

Evolución de la industria publicitaria

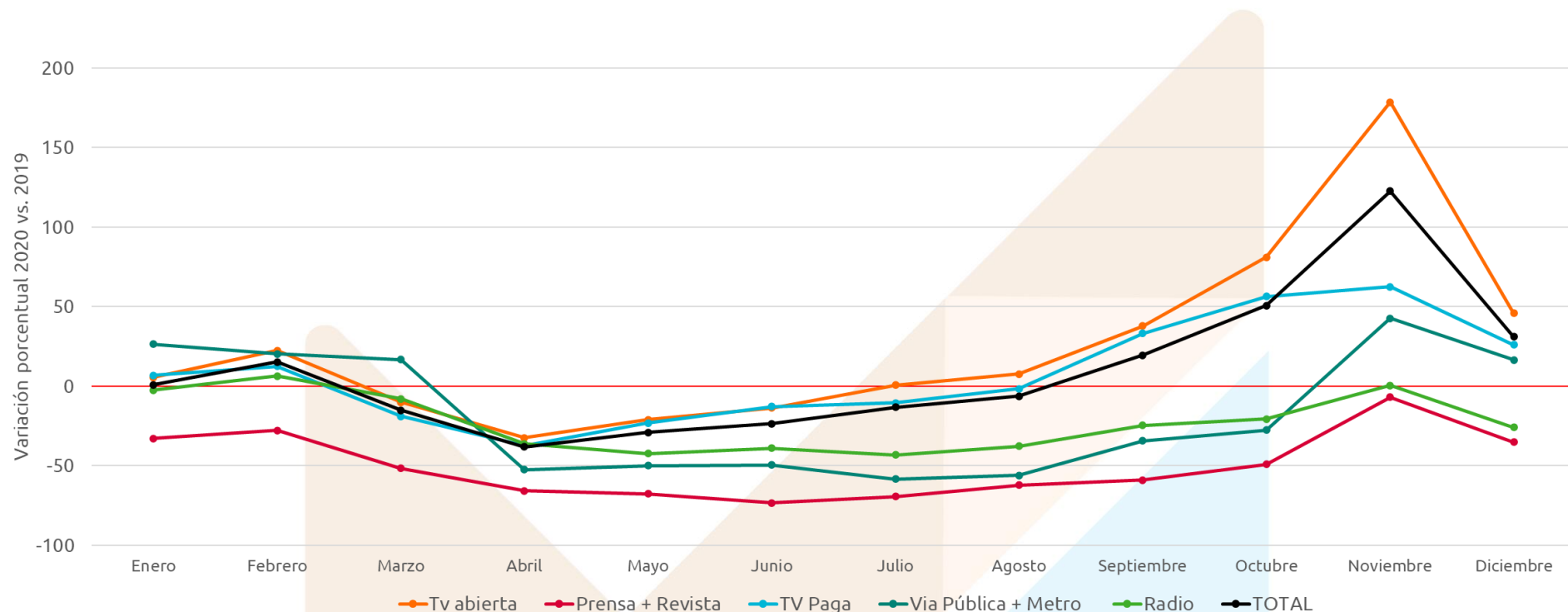
en tiempos de **COVID-19**

Actualizado al 31 de diciembre



Inversión publicitaria mensual

ene - dic 2020 vs. 2019

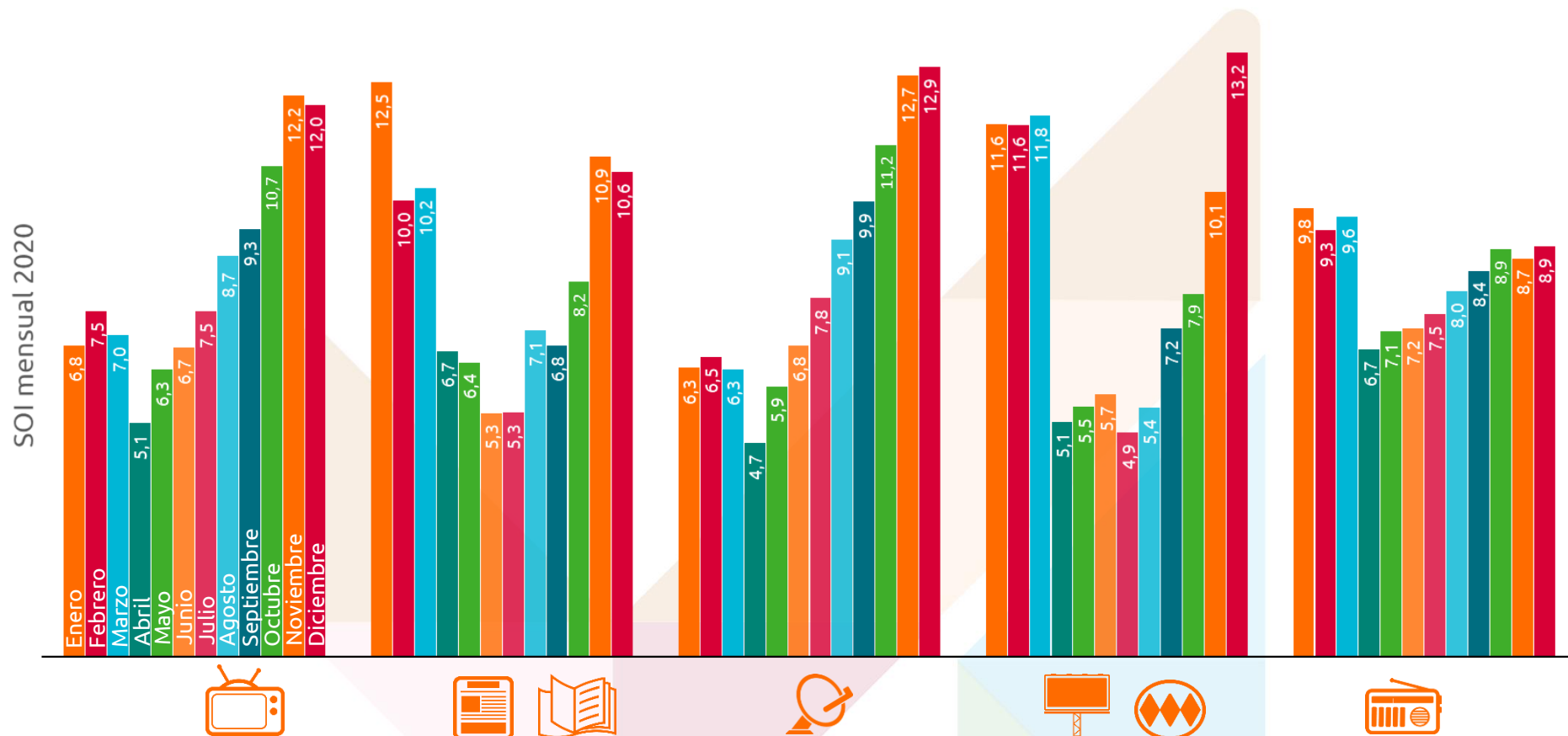


Para el mes de diciembre 2020 los medios Tv Abierta, Tv Paga y Vía Pública + Metro registran una inversión superior con relación al mismo periodo año 2019 (45,9; 25,9 y 16,5% respectivamente). Individualmente la variación porcentual diciembre 2020 vs. 2019 puede describirse como sigue:

$$\% \text{variación nov} \frac{2020}{2019} = \text{Prensa + Revista} (-6,9\%) + \text{Radio} (+0,5\%) + \text{TV Paga} (+16,5\%) + \text{Vía Pública + Metro} (+25,9\%) + \text{Tv Abierta} (+45,9\%)$$

Inversión publicitaria mensual

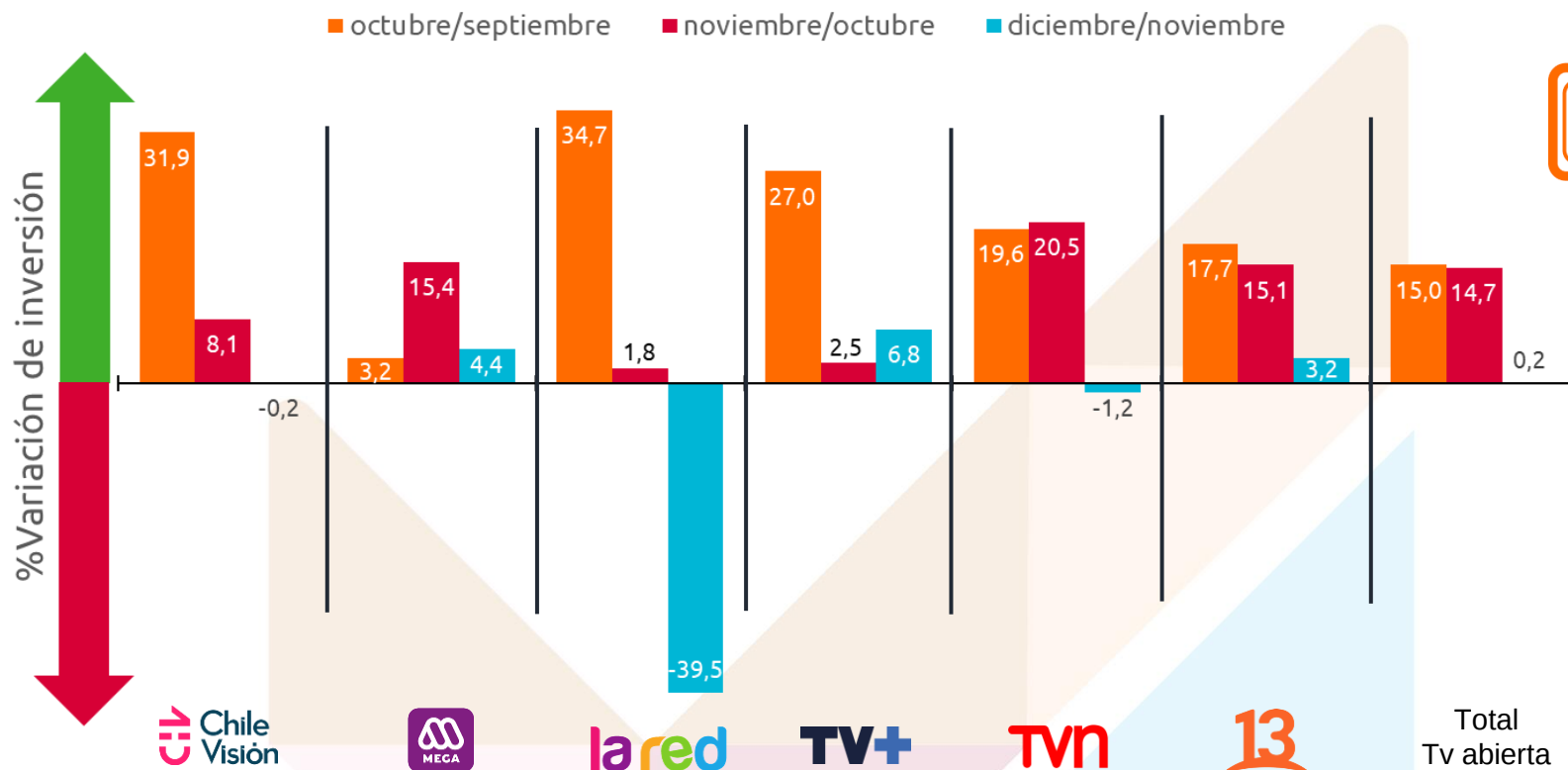
ene - dic 2020



Para el mes de diciembre 2020 el *share of investment* (SOL) de Vía Pública + Metro muestra un crecimiento de 3,1 puntos más con relación al mes de noviembre ubicándose en 13,2%, en orden decreciente le sigue TV Paga con 12,9%, Tv Abierta con 12,0%, Prensa + Revistas con 10,6%, y finalmente Radio con 8,9% de SOL.

Inversión publicitaria mensual

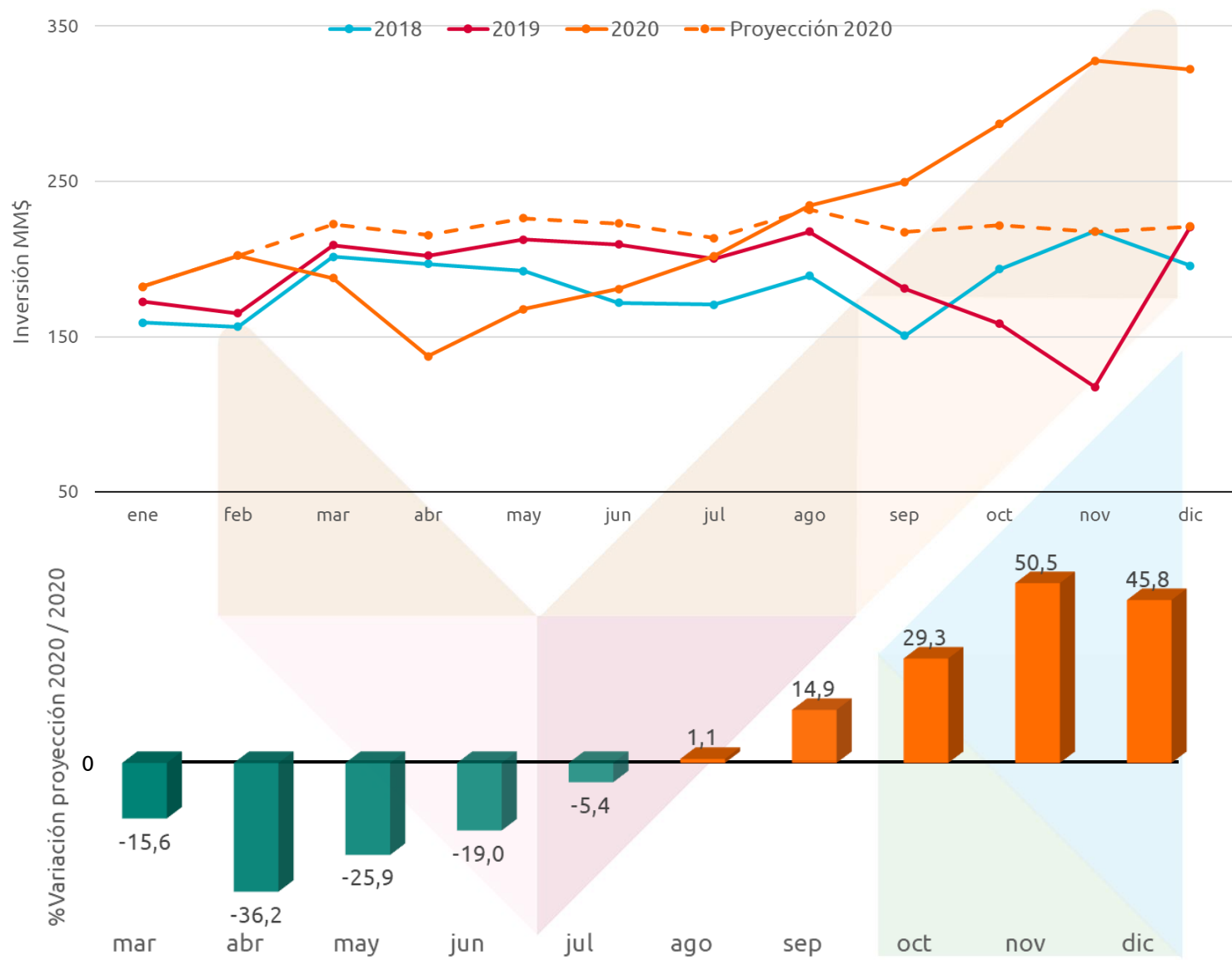
oct – dic



El medio Tv Abierta aumenta la inversión publicitaria del mes de diciembre en 0,2% con relación al mes de noviembre, en donde destaca la caída de inversión mostrada por La Red, cuando el resto de los canales se mantiene en un rango de -1,2 a 6,8 % de variación.

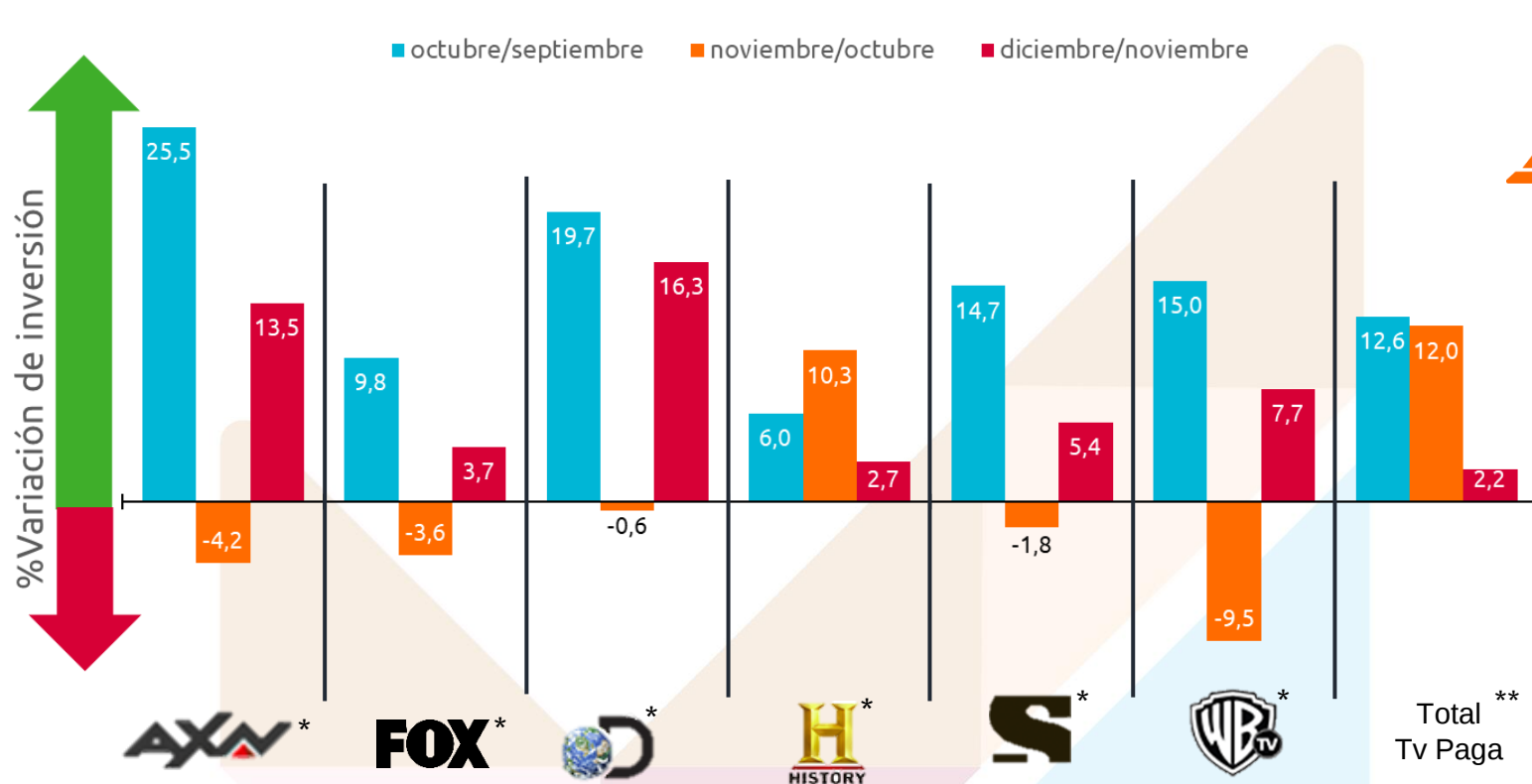
$$\text{inversión} \frac{\text{diciembre}}{\text{noviembre}} = \text{la red} < \text{TVn} < \text{Chile Visión} < 13 < \text{MEGA} < \text{TV+}$$

EFEECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Inversión publicitaria mensual

oct – dic



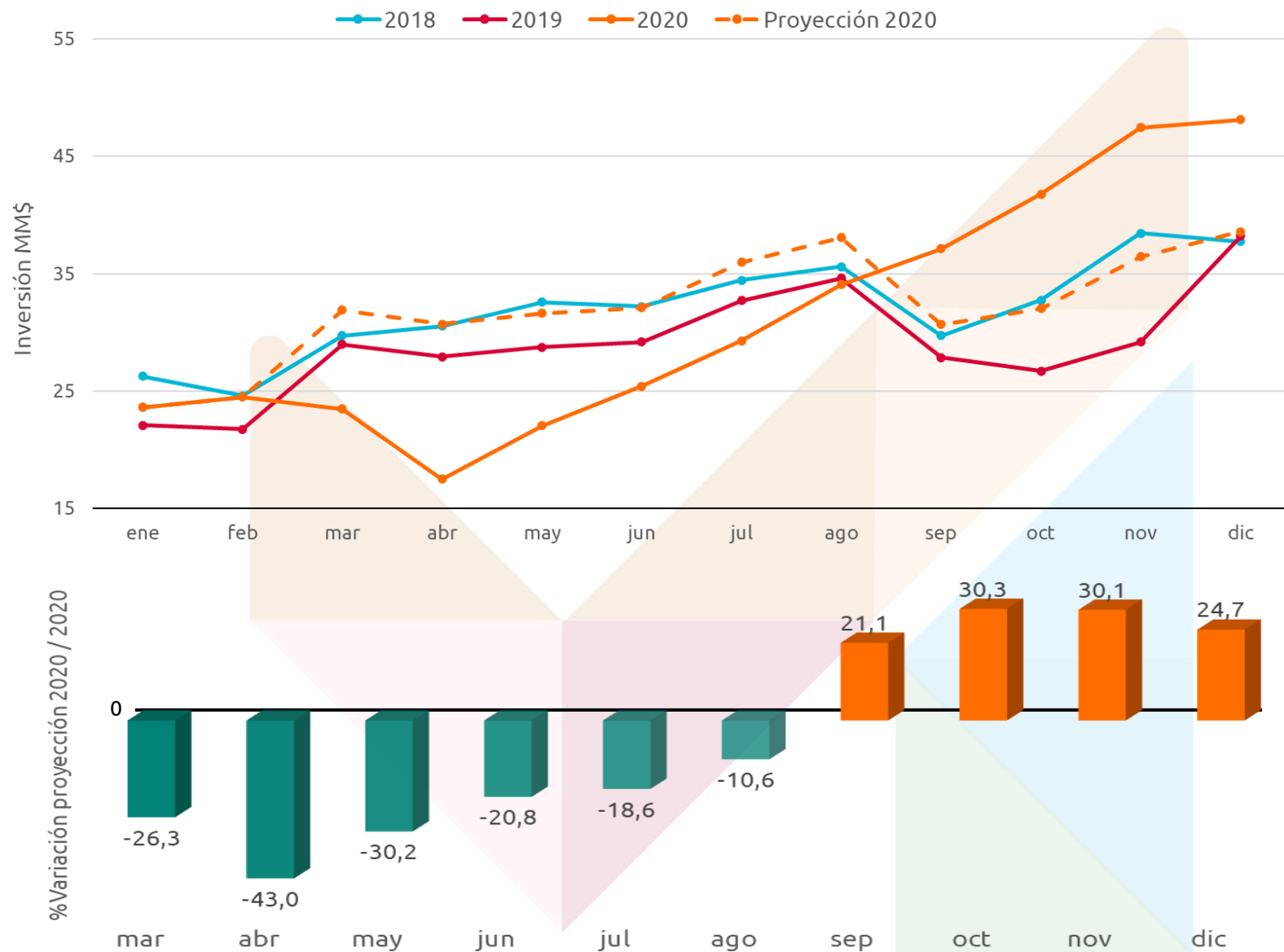
El medio Tv Paga aumenta en 2,2% la inversión publicitaria del mes de diciembre en comparación con la registrada para el mes de noviembre, comportamiento derivado de que todos los canales de Tv Paga mostrados en el gráfico aumentan su inversión para el periodo mencionado.

$$\text{inversión} \frac{\text{diciembre}}{\text{noviembre}} = \text{HISTORY} < \text{FOX} < \text{S} < \text{WB} < \text{AXN} < \text{DISNEY} +$$

*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.

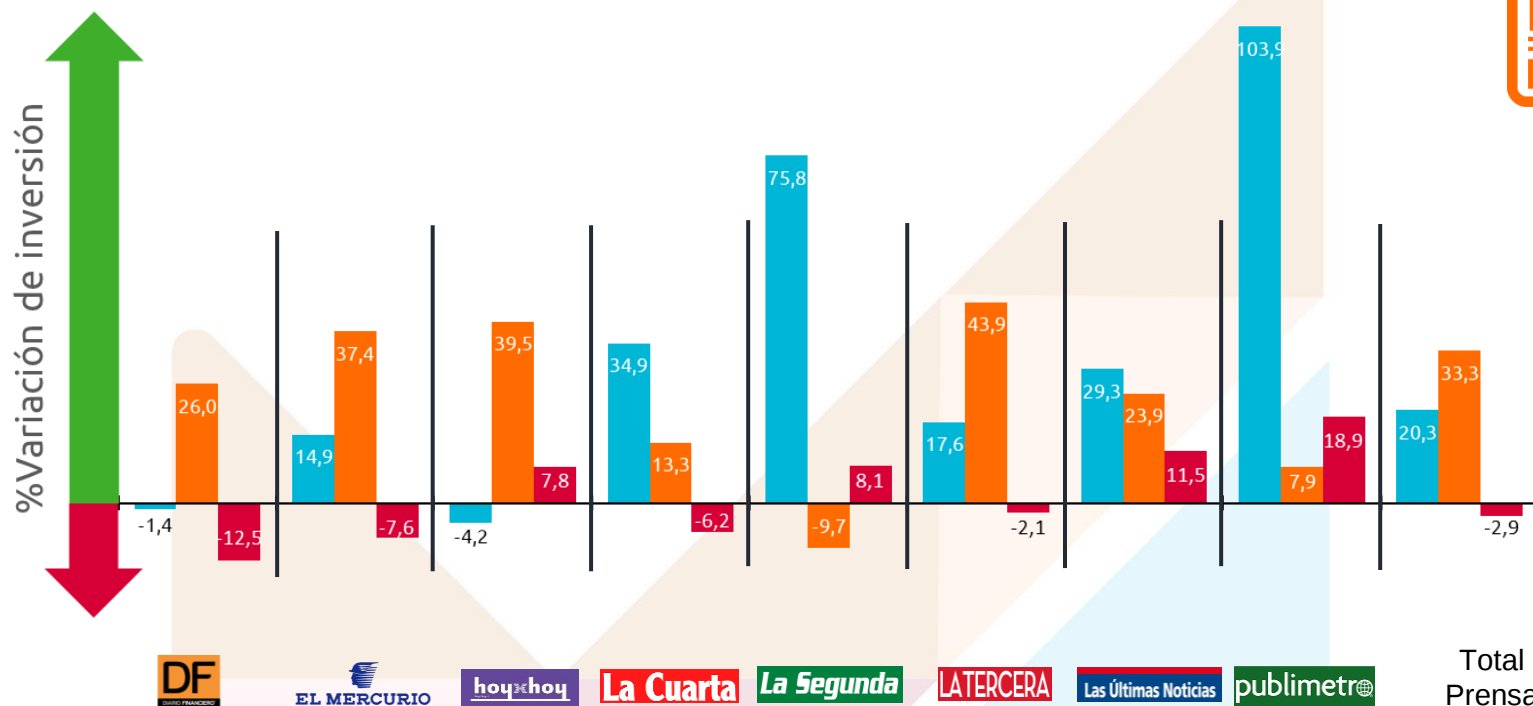
EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Inversión publicitaria quincenal

oct – dic

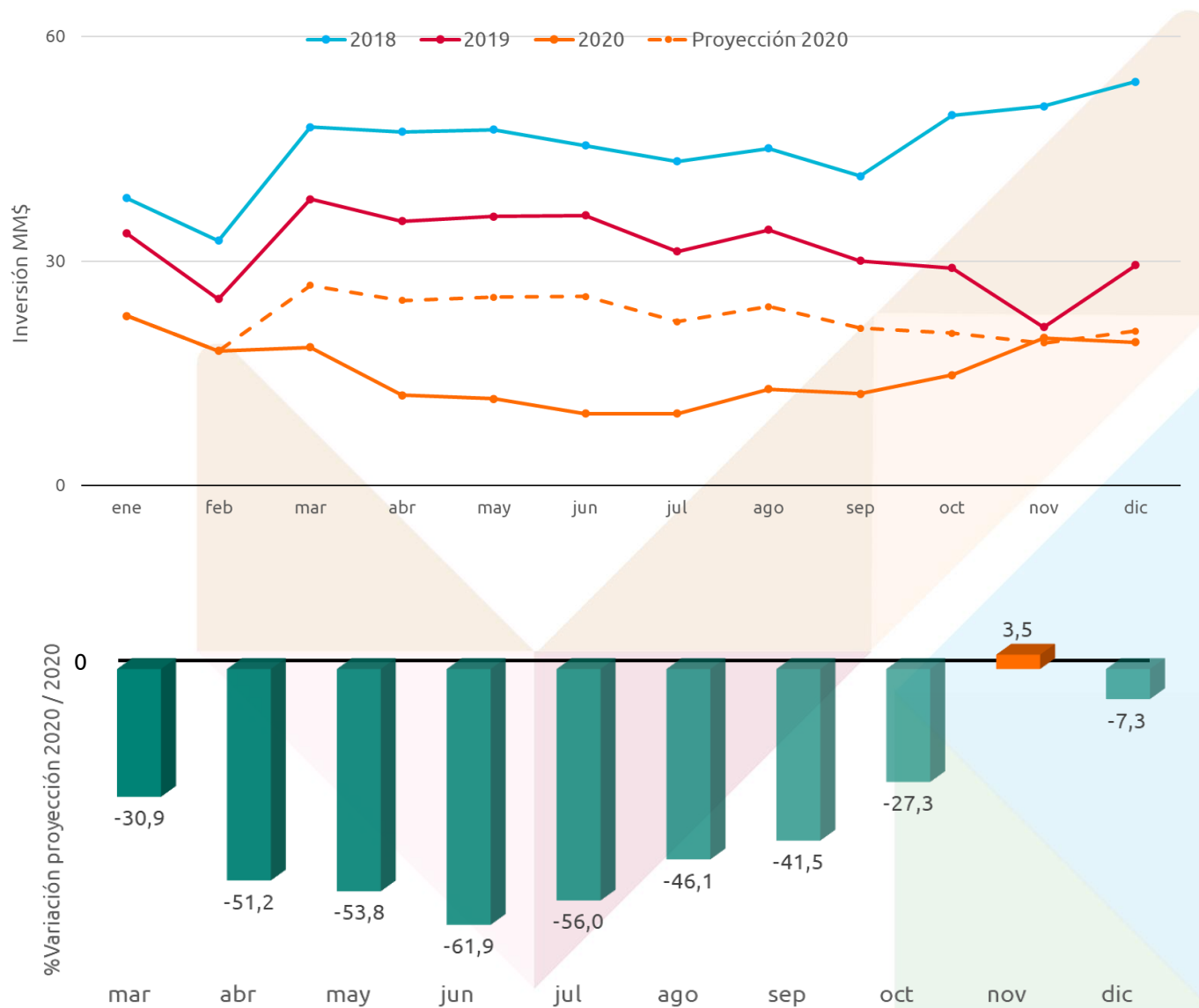
■ octubre/septiembre ■ noviembre/octubre ■ diciembre/noviembre



El medio Prensa disminuye en -2,9 % la inversión publicitaria para el mes de diciembre en comparación con la inversión registrada en el mes de noviembre, siendo los diarios Hoy x Hoy, La Segunda, Las Últimas Noticias y Publimetro aquellos que aumentan su inversión publicitaria para el periodo referido.

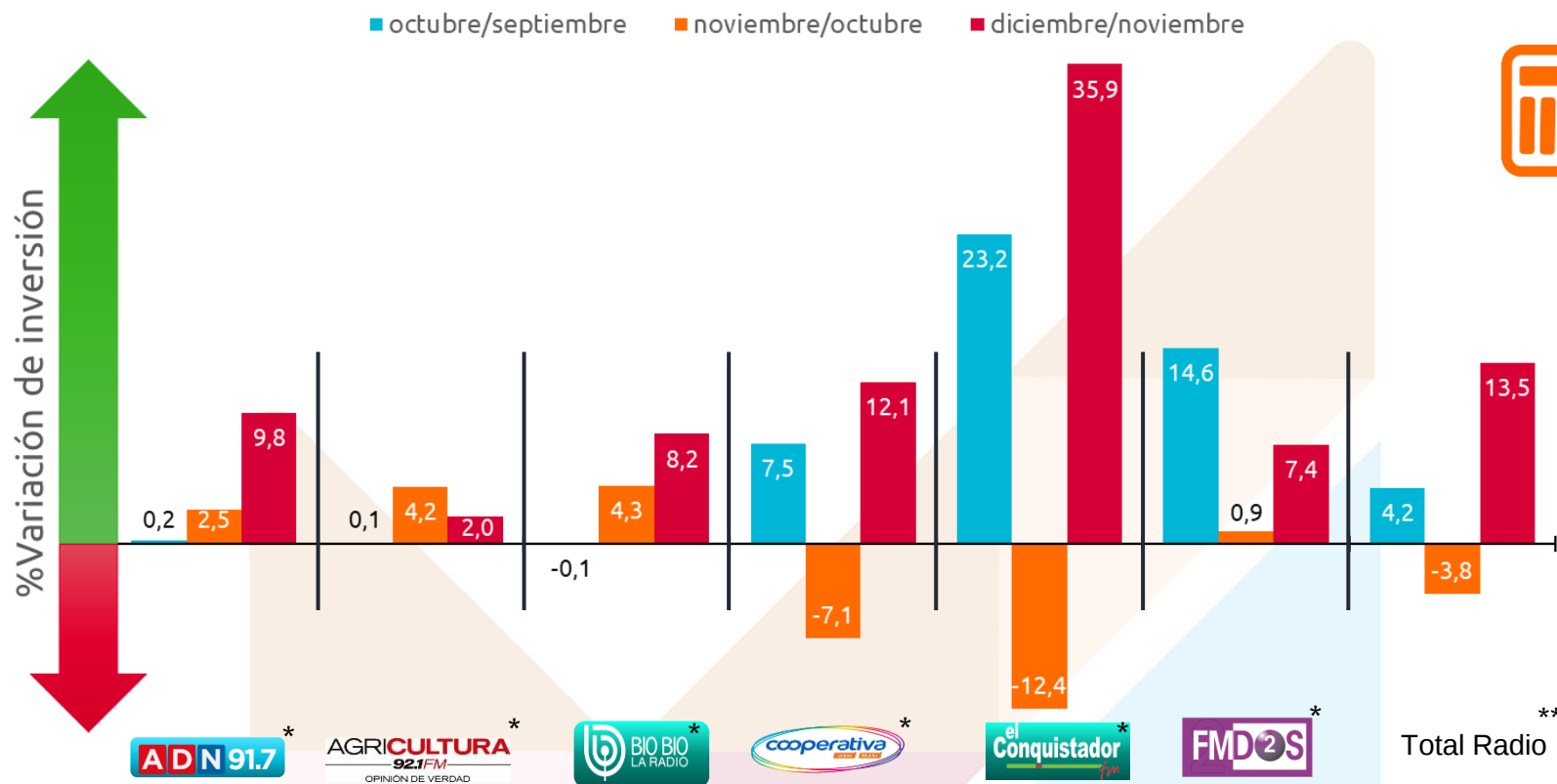
$$\text{inversión} \frac{\text{diciembre}}{\text{noviembre}} = \text{DF} < \text{EL MERCURIO} < \text{La Cuarta} < \text{LATERCERA} < \text{hoy x hoy} < \text{La Segunda} < \text{Las Últimas Noticias} < \text{publimetro} < +$$

EFEECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Inversión publicitaria quincenal

oct – dic



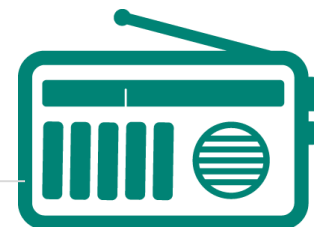
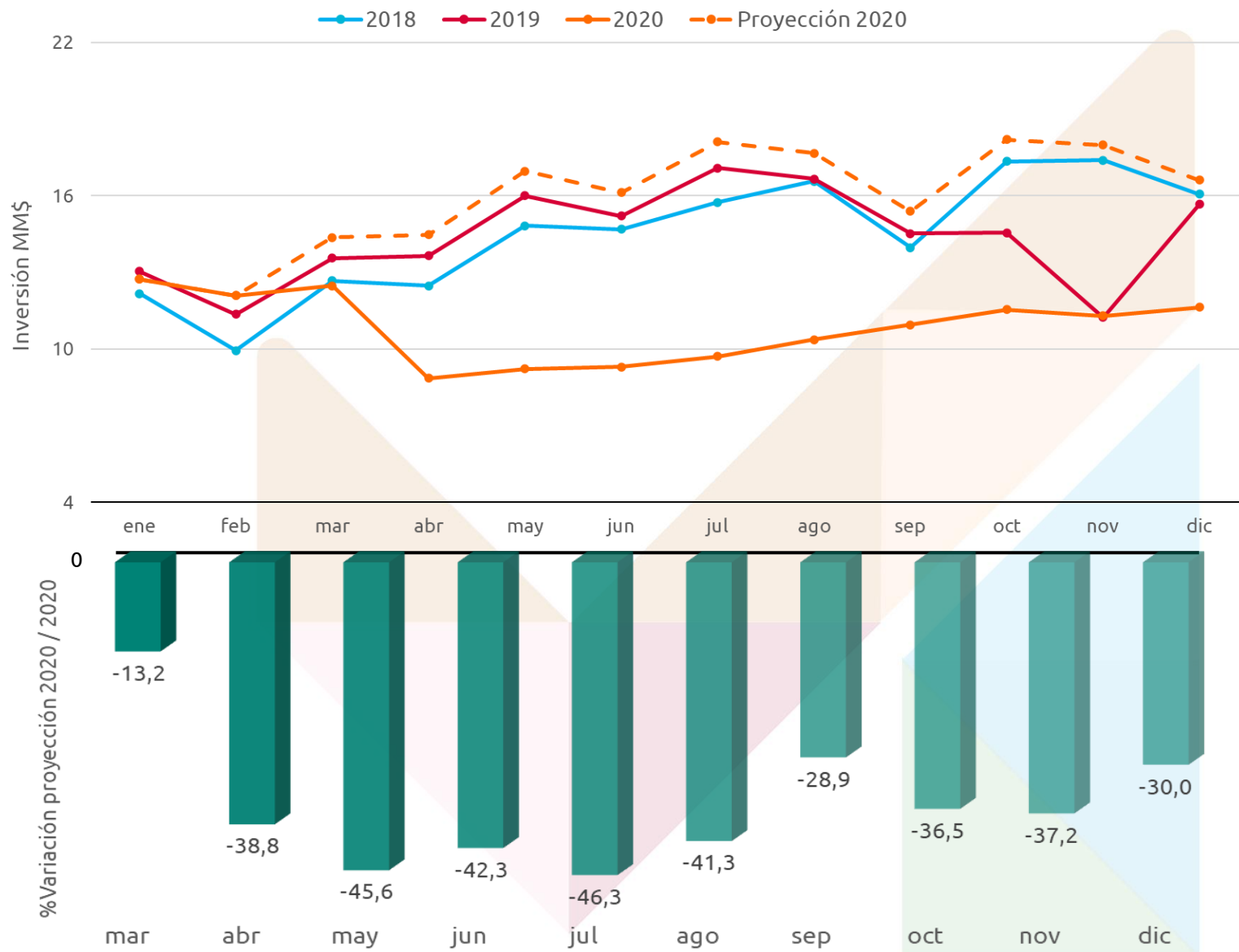
El medio Radio aumenta su inversión publicitaria en 13,5% al comparar el mes de diciembre con el mes de noviembre, igual comportamiento al alza presentan todas las radios mostradas en el gráfico.



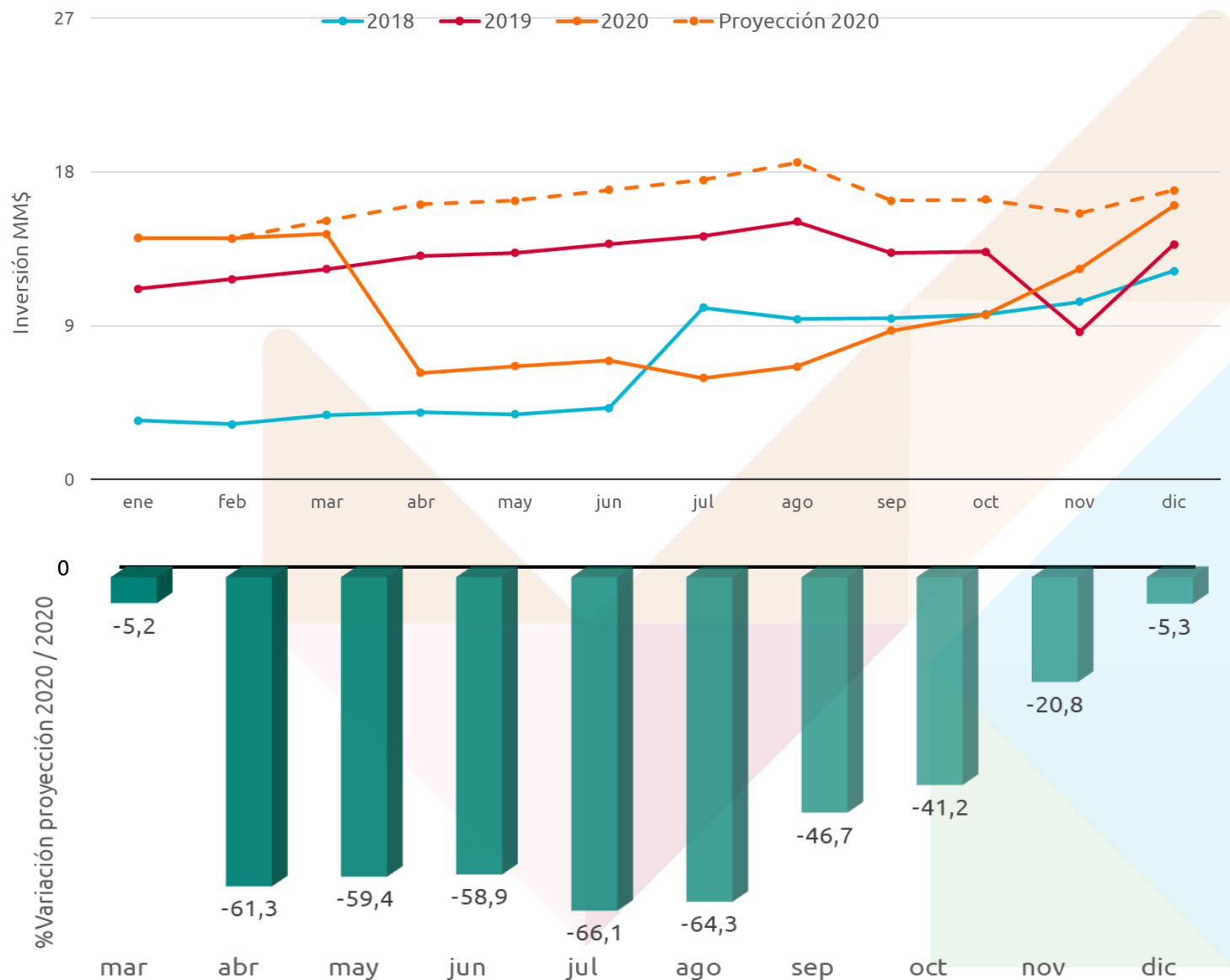
*Se muestran las 6 primeras emisoras de acuerdo al ranking de inversión publicitaria.

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

EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA

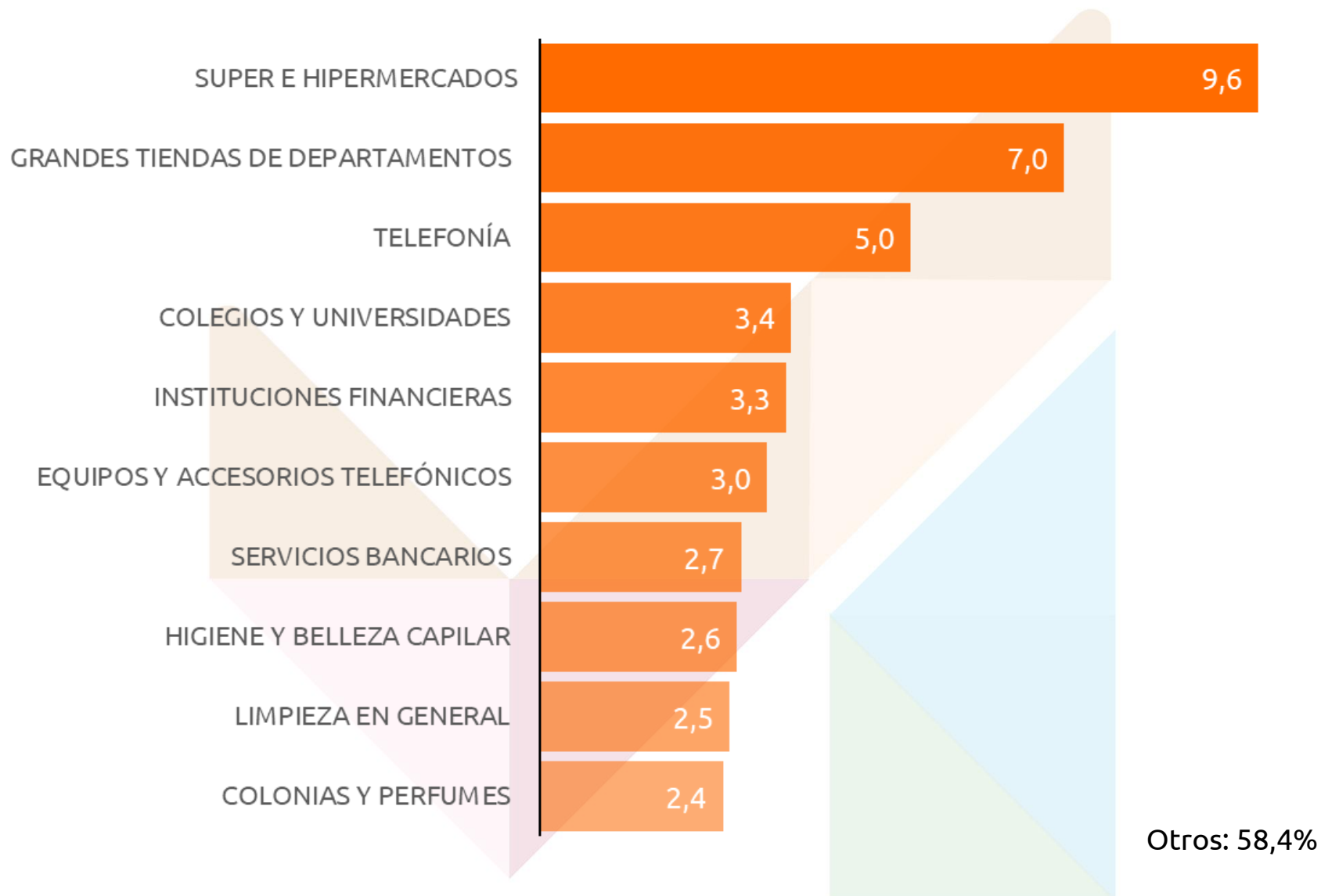


EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Top 10 inversión Rubros

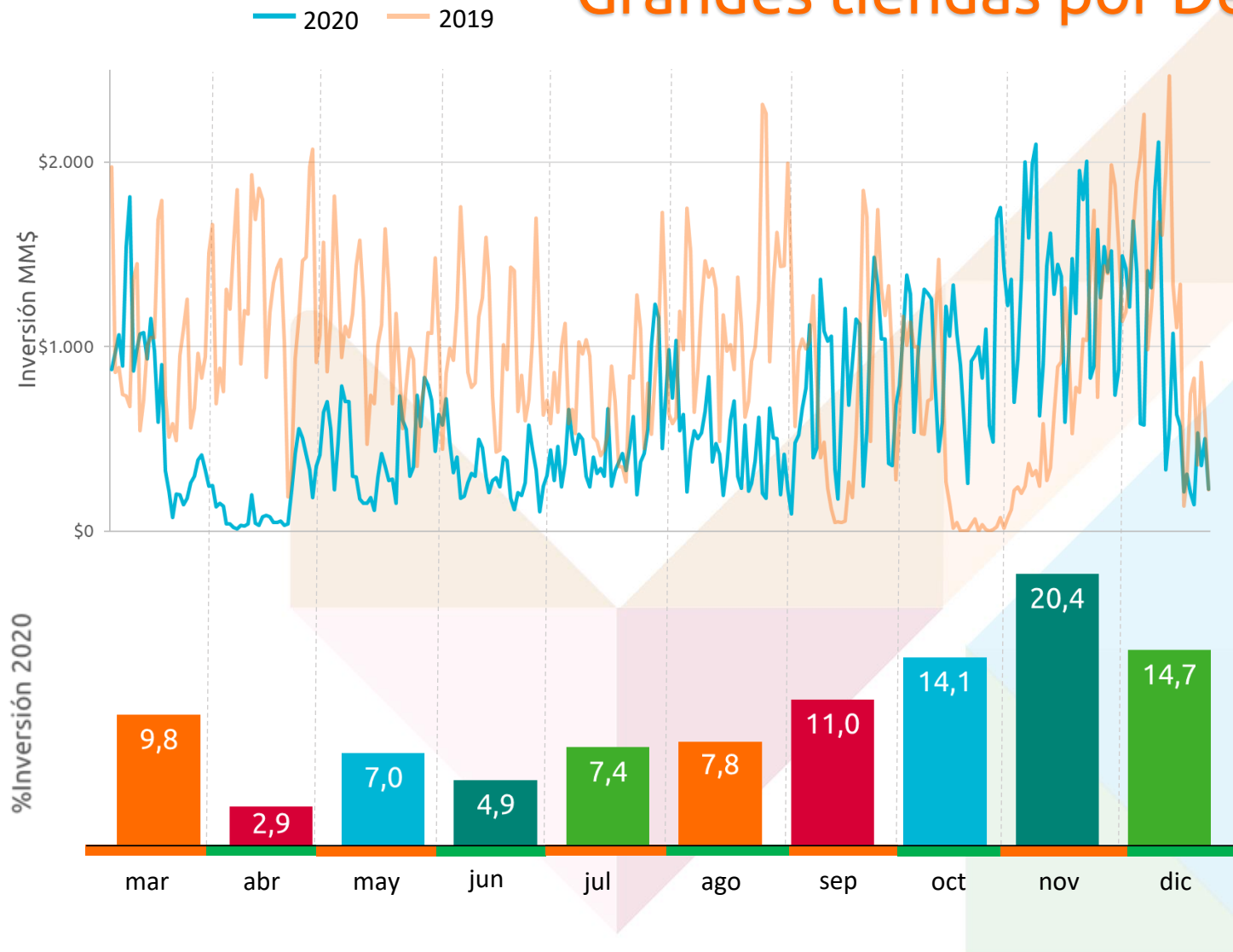
Diciembre



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

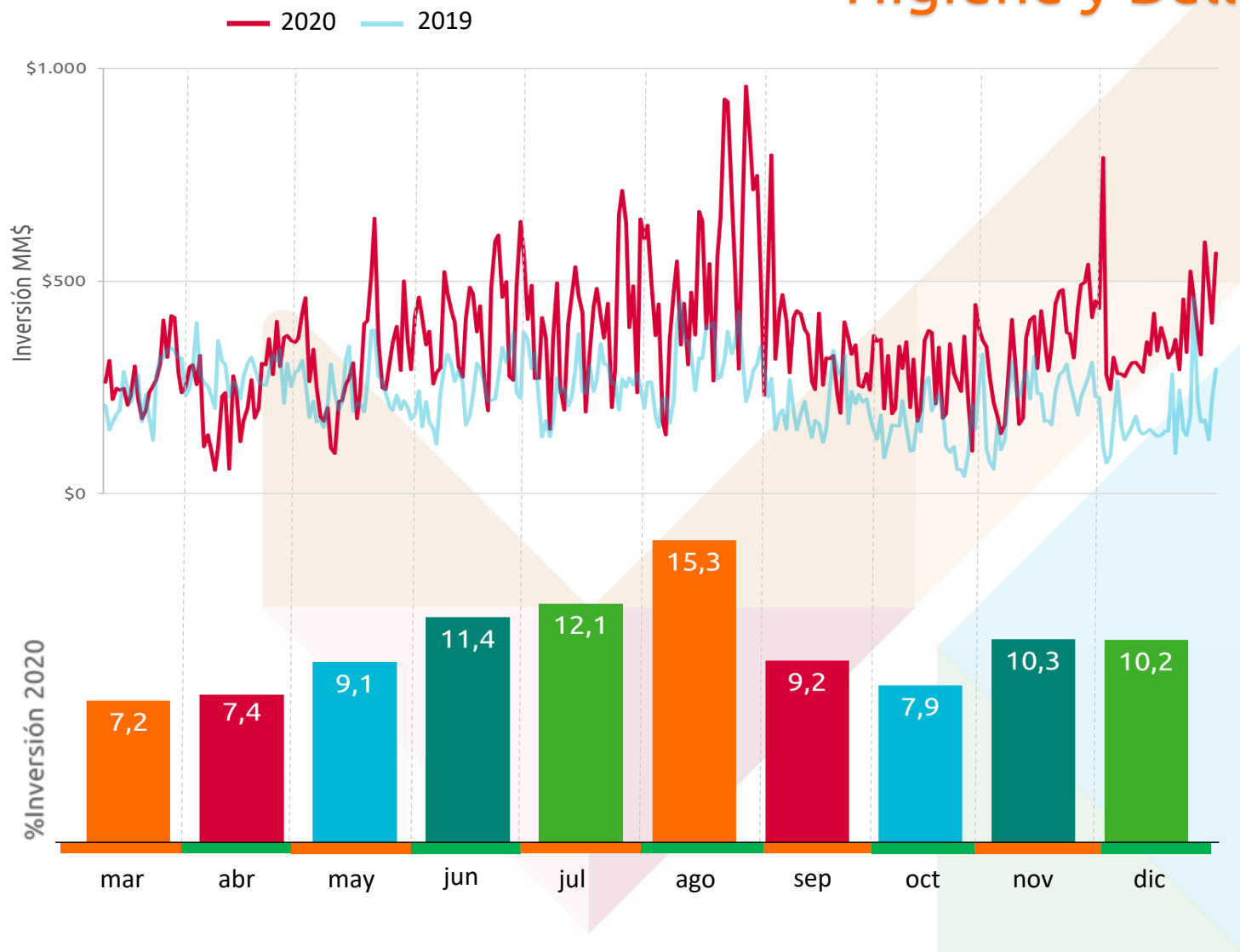
Grandes tiendas por Departamento



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

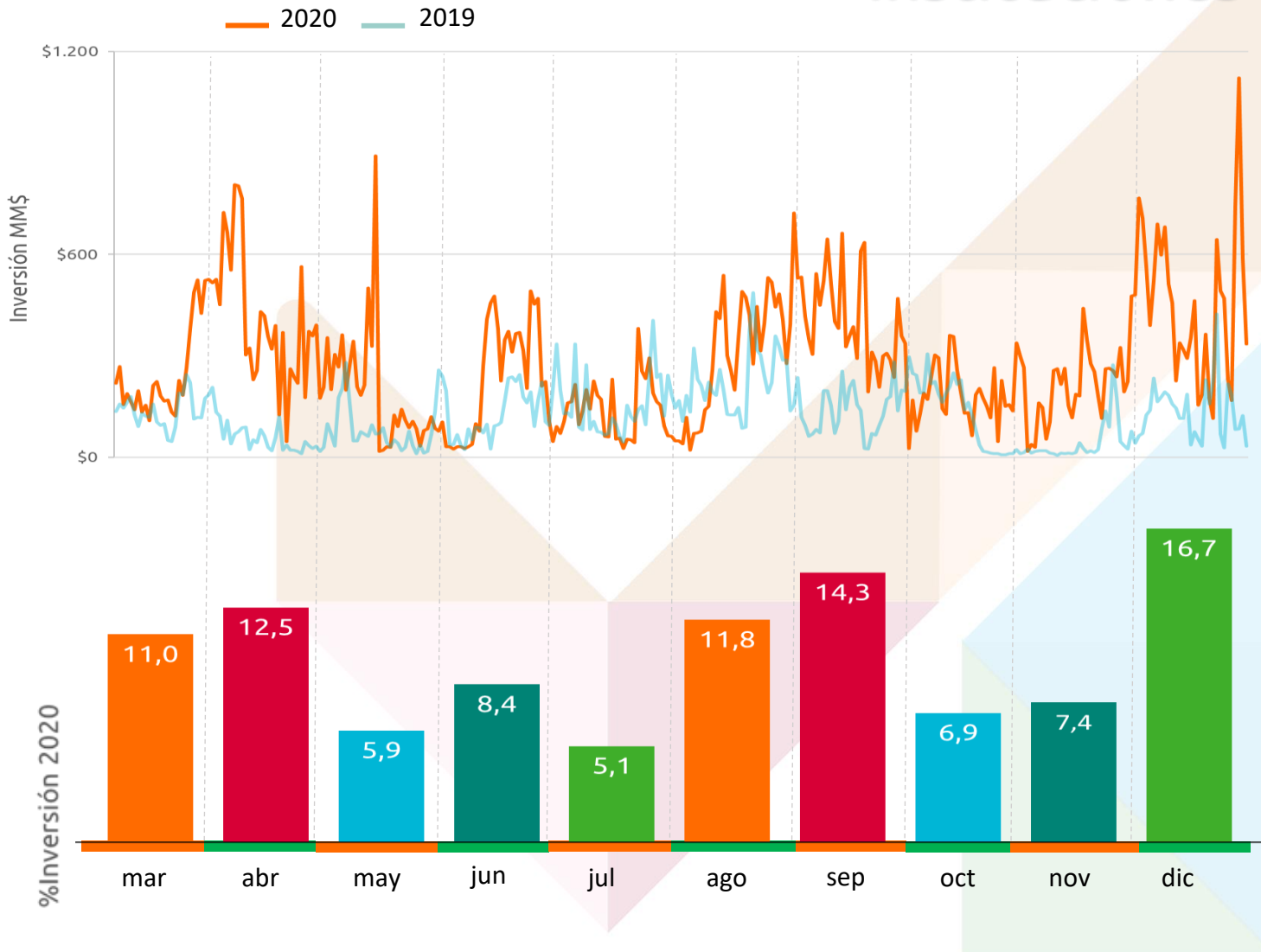
Higiene y Belleza Capilar



Evolutivo inversión publicitaria

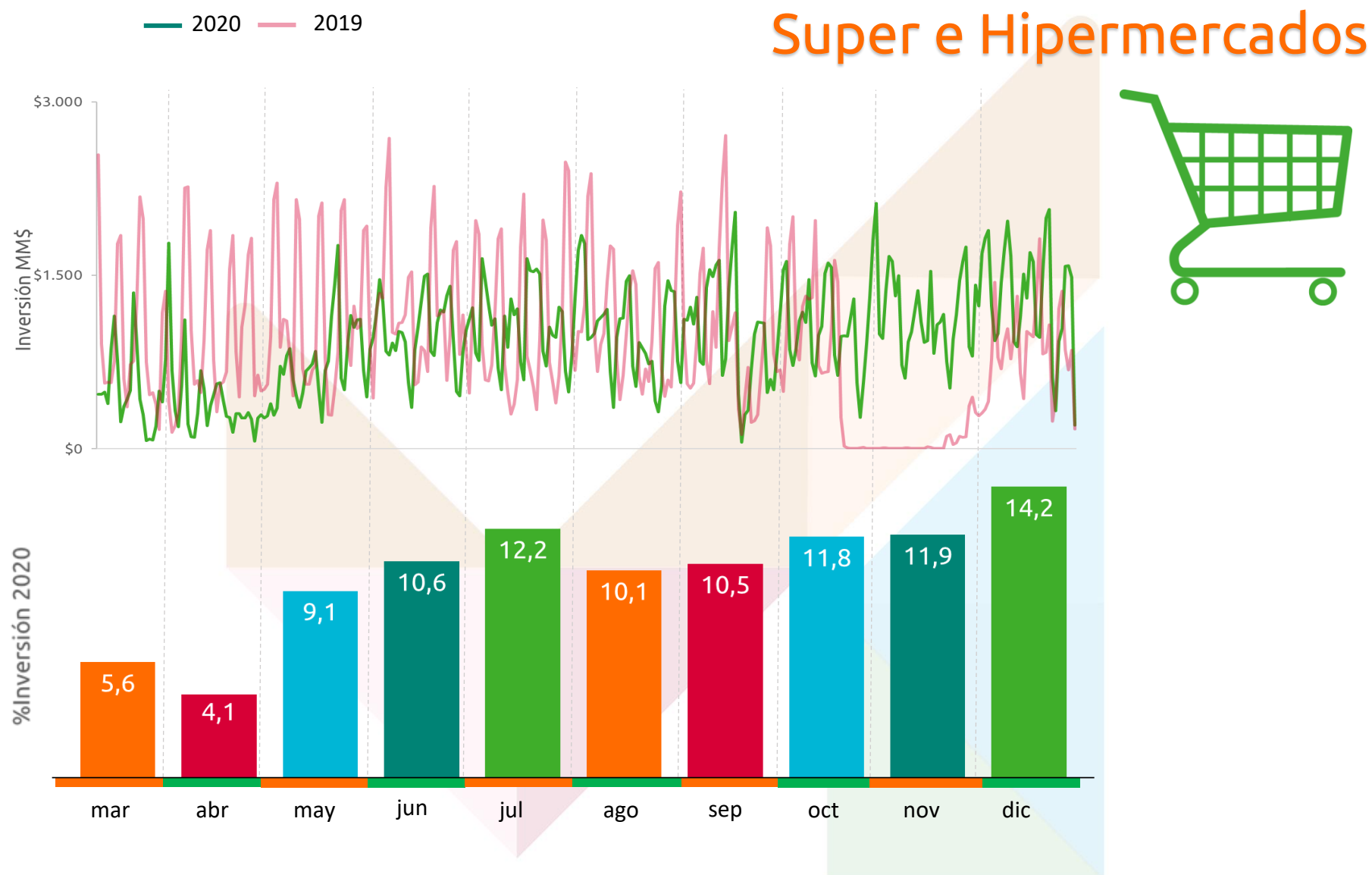
Por rubro

Instituciones Financieras



Evolutivo inversión publicitaria

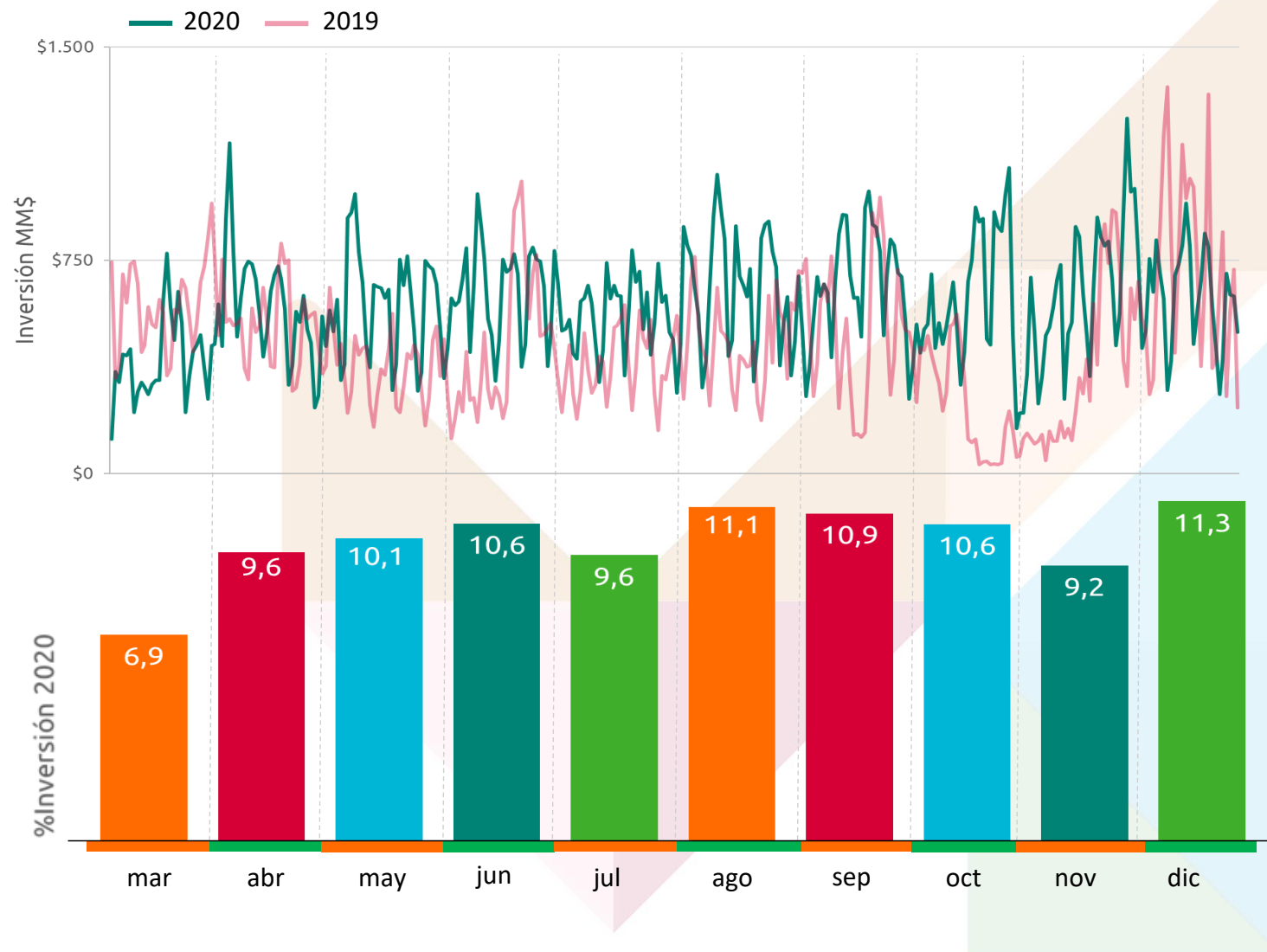
Por rubro



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

Telefonía



Top 10 inversión Marcas

Diciembre

SAMSUNG

2,6

u UNIMARC

2,2

JUMBO
cencosud

2,1

Lider

2,1

falabella.

2,0

Santa Isabel
cencosud

1,8

e) entel

1,6

WOM

1,5

Claro

1,4

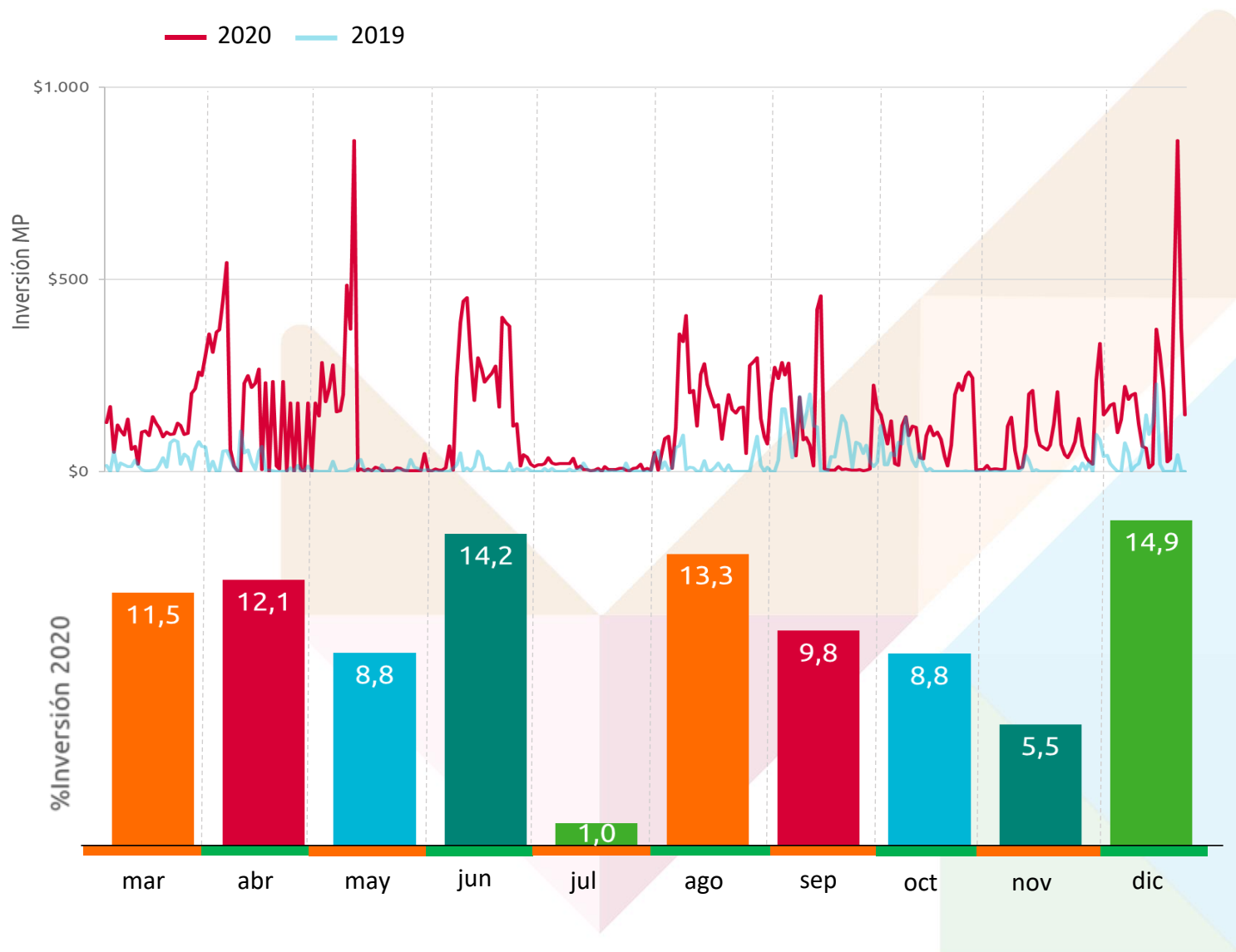
Soprole
Desde 1949

1,3

Otros: 81,6%

Evolución inversión publicitaria

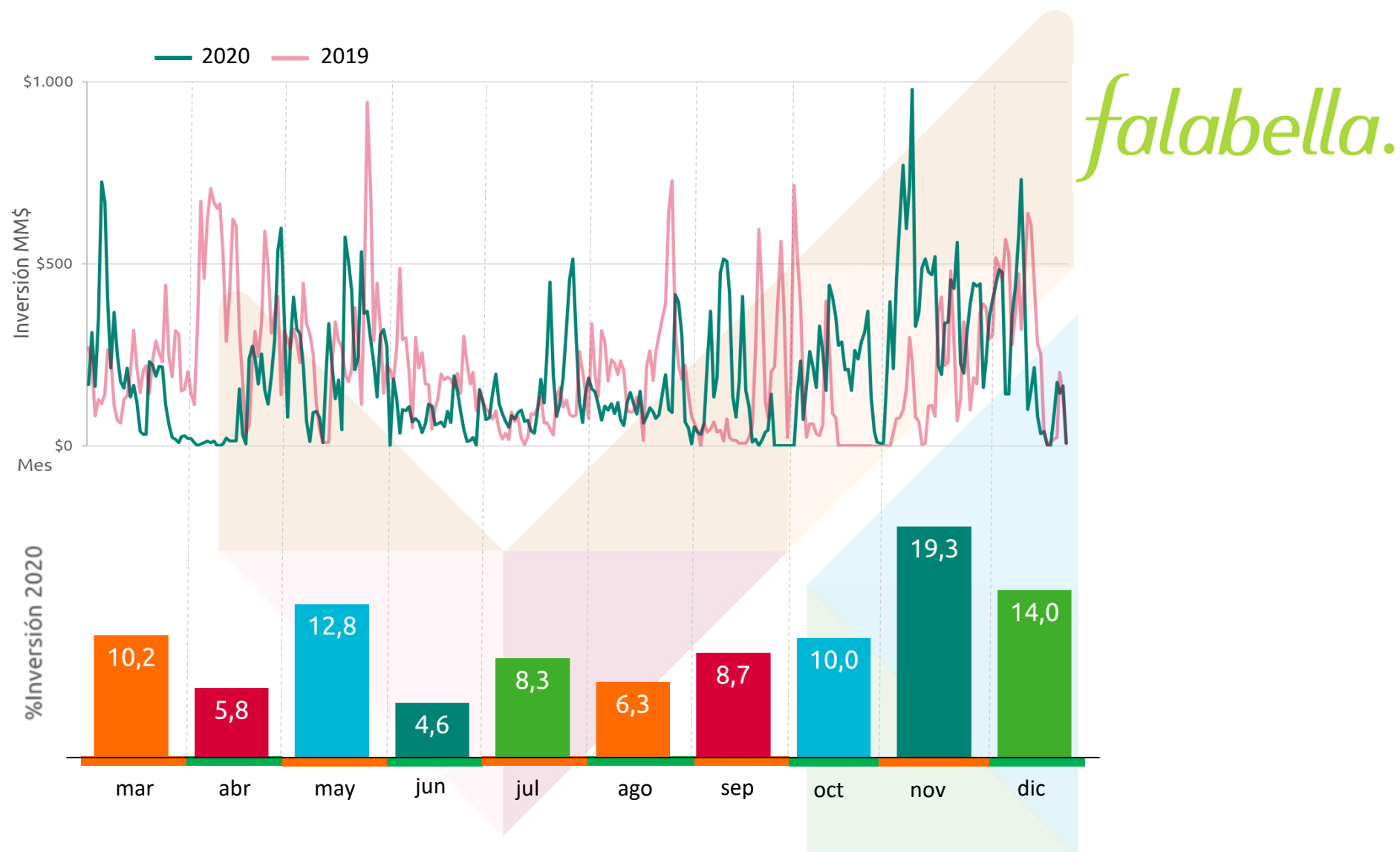
Por marca



Banco de Chile

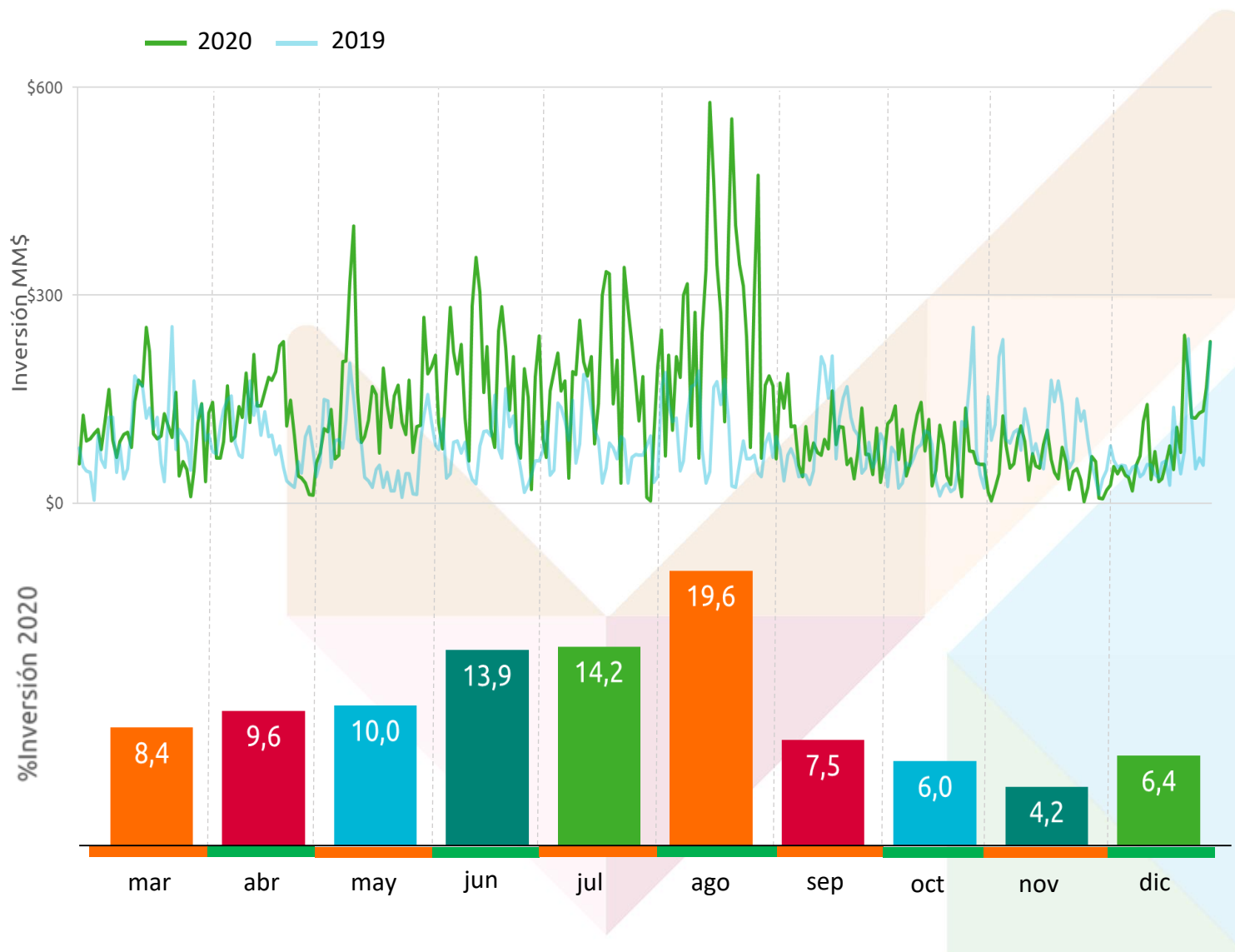
Evolución inversión publicitaria

Por marca



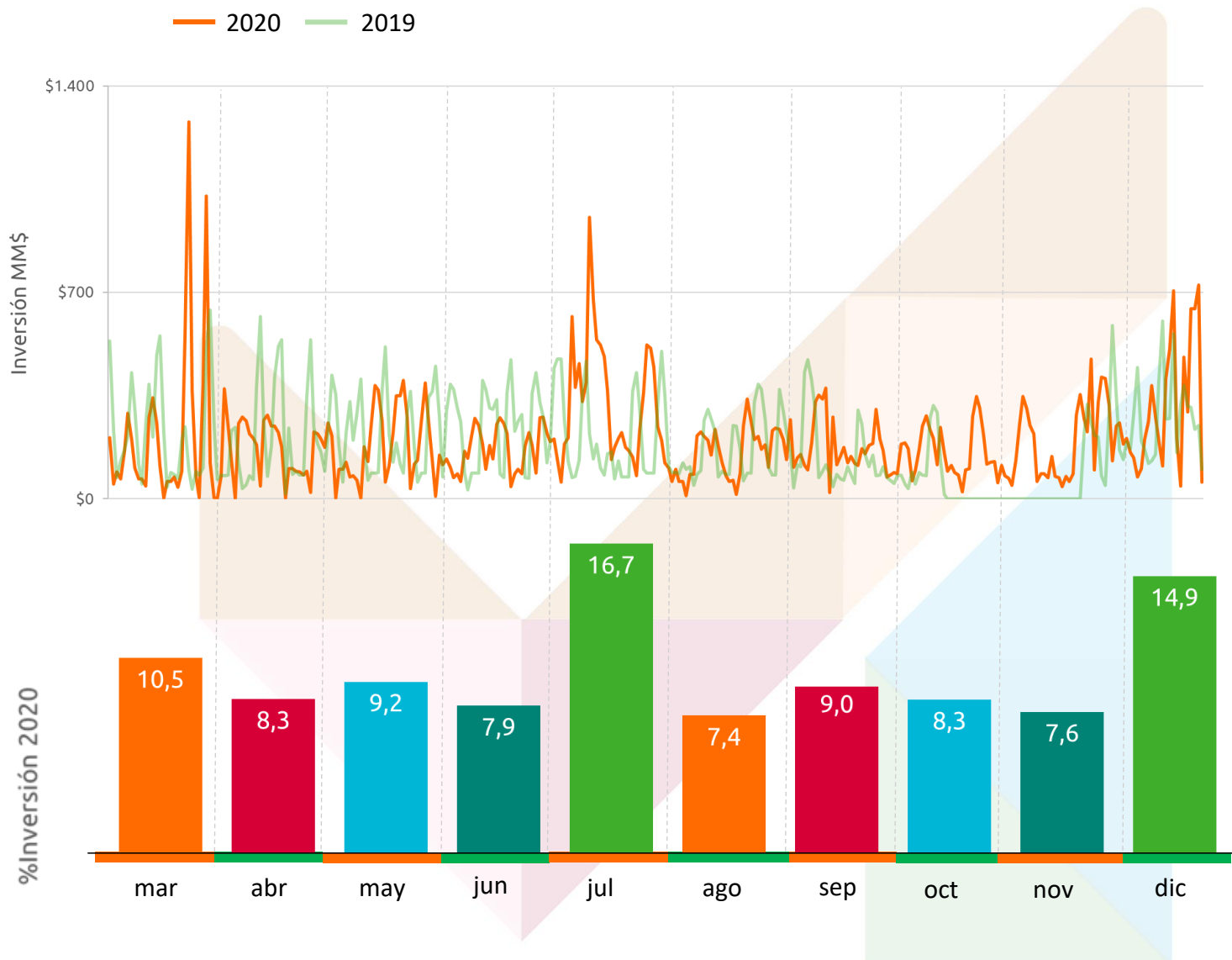
Evolución inversión publicitaria

Por marca



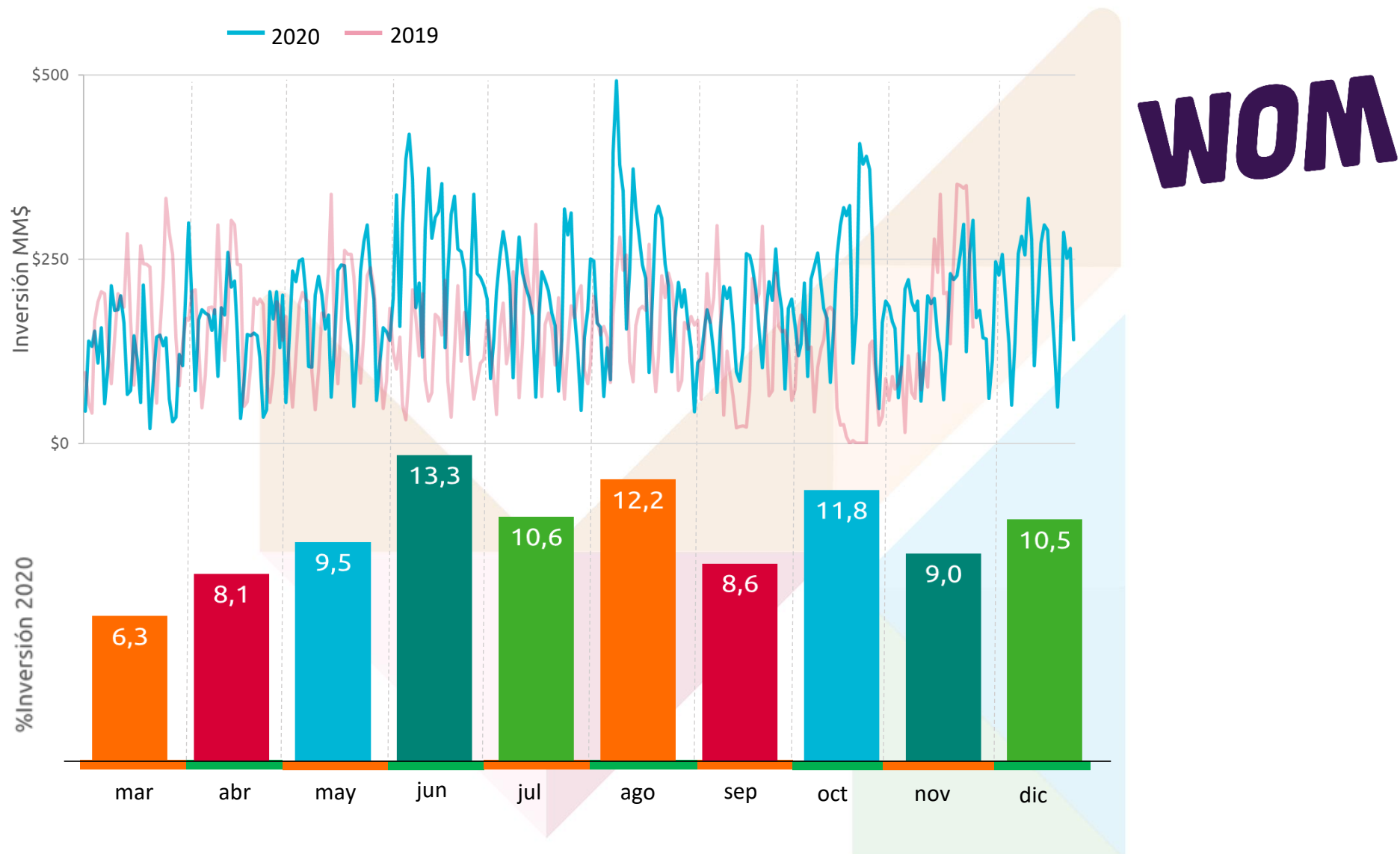
Evolución inversión publicitaria

Por marca



Evolutivo inversión publicitaria

Por marca



 **Deseas conocer más
estudios como este?**

megatime.cl/blog

hola@megatime.cl

  **[megatimegroup](#)**