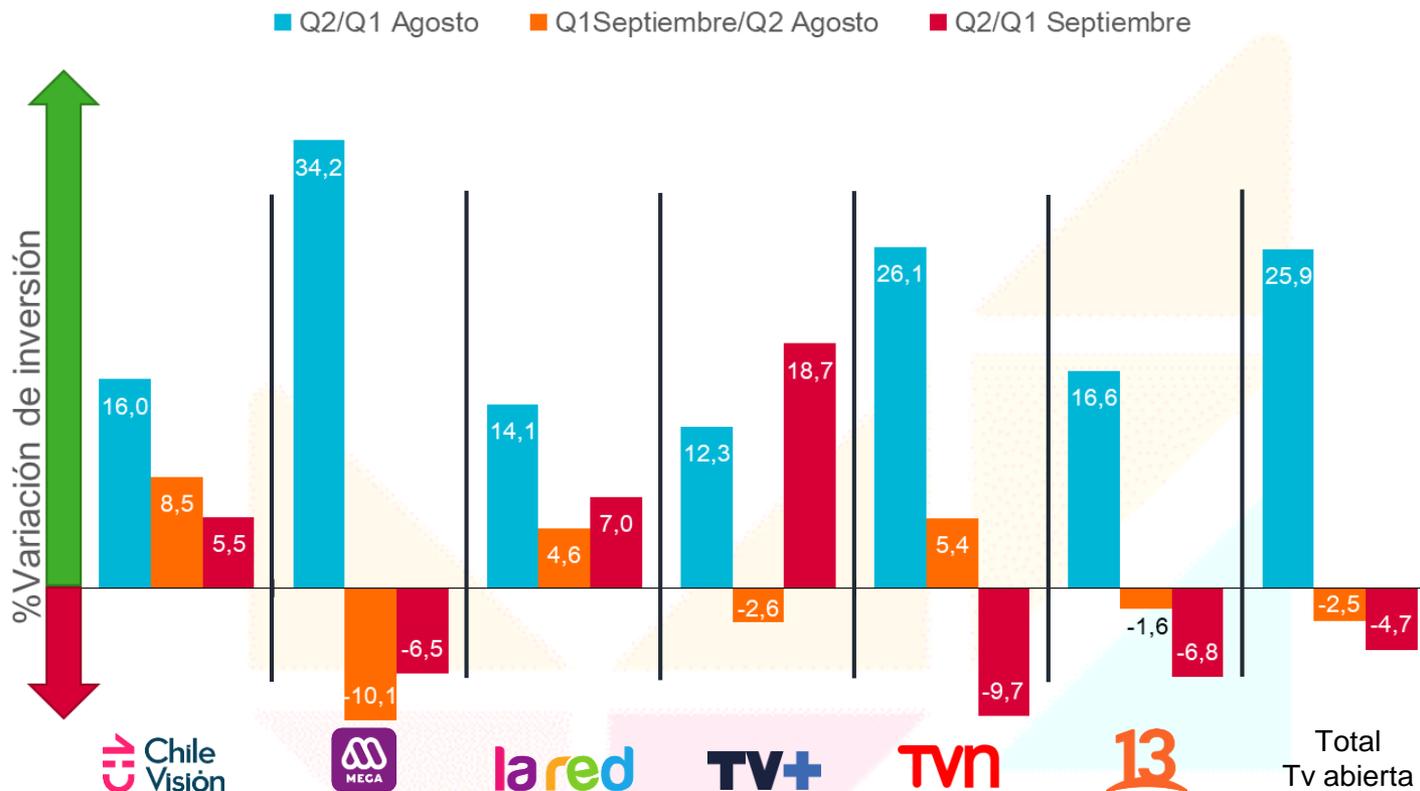
ene - sep 2020



Los medios Tv Paga y Tv Abierta poseen un *share of investment* (SOI) de 15,7 y 14,3% para el mes de septiembre, y continúan siendo los medios con mayor porcentaje de recuperación de la inversión publicitaria en tiempos de COVID-19, le sigue Radio con 11,5%, Vía Pública + Metro con 10,4% y Prensa + Revistas con 9,7% de SOI.

Inversión publicitaria quincenal

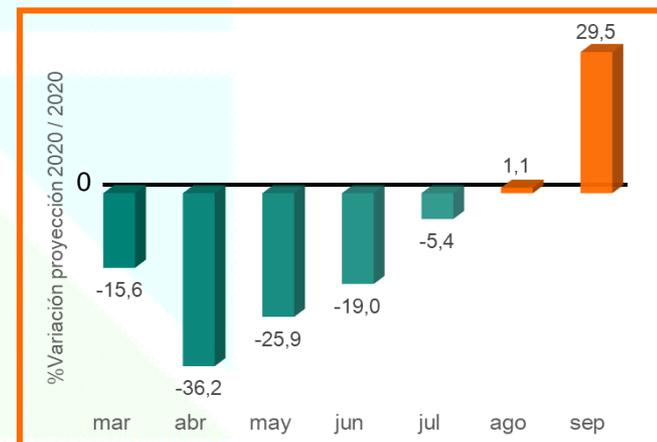
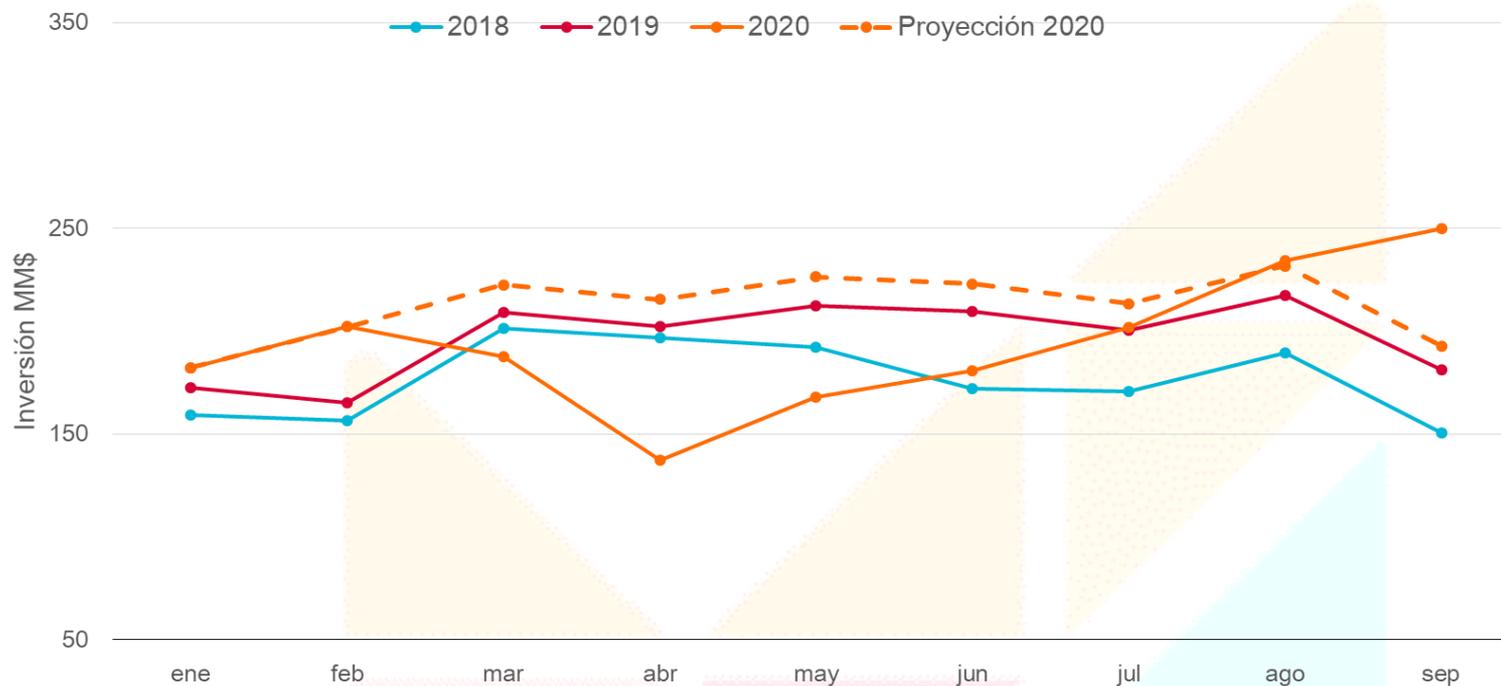
01 de ago – 31 de sep



El medio Tv Abierta disminuye en -4,7% la inversión publicitaria entre las quincenas de septiembre, siendo los canales TV+, La Red y Chilevisión los únicos con variación positiva en el mencionado periodo.

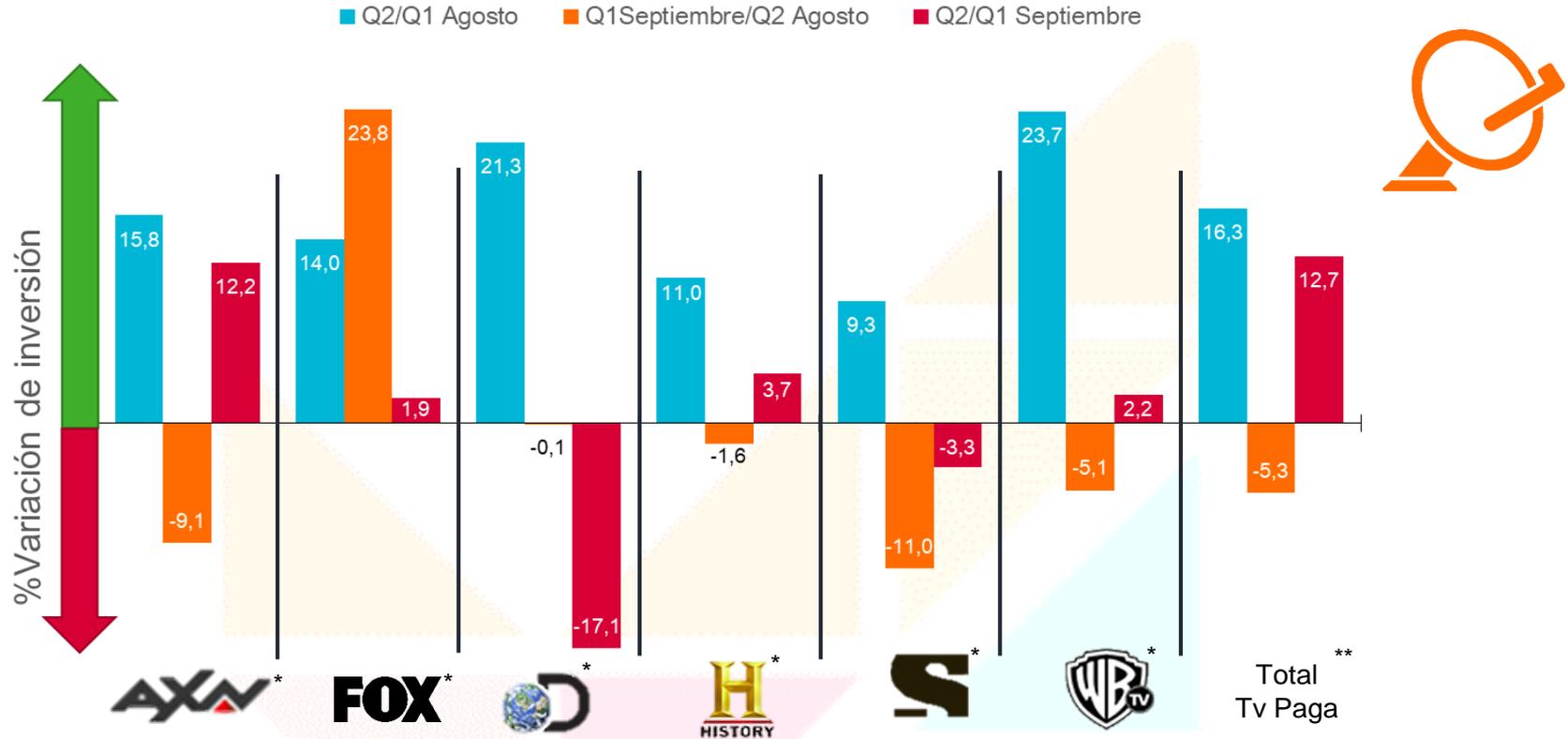
$$\text{inversión } \frac{Q_2}{Q_1} \text{ septiembre} = \text{TVN} < \text{13} < \text{MEGA} < \text{Chile Visión} < \text{la red} < \text{TV+} < \text{Total Tv abierta}$$

EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Inversión publicitaria quincenal

01 de ago – 31 de sep



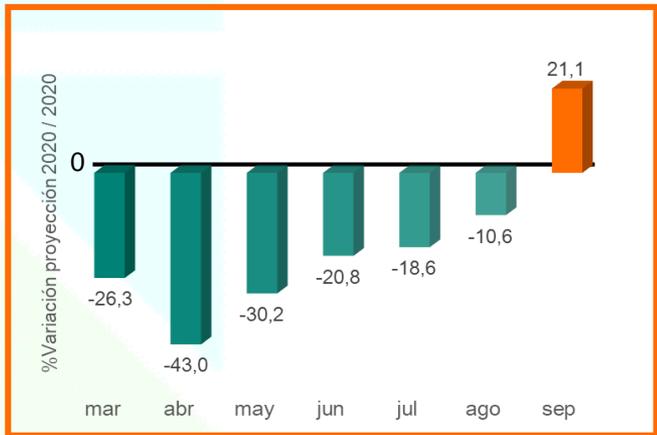
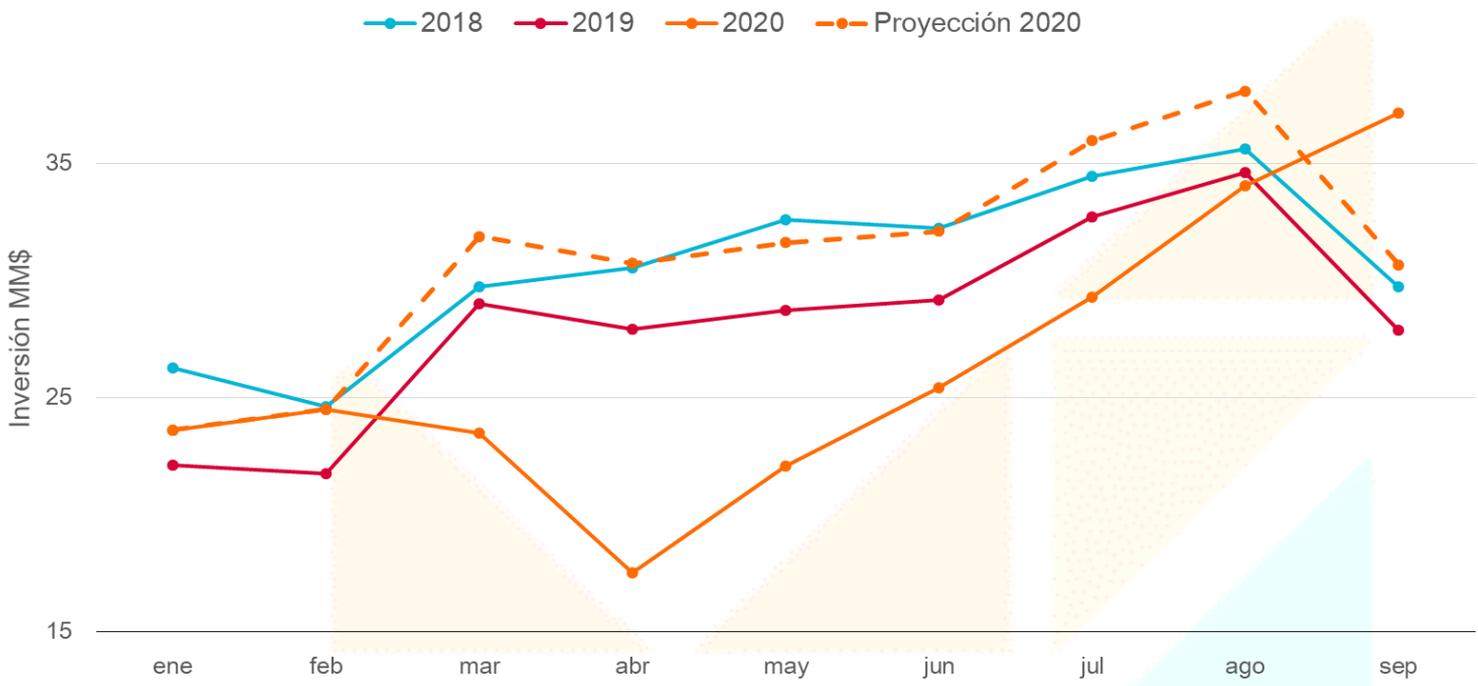
El medio Tv Paga aumenta en 12,7% la inversión publicitaria entre las quincenas del mes de septiembre, a pesar de que de los canales de Tv Paga mostrados en el gráfico, Sony y Discovery disminuyen la inversión al comparar la inversión registrada en el mismo periodo considerado.

$$inversión \frac{Q_2}{Q_1} \text{septiembre} = \text{Discovery} < \text{Sony} < \text{FOX} < \text{WBTV} < \text{HISTORY} < \text{AXN} +$$

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

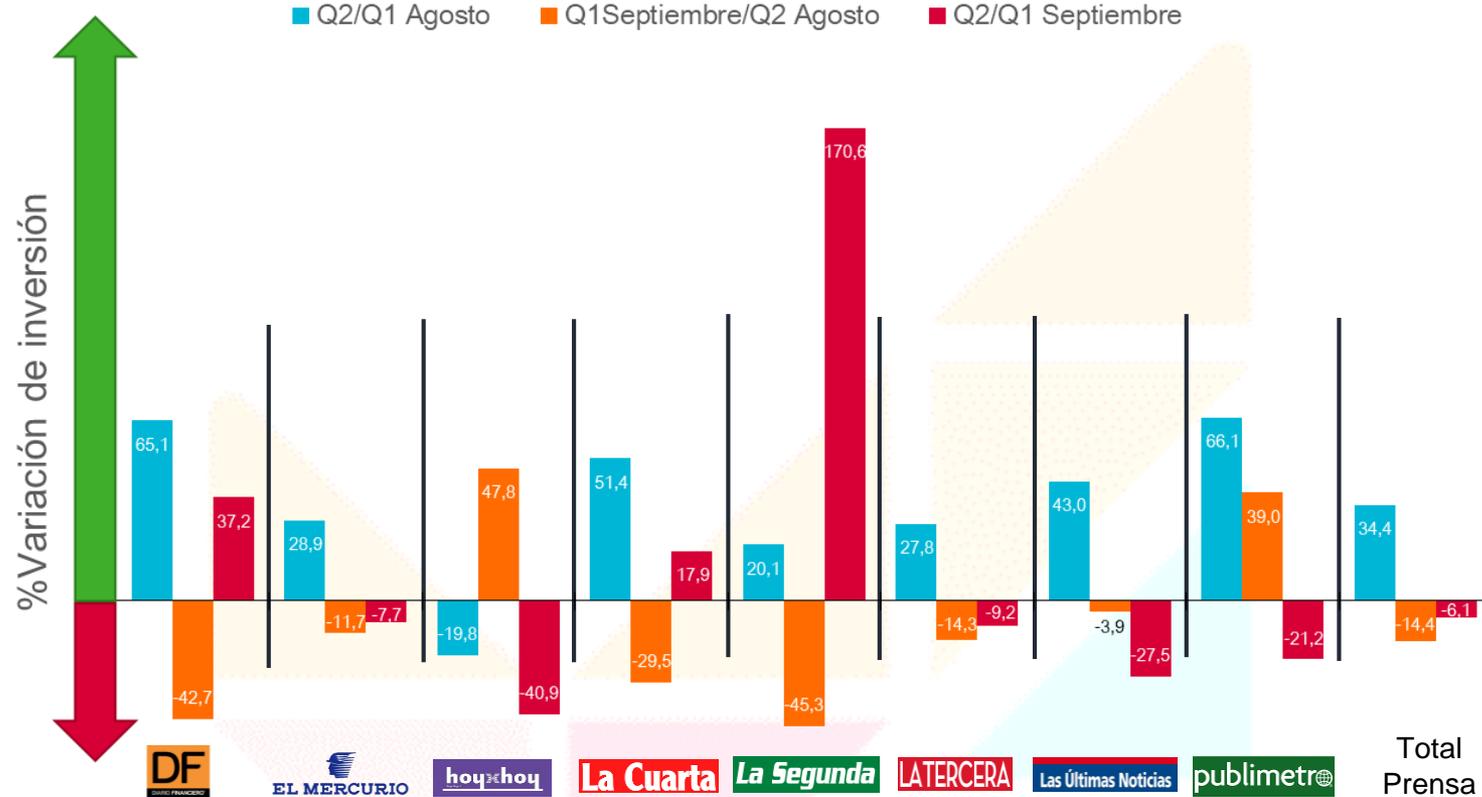
**Corresponde al total general del medio con todos los canales verificados por la empresa.

EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Inversión publicitaria quincenal

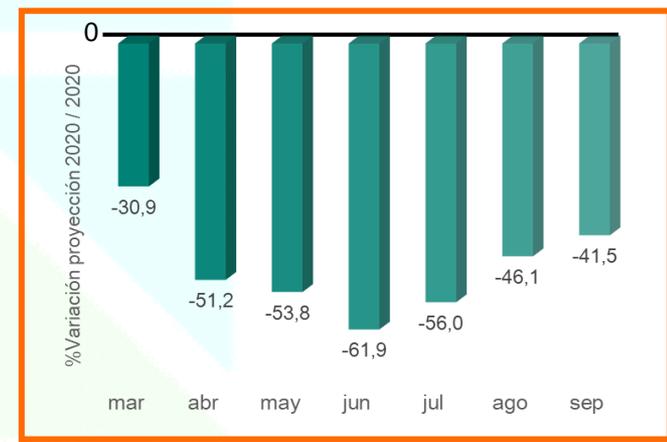
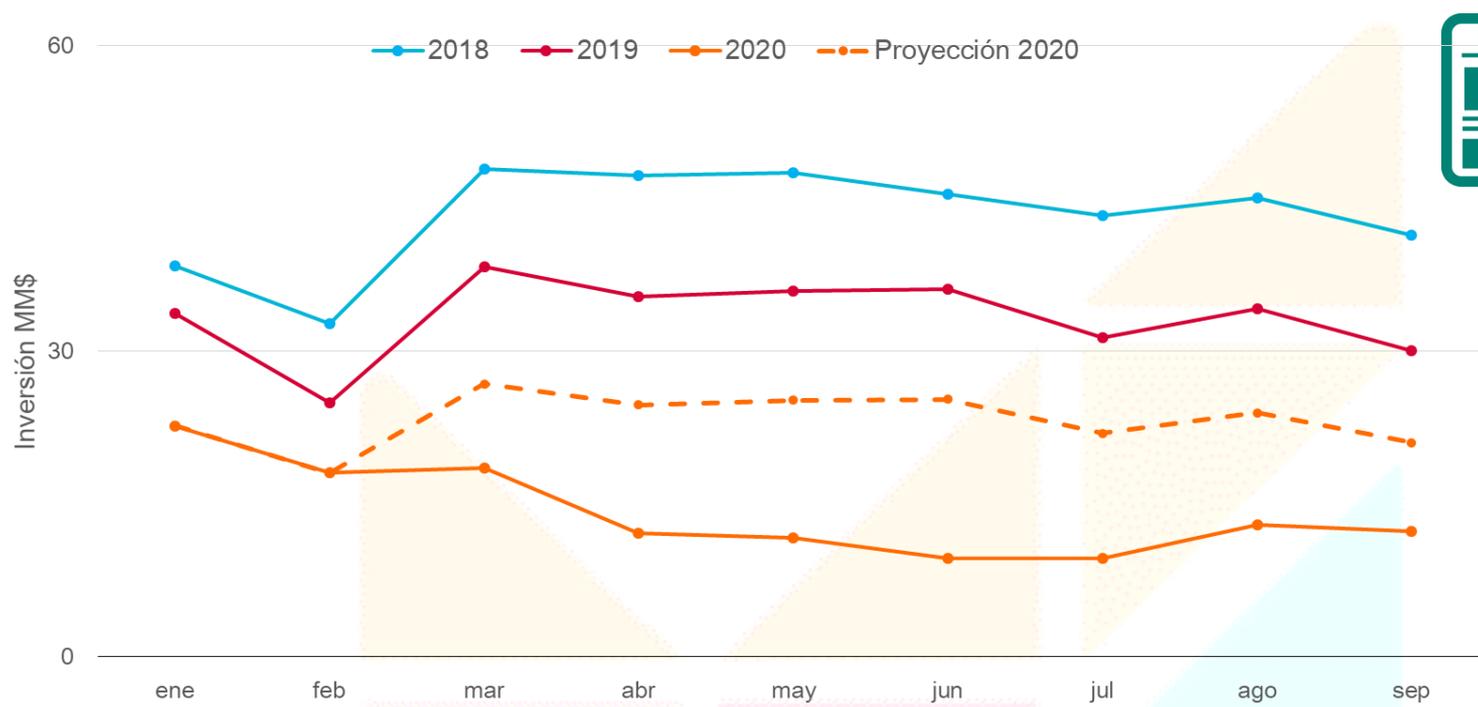
01 de ago – 31 de sep



El medio Prensa presenta una disminución de -6,1% de inversión publicitaria entre la segunda y la primera quincena del mes de septiembre, a pesar del incremento en inversión para el mismo periodo mostrado por los diarios, La Segunda, Diario Financiero, y La Cuarta.

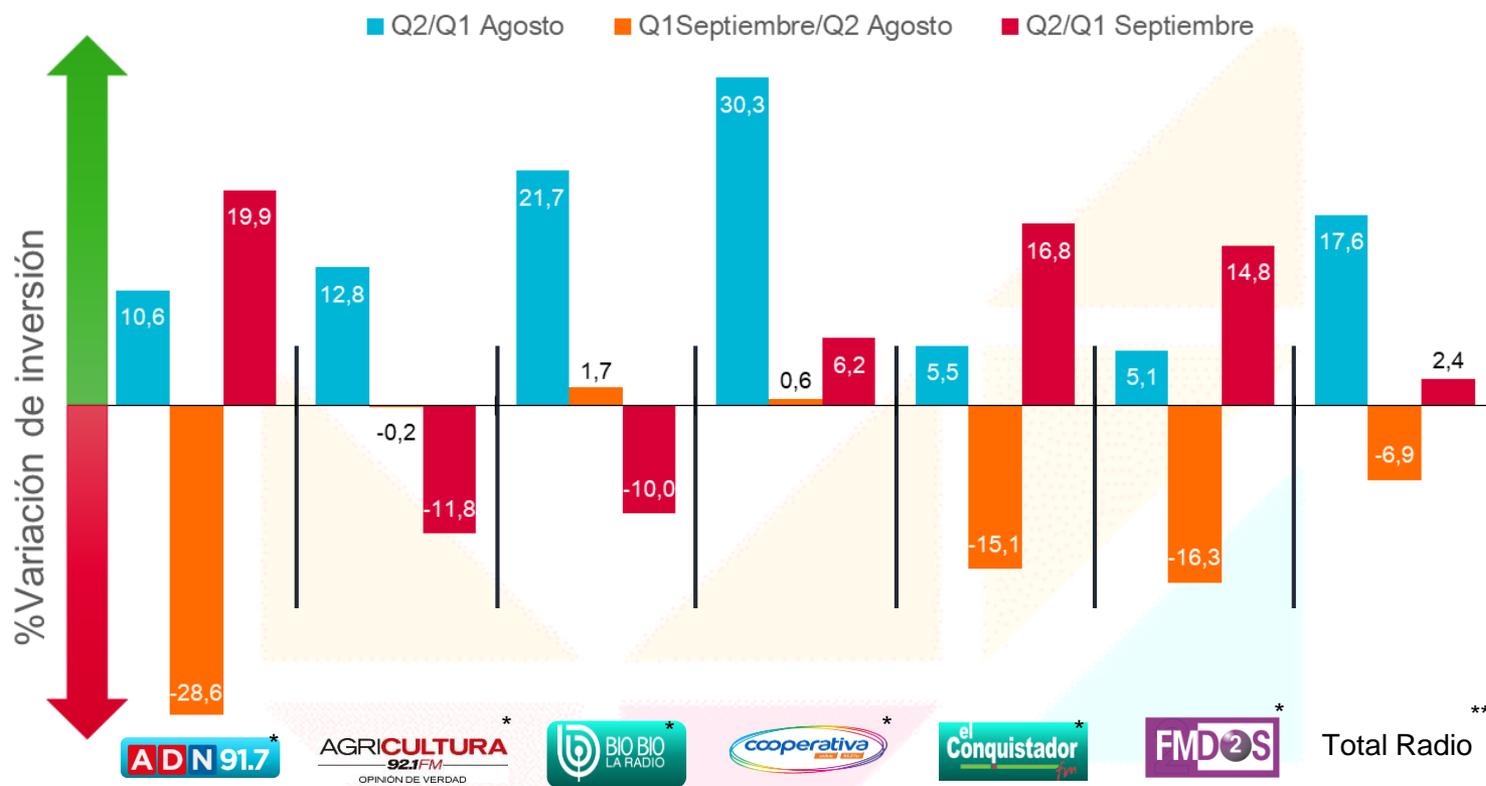


EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Inversión publicitaria quincenal

01 de ago – 31 de sep



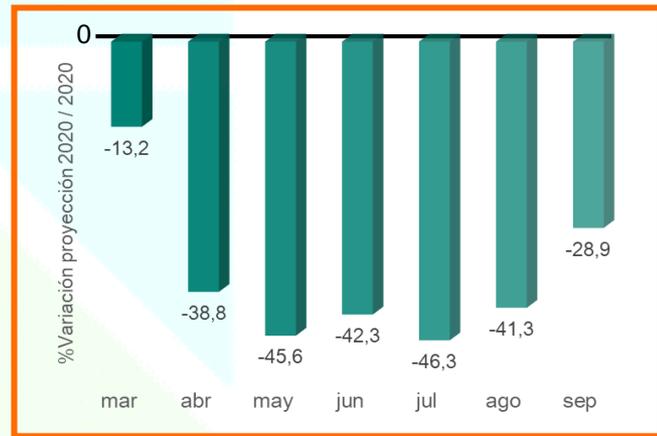
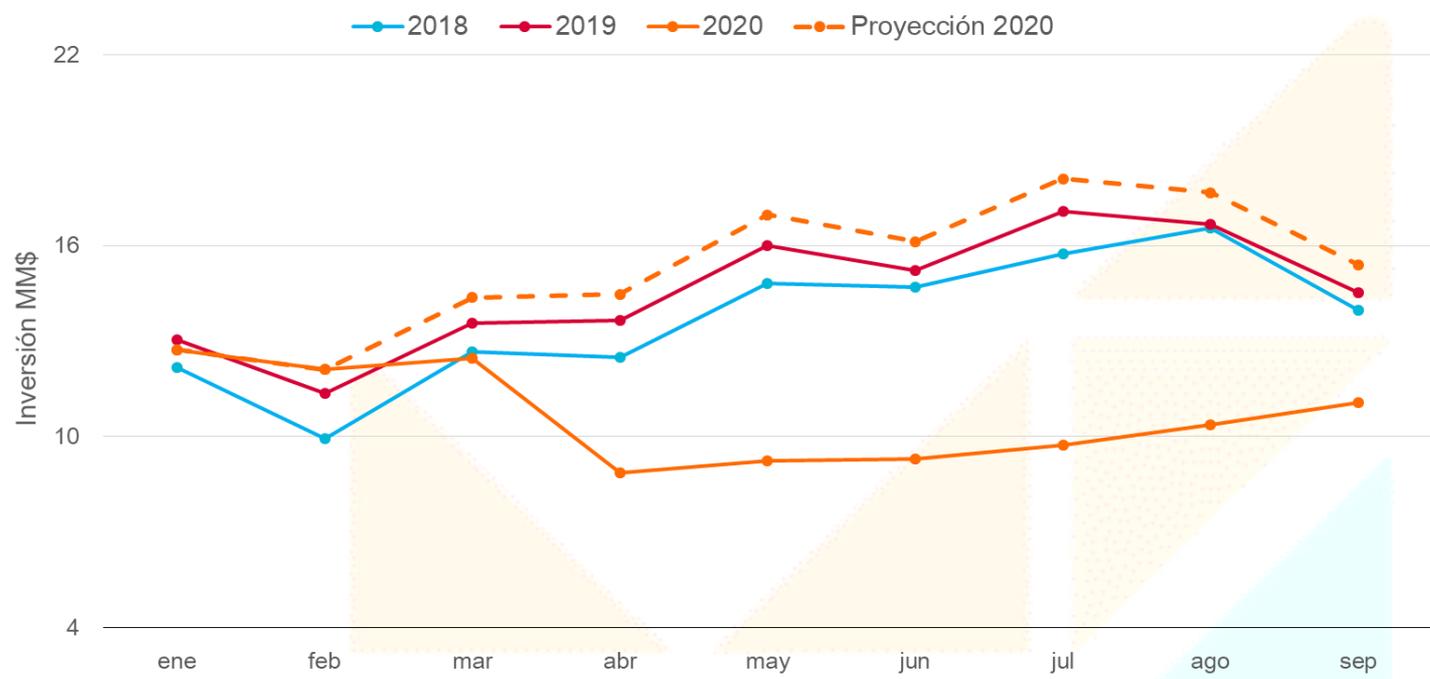
El medio Radio muestra un aumento de 2,4% en inversión publicitaria para la segunda quincena de septiembre con relación a la primera quincena del mismo mes, siendo, de las radios mostradas en el gráfico, solo Bio Bio y Agricultura las que disminuyen su inversión para el mismo periodo considerado.



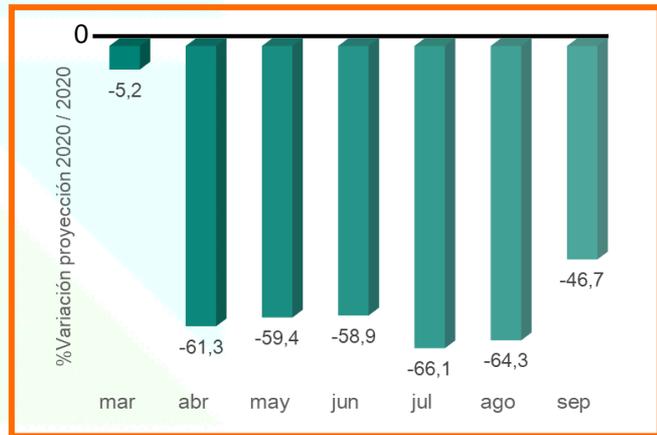
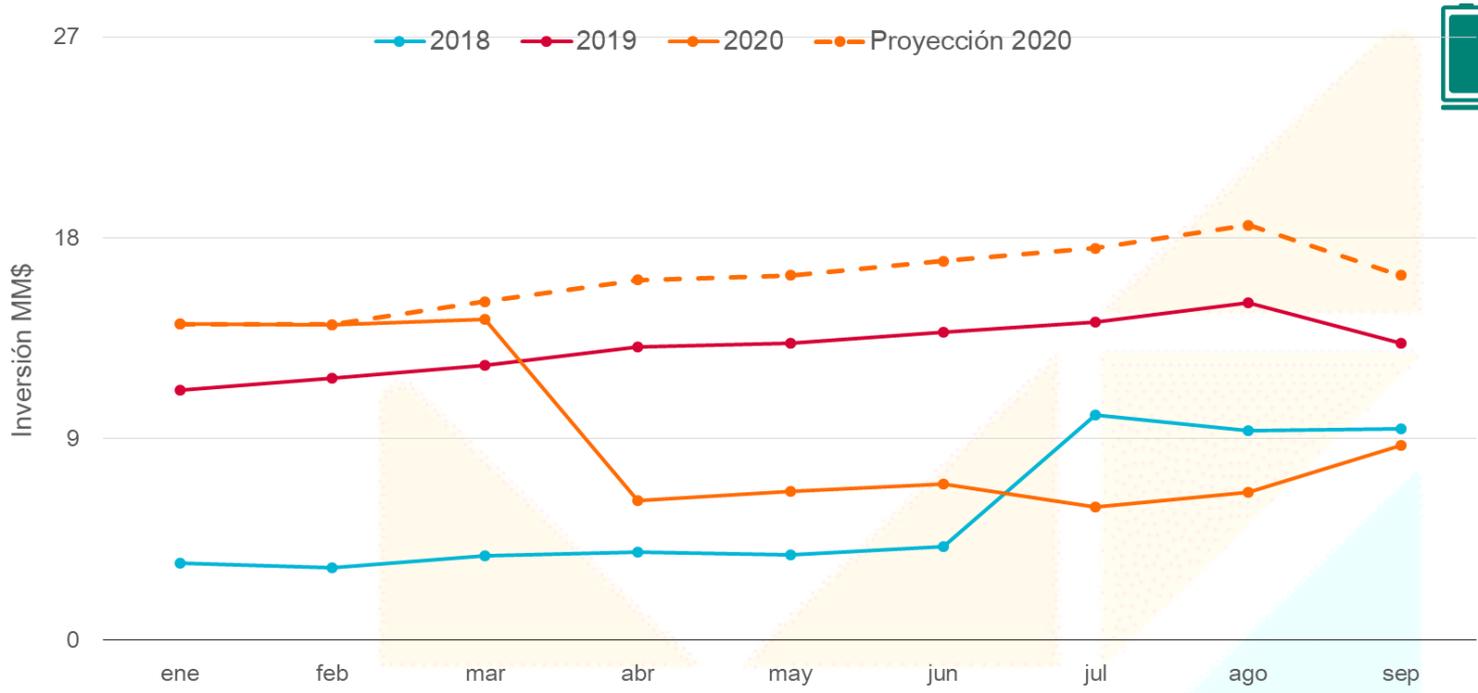
*Se muestran las 6 primeras emisoras de acuerdo al ranking de inversión publicitaria .

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

EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA

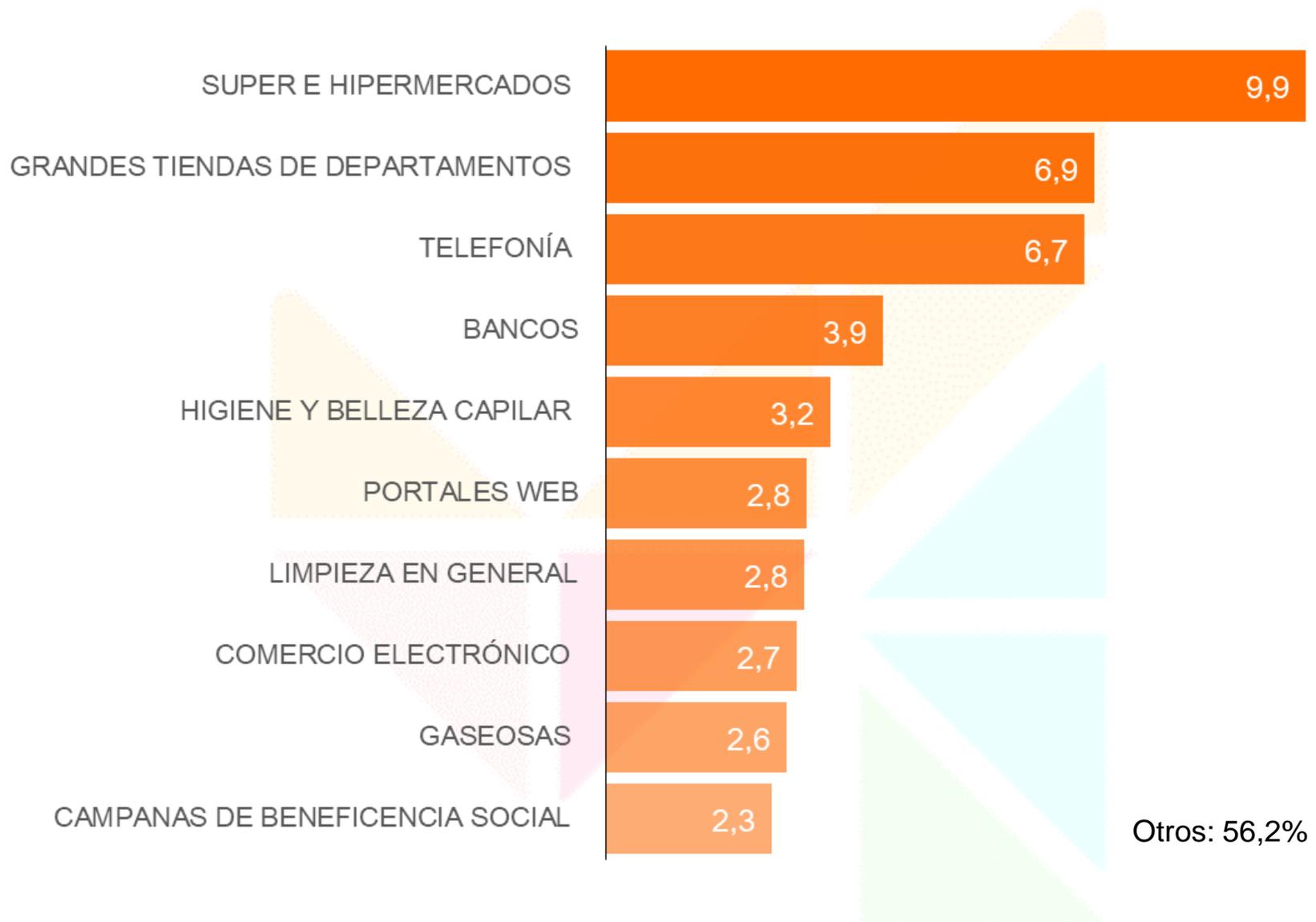


EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Top 10 inversión Rubros

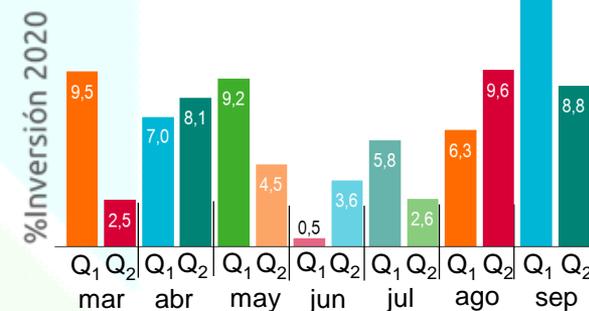
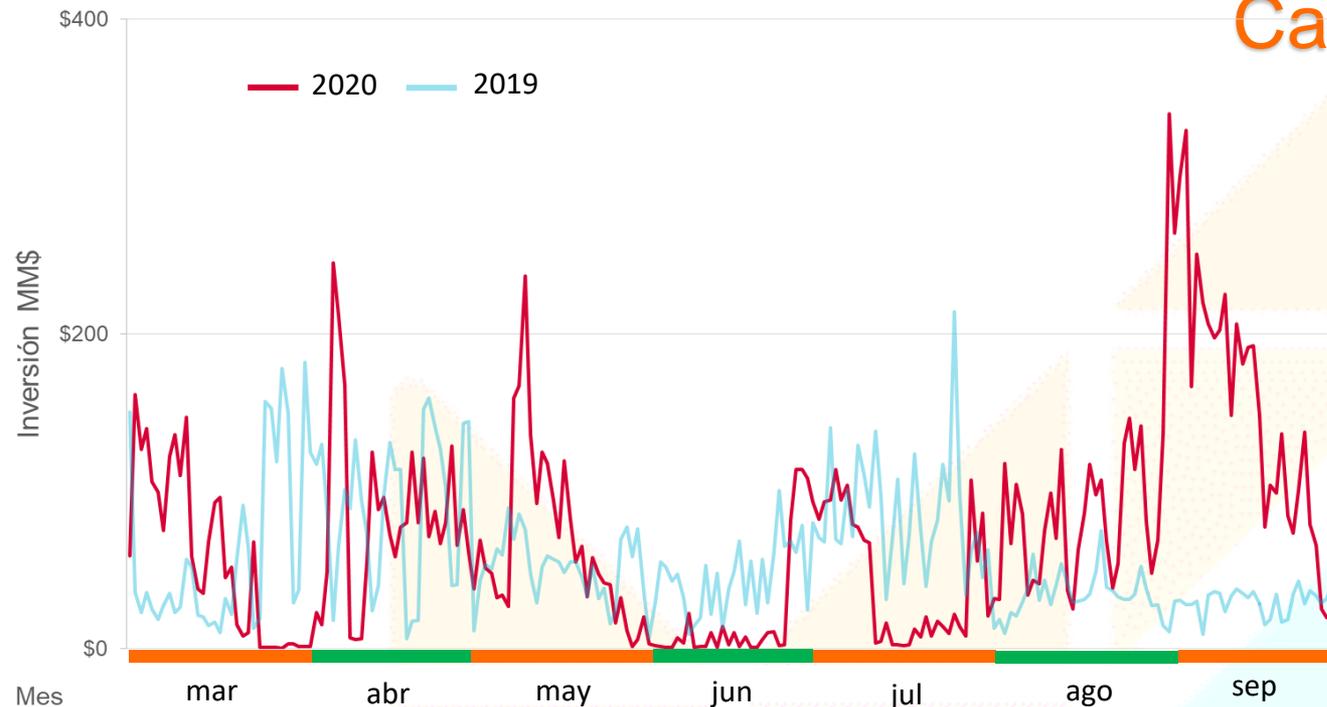
Septiembre



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

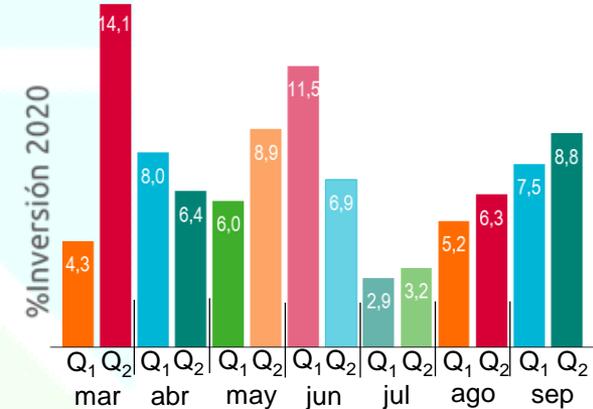
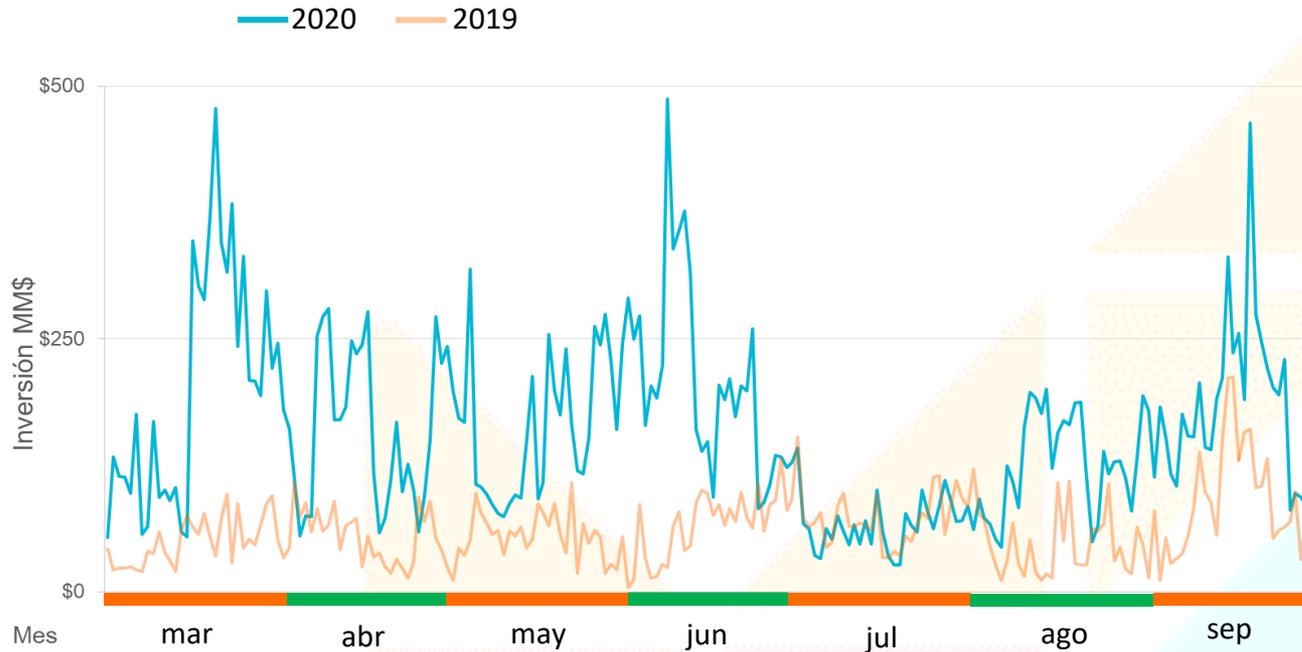
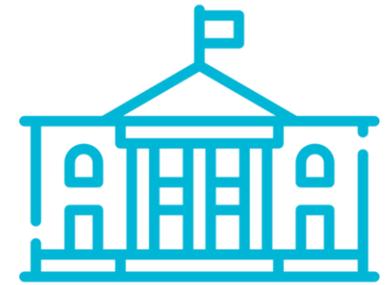
Carnes y Derivados



Evolutivo inversión publicitaria

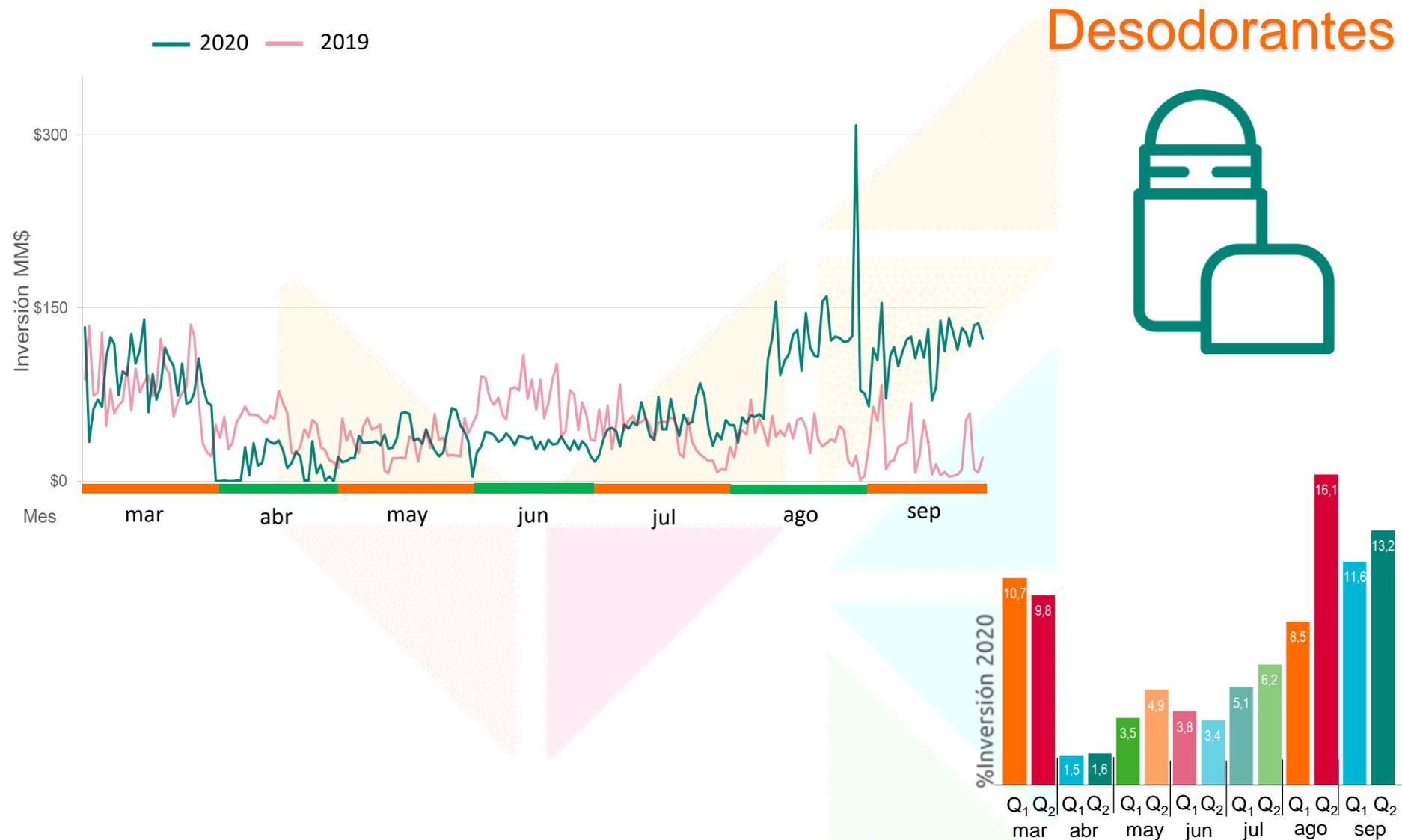
Por rubro

Campañas Públicas



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro



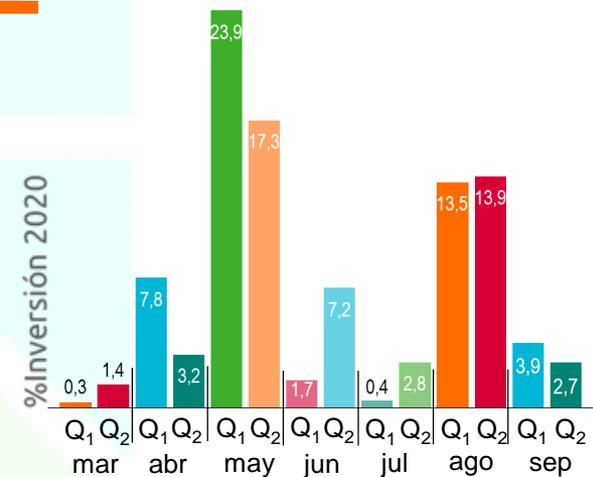
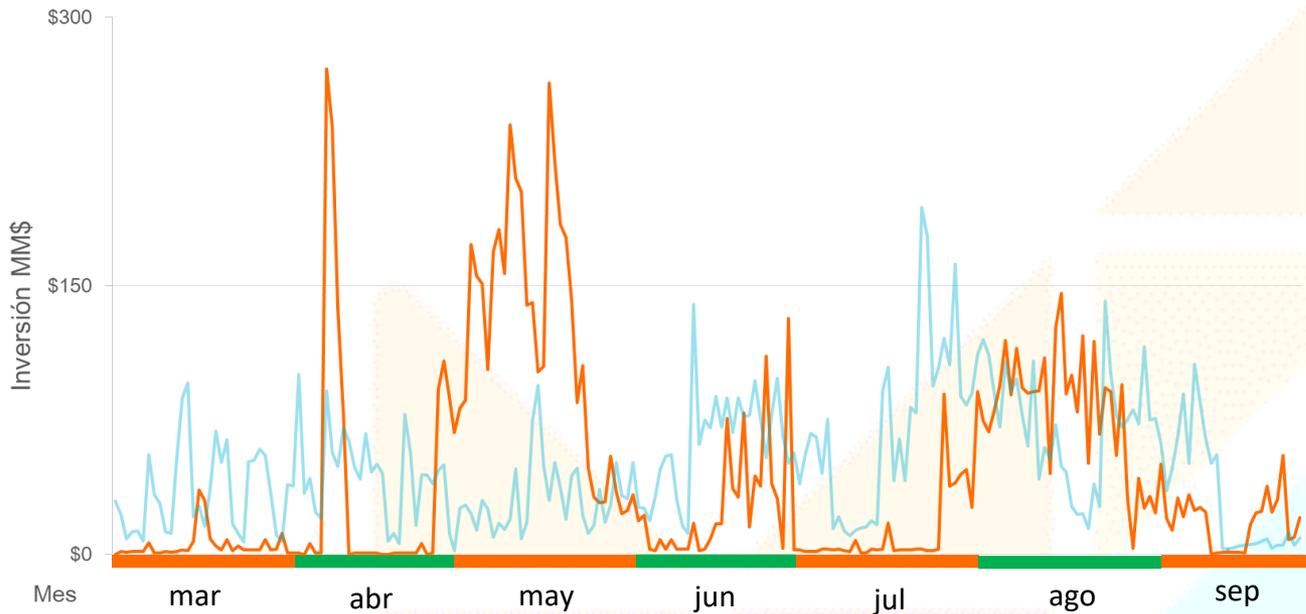
Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

Chocolates, Caramelos y Dulces



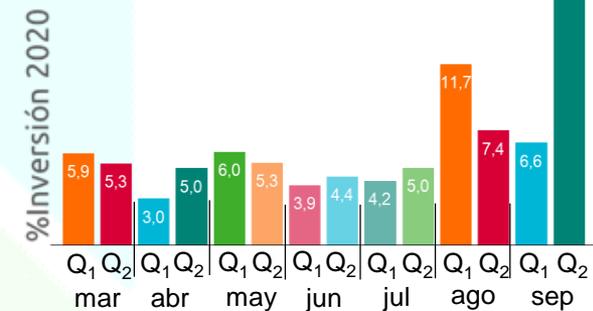
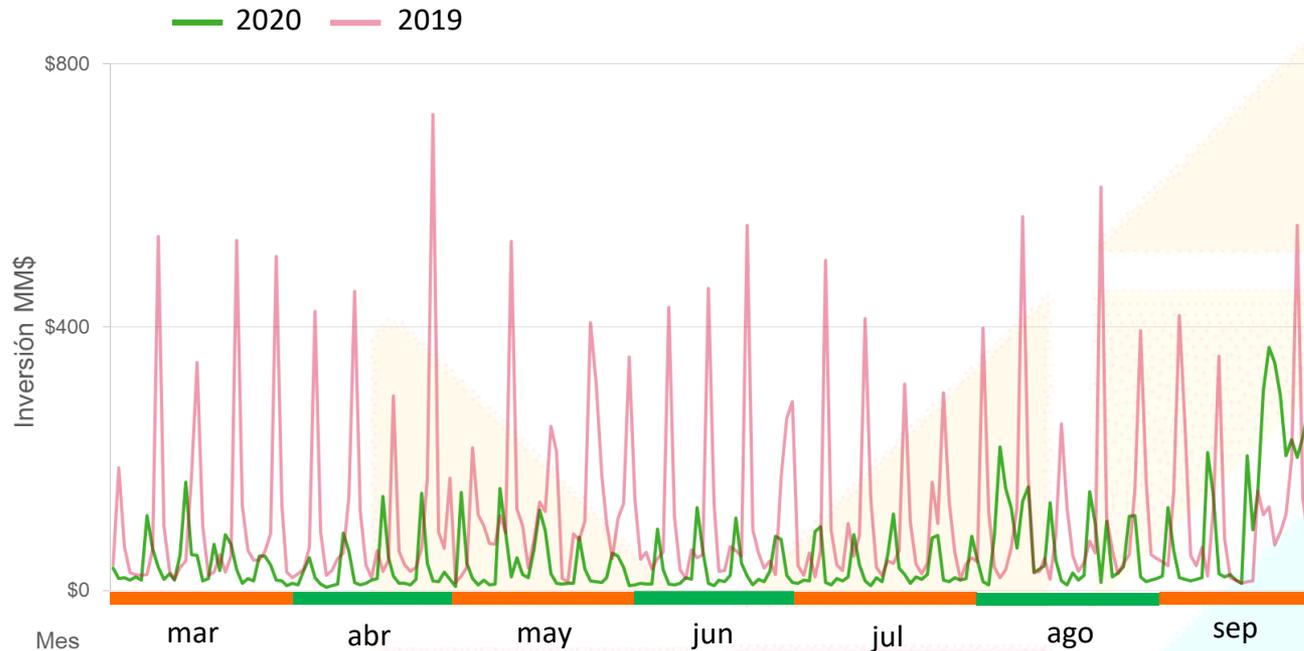
— 2020 — 2019



Evolutivo inversión publicitaria

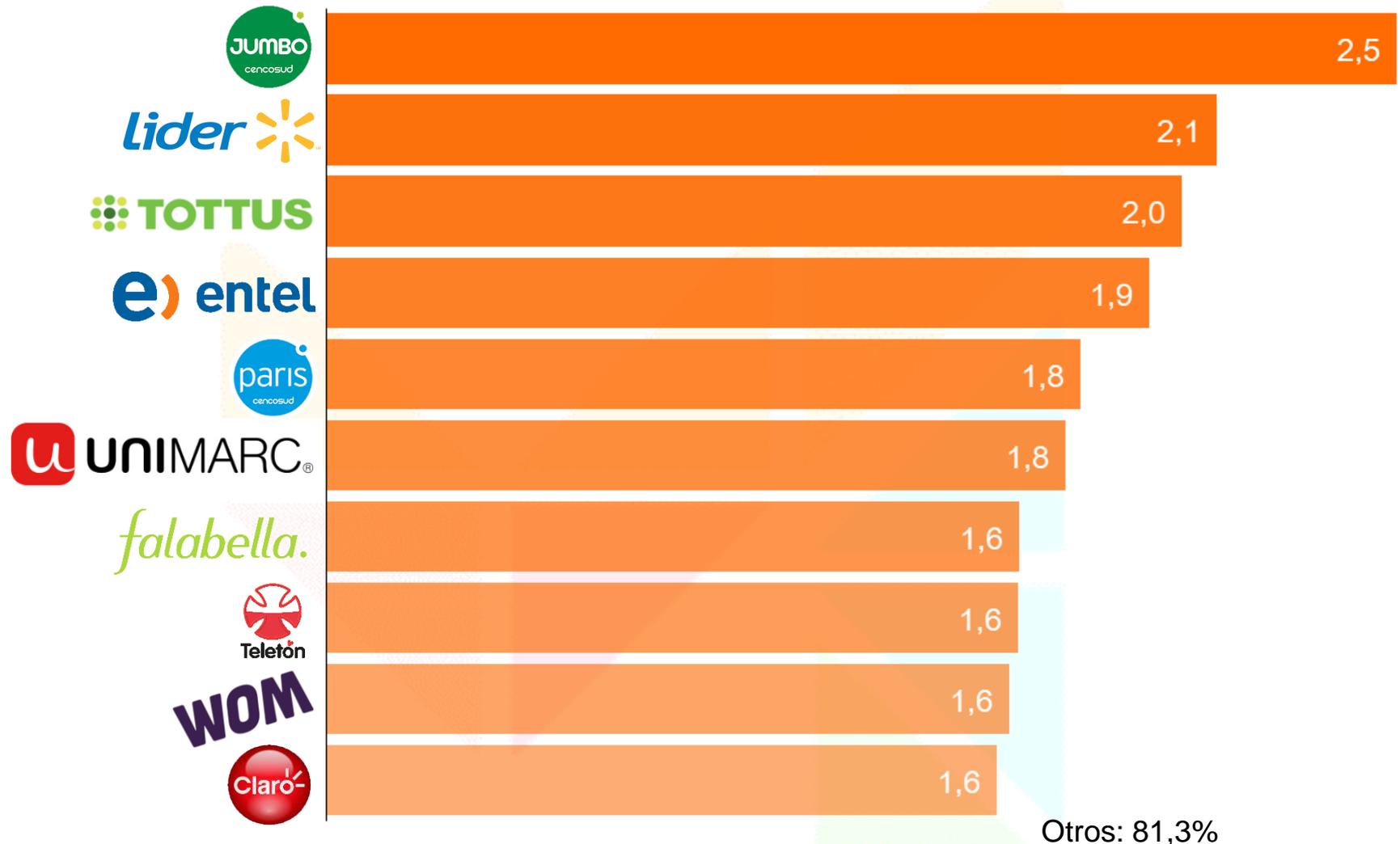
Por rubro

Constructoras y Corredores de Propiedades



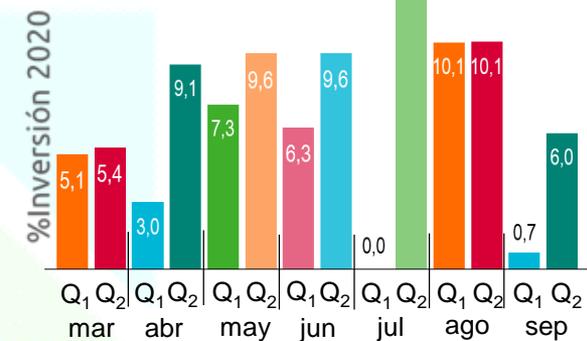
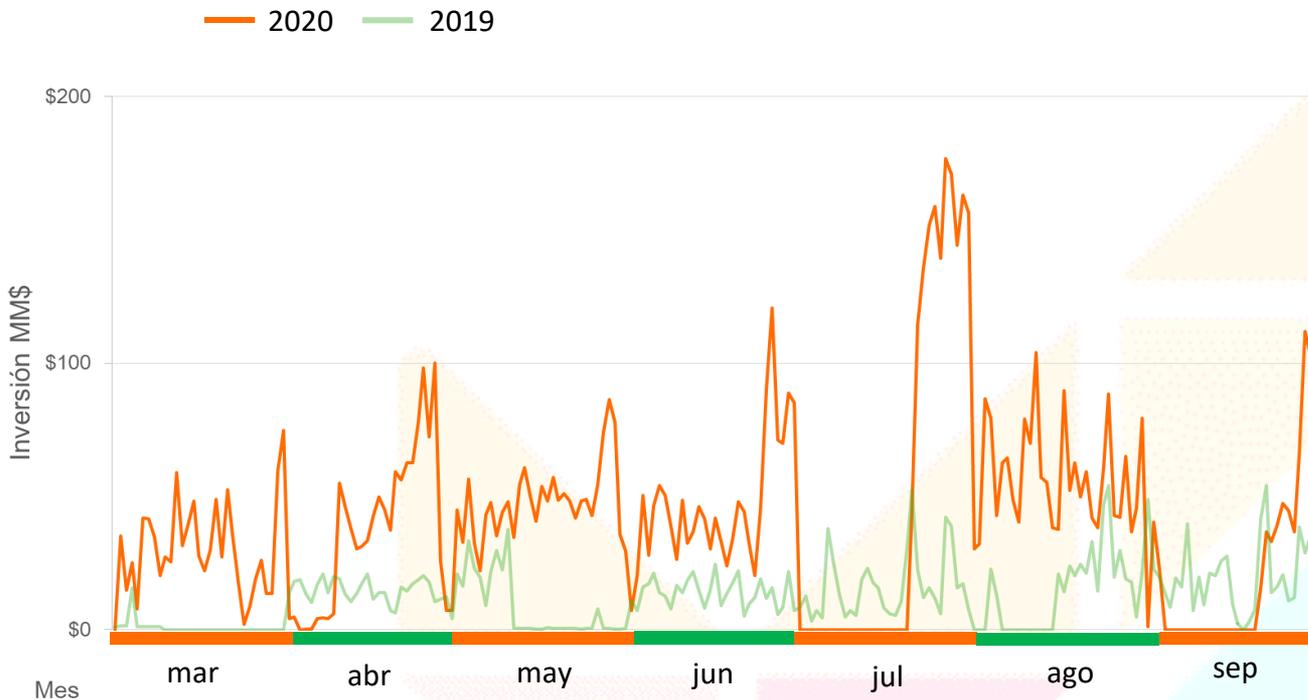
Top 10 inversión Marcas

Septiembre



Evolución inversión publicitaria

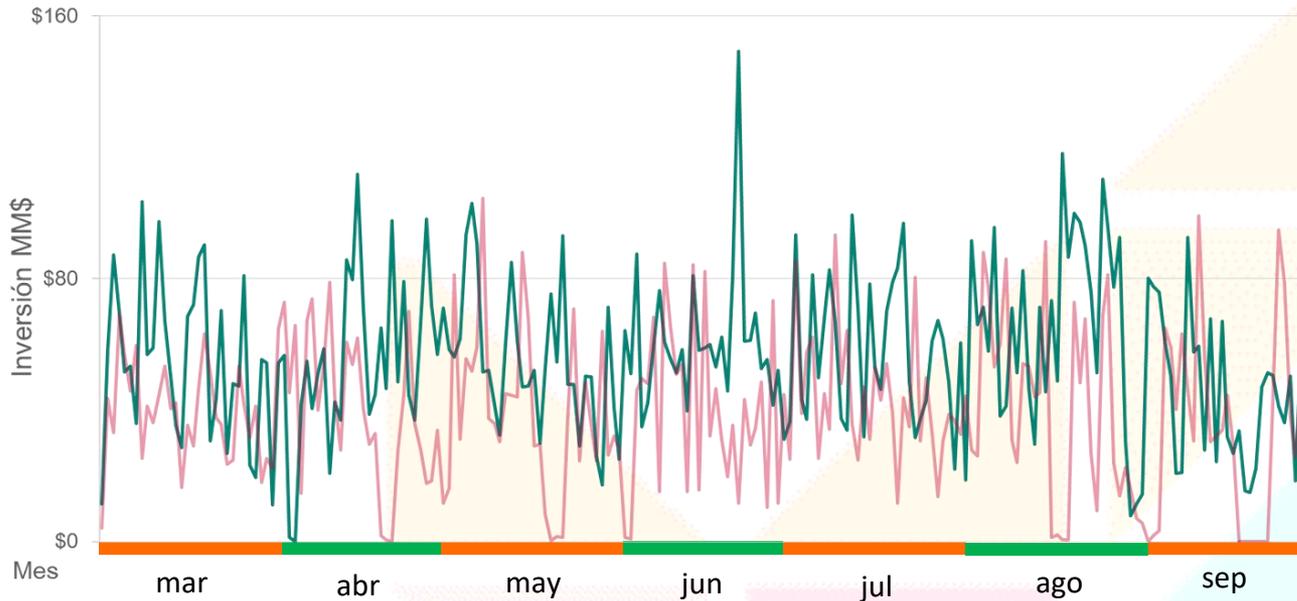
Por marca



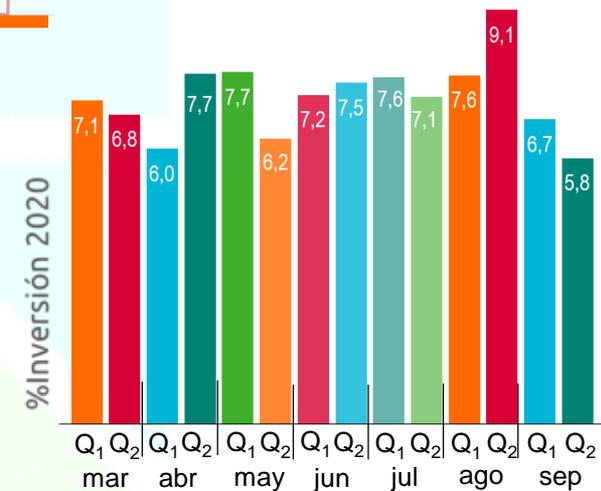
Evolución inversión publicitaria

Por marca

— 2020 — 2019

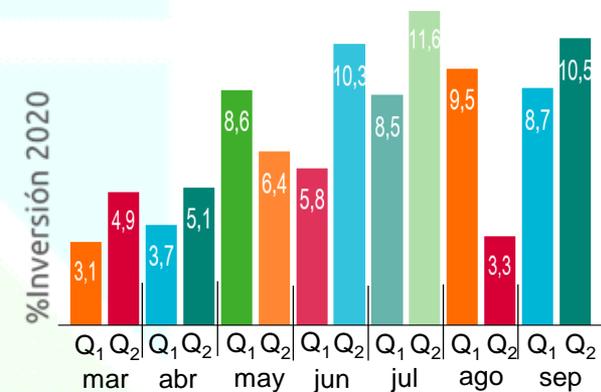
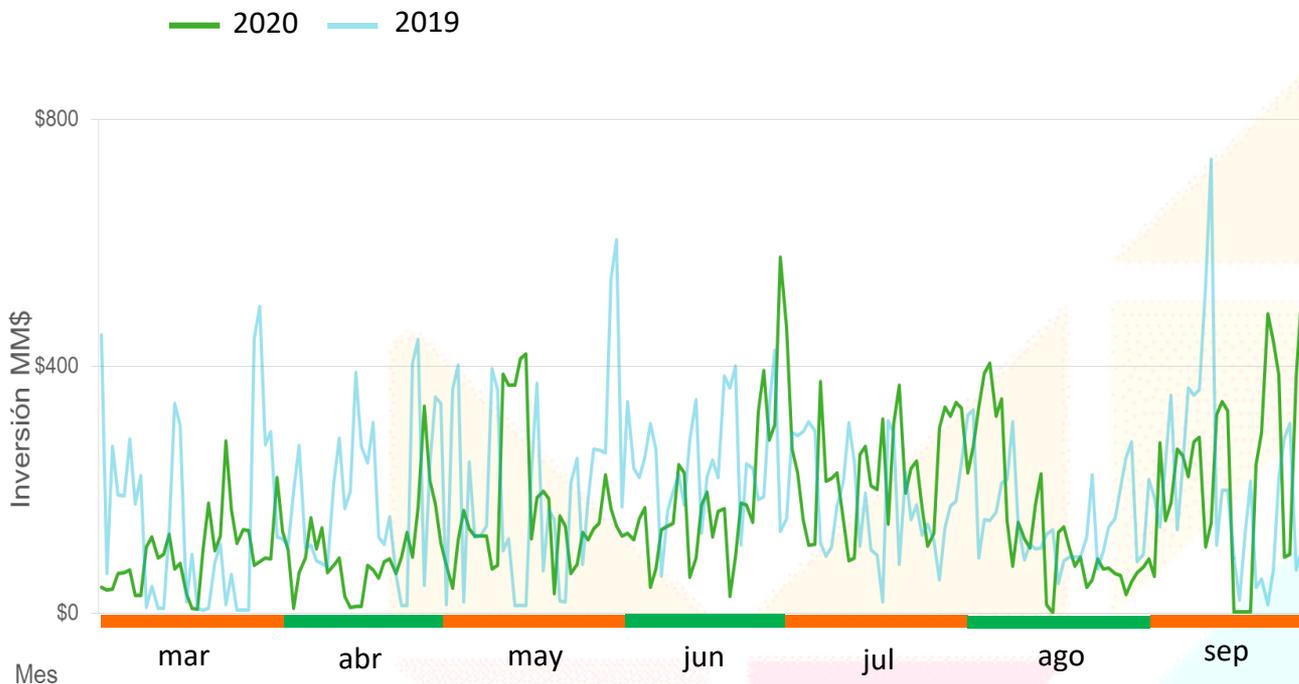


Ensure®



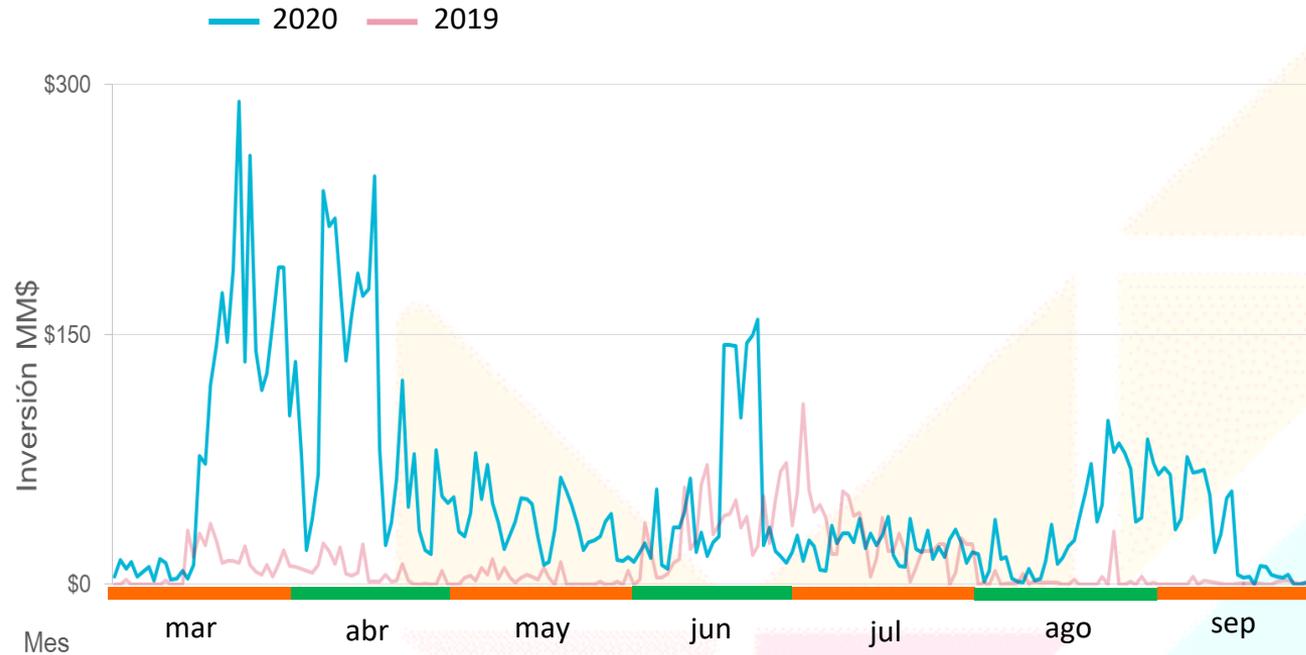
Evolución inversión publicitaria

Por marca

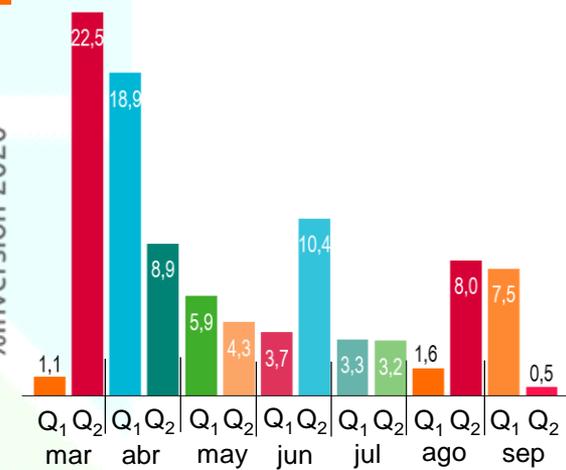


Evolución inversión publicitaria

Por marca

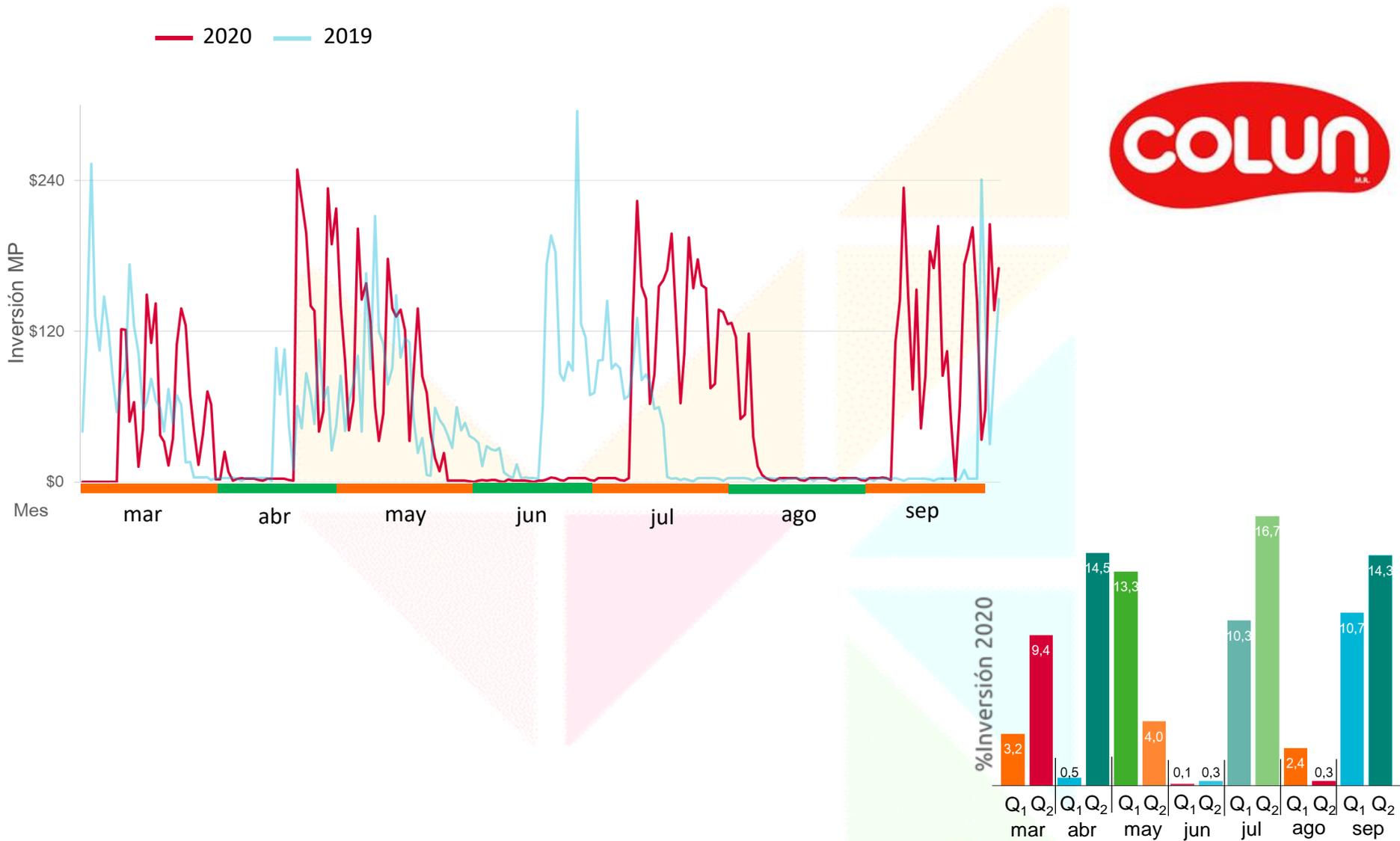


% Inversión 2020



Evolución inversión publicitaria

Por marca





¿Deseas conocer más estudios como este?

megatime.cl/blog

hola@megatime.cl

  **megatimegroup**