

En vilo por las elecciones

Nº 23. Septiembre 2017



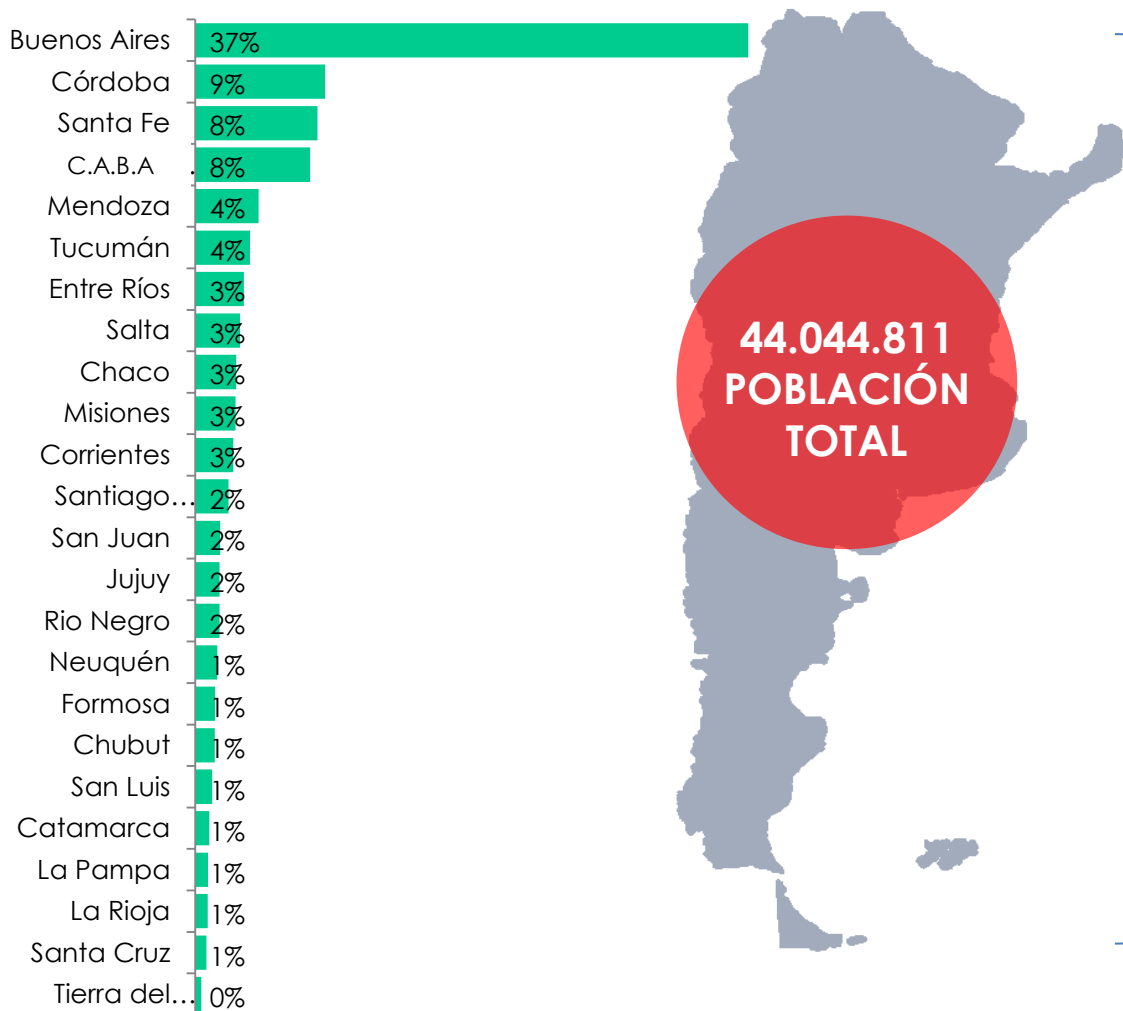
CONSULTAS O SUGERENCIAS
a.insights@anunciar.com



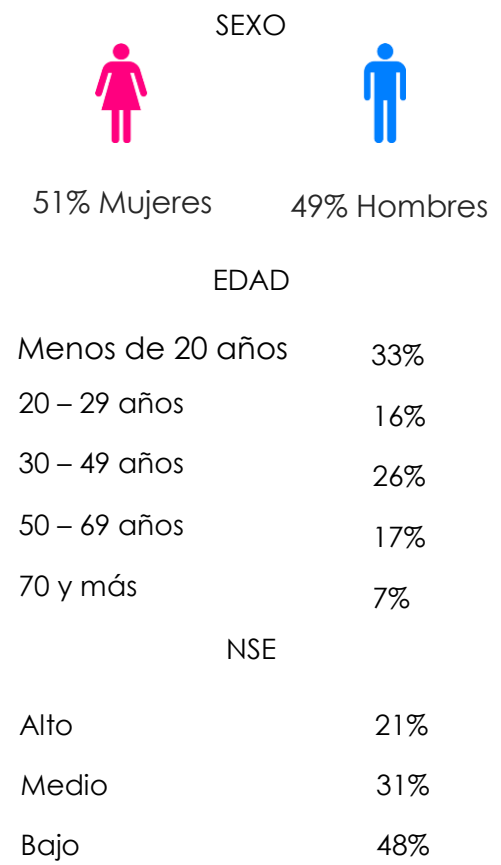
ANUNCIAR

Dimensionando: los que votan

El 75% de los ciudadanos votan



44.044.811
POBLACIÓN
TOTAL






Fuente Cámara Nacional Electoral (CNE). INDEC, basado en las proyecciones 2017.

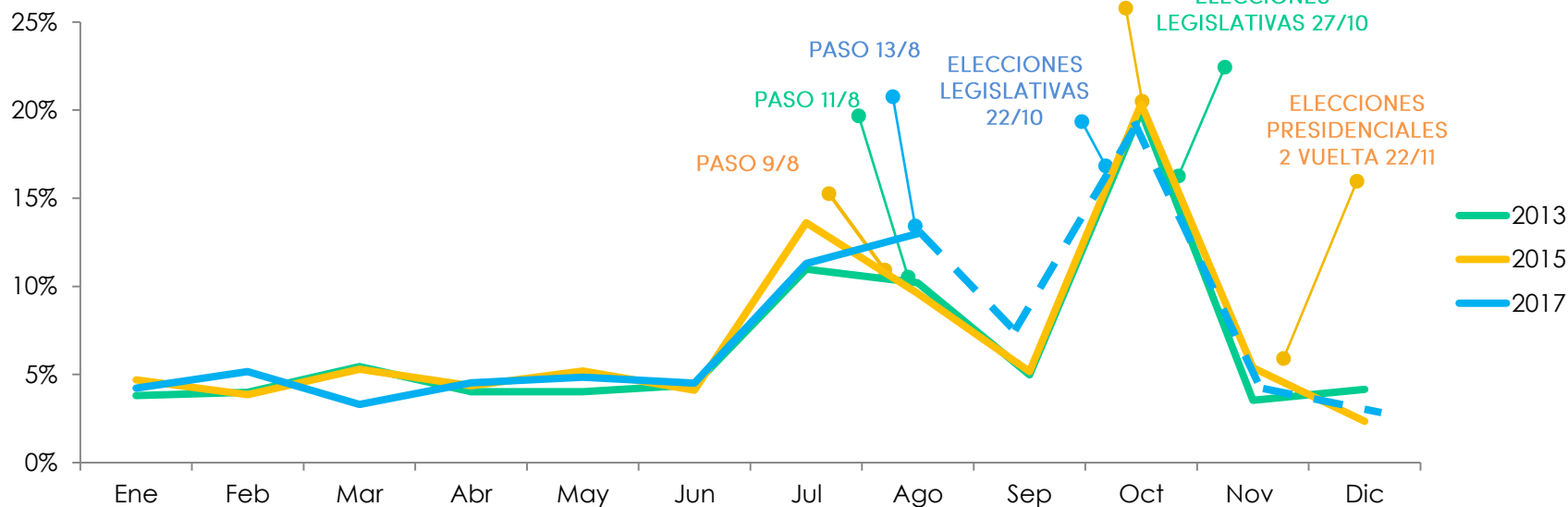
Fuerte presión publicitaria

Aumenta significativamente la presión publicitaria en el último tramo de las elecciones.

En 2017 la participación de avisos de Campañas Políticas significó el 6,8% del total de avisos. En Agosto alcanzó su máximo de participación de 13%

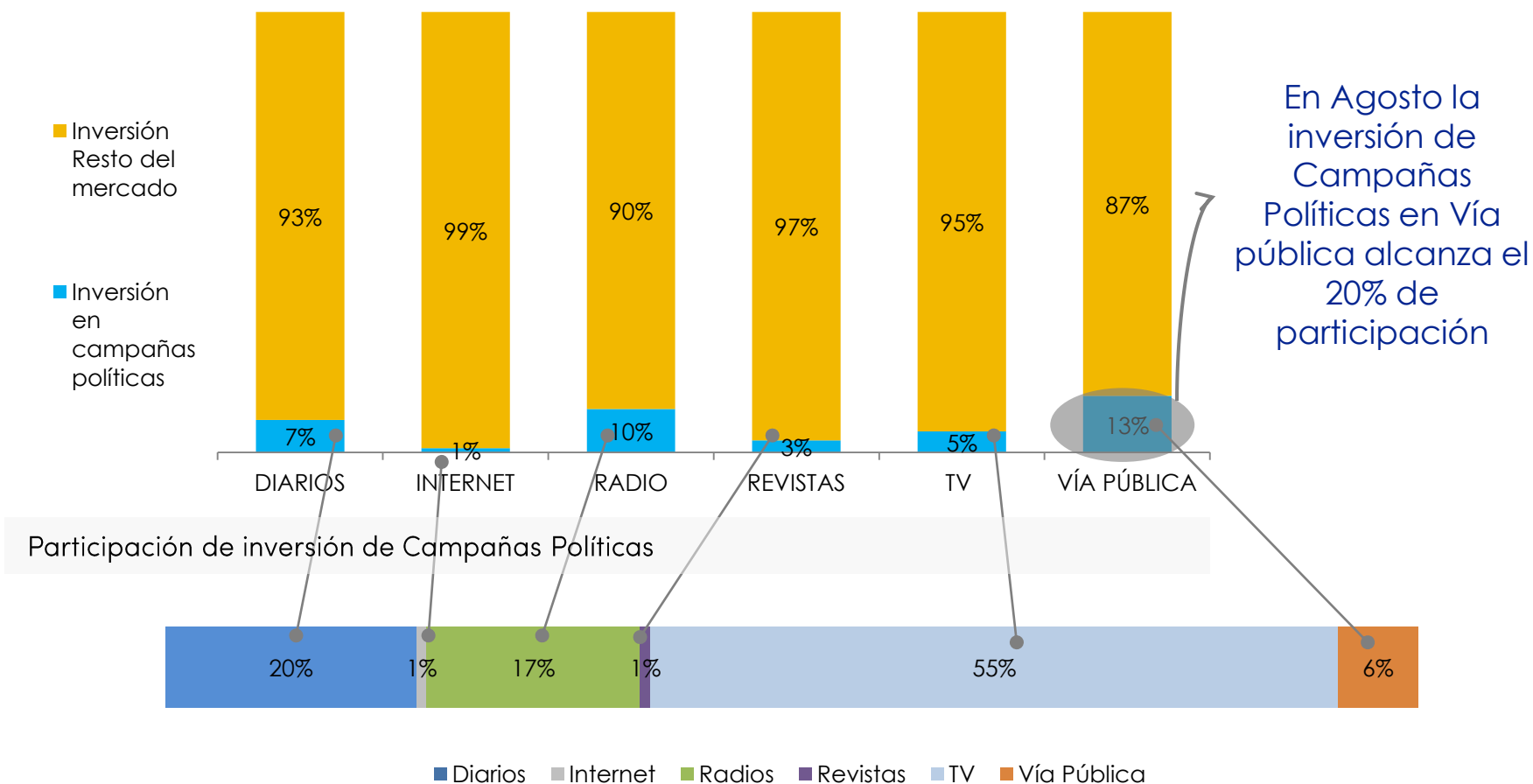
-  Ago 2017-Ago 2015 +60%
-  2013. Julio -Octubre aumentó 109%
-  2015. Julio -Octubre aumentó 67%

Participación de avisos de Campañas Políticas en el mercado total



Elecciones 2017: Inversión de Campañas Políticas vs inversión de otros sectores

Vía pública (13%) es el sistema con mayor participación de inversión en Campañas Políticas

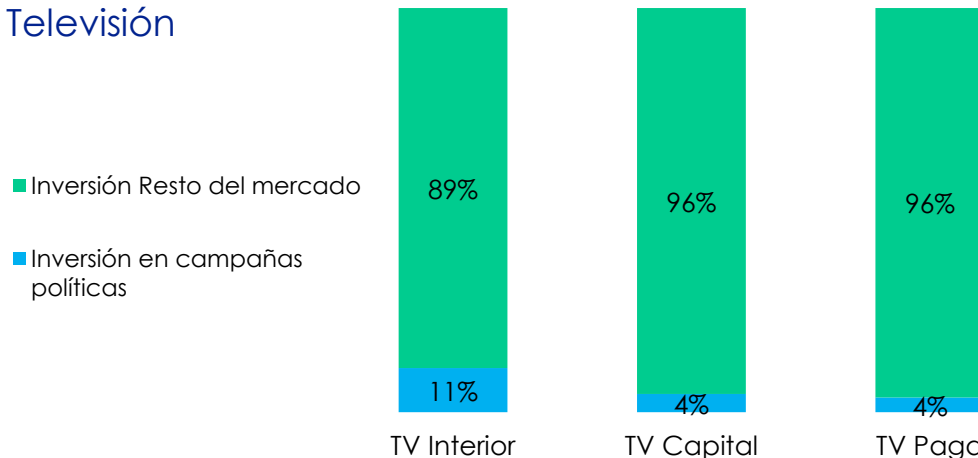


Fuente: Monitor de medios publicitarios. Inversiones Ene-Ago 2017. En Televisión, radio, gráfica, vía pública e internet (Hasta Junio 2017- Sólo display) Sector: asociaciones políticas y civiles.

Elecciones 2017: Inversión publicitaria de Campañas Políticas en TV

Televisión interior (11%) es el sistema con mayor participación de inversión en Campañas Políticas

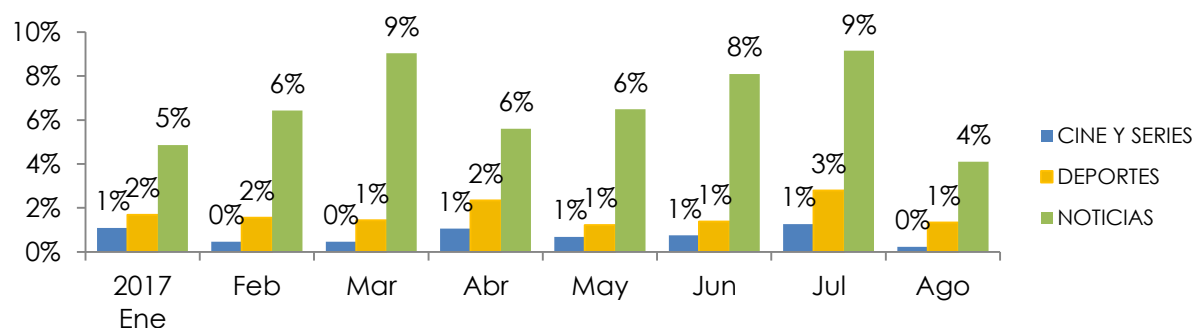
Televisión



El día de las elecciones no se altera la inversión de los principales sectores: Alimentación, Comercio y Retail e Higiene y Belleza son los de mayor presencia.

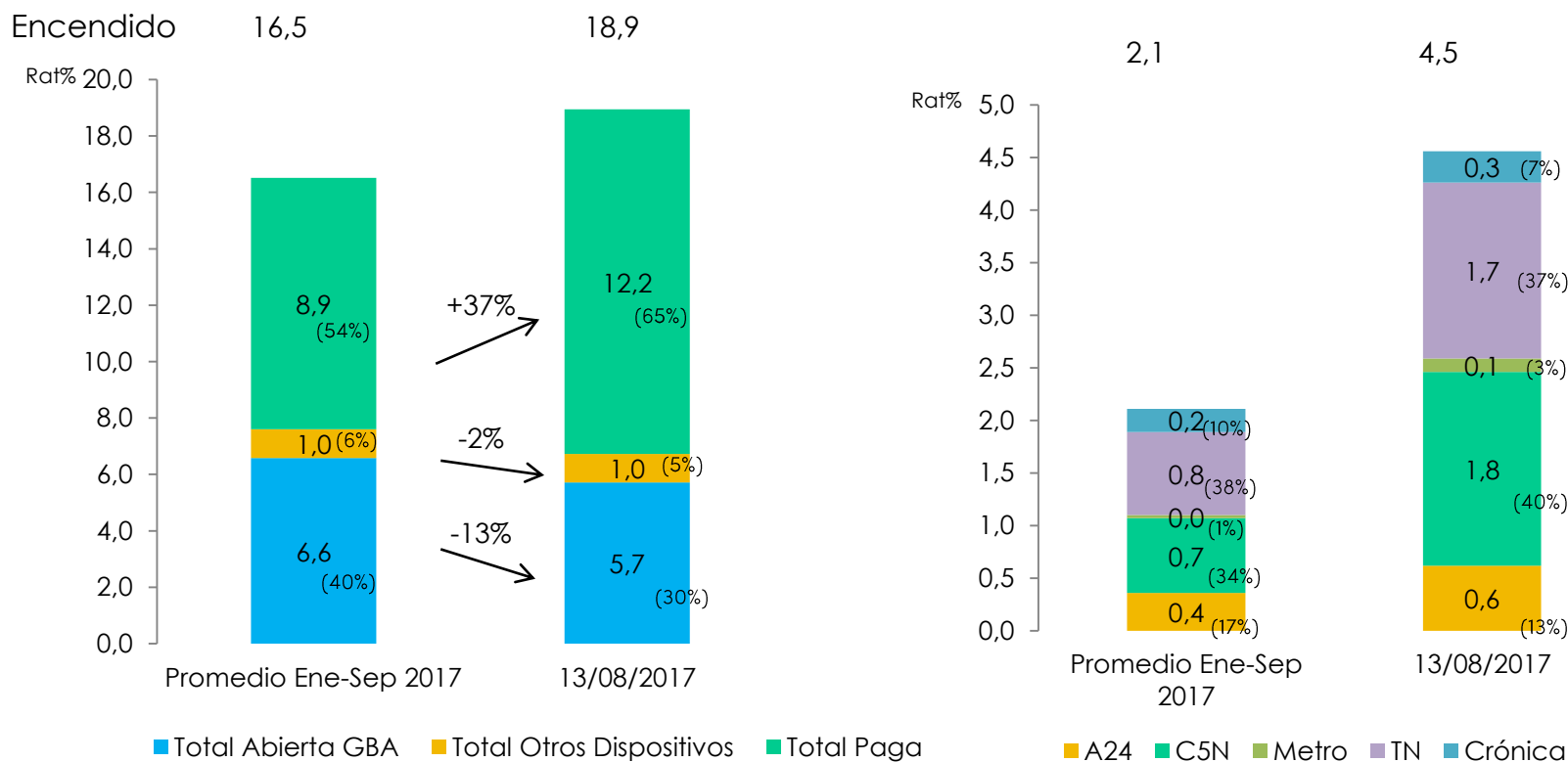
Participación de inversión de Campañas políticas. TV paga. Enero-Agosto 2017

La inversión de Campañas políticas en TV paga tiene mayor presencia en las señales de noticias



Aumenta el encendido de Total TV impulsado por TV Paga

Las señales de noticias duplicaron su audiencia el día de las elecciones



Números del día de las elecciones

Se suman los jóvenes a los canales de noticias

Señales de noticias

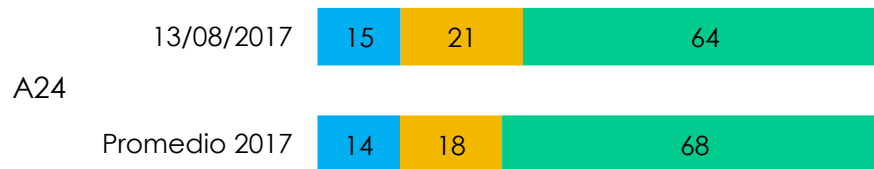
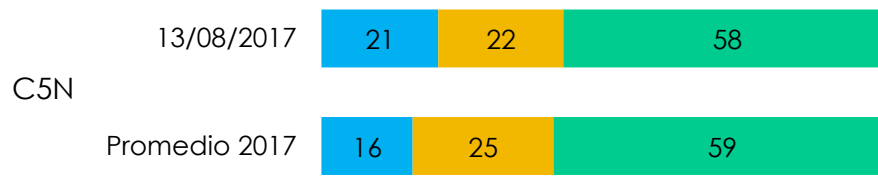
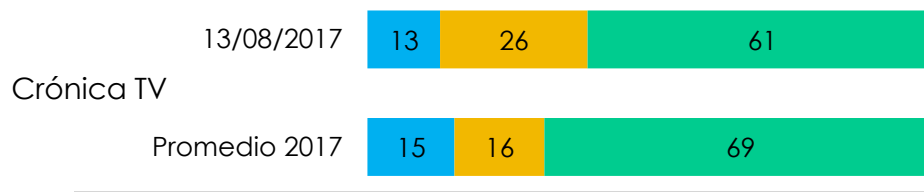
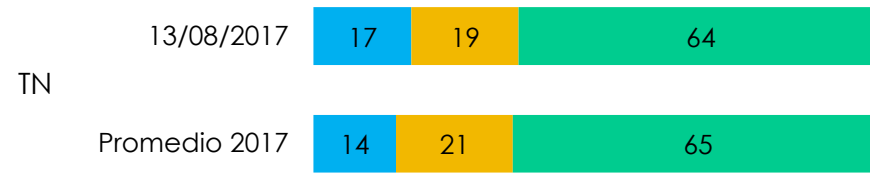
(promedio TN, Crónica, C5N, A24)



■ 20-34 ■ 35-49 ■ 50+

El día de las elecciones aumentó la participación de los jóvenes de 20 a 34 años (+8%) y de 35 a 49 (+12%)

Gran aumento de los jóvenes de 20 a 34 años en C5N (+28%)

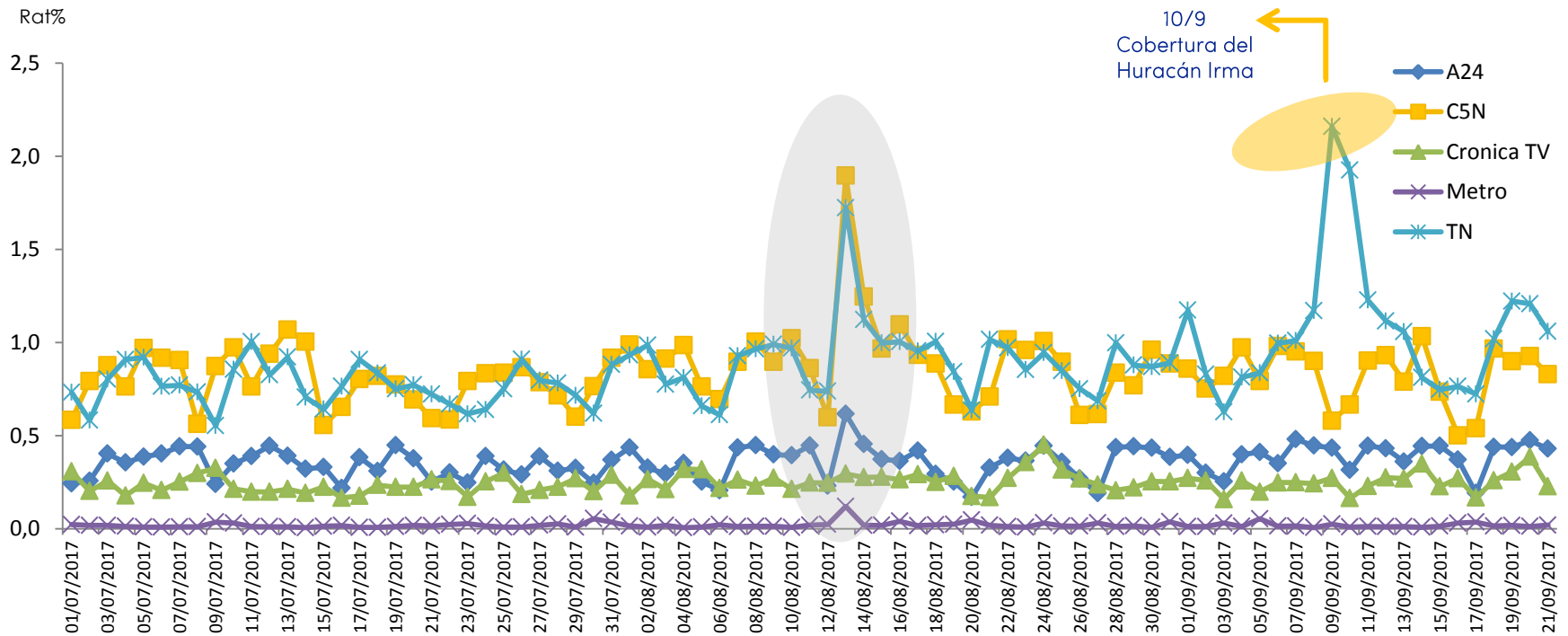


■ 20-34 ■ 35-49 ■ 50+

Principales canales de noticias en TV paga

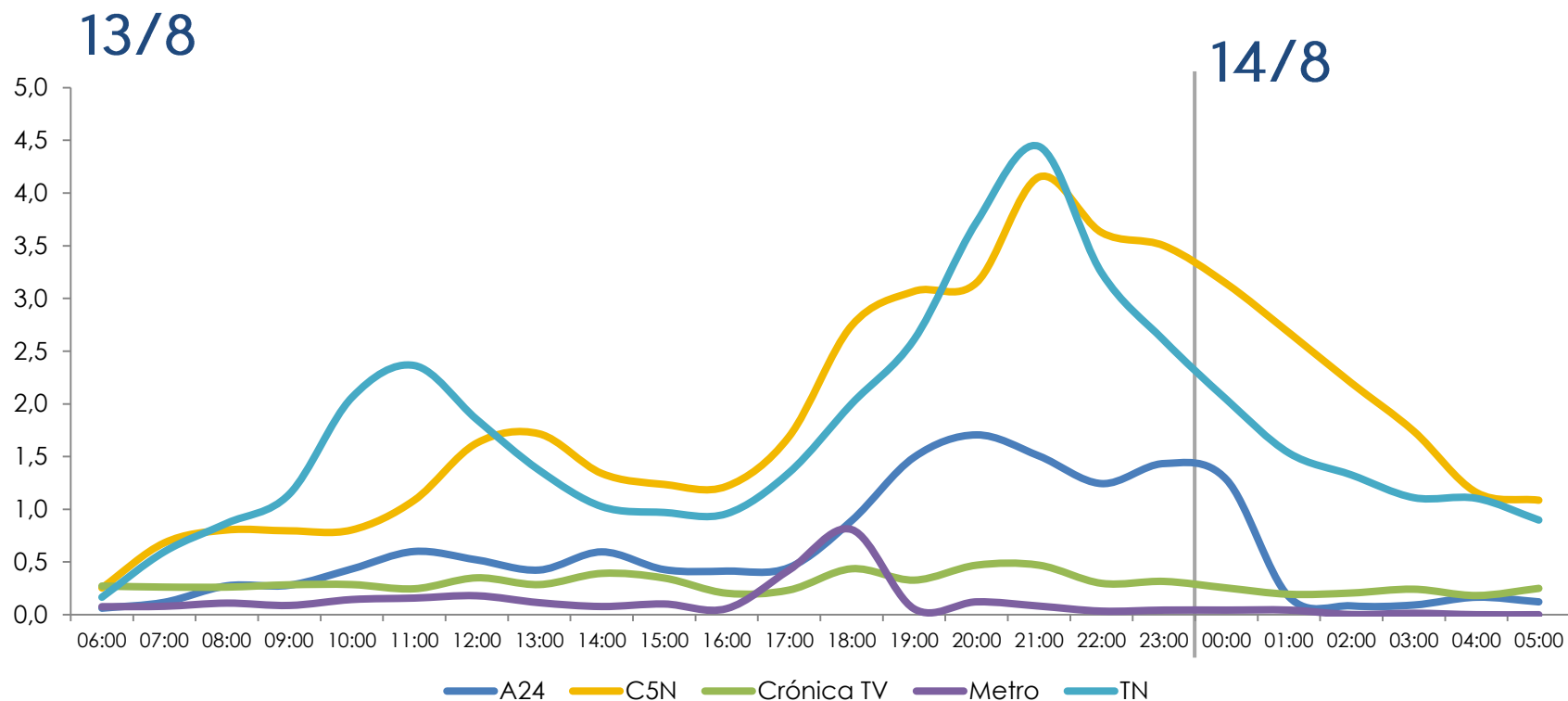
Aumenta significativamente el rat% el día de las elecciones

Junio-Agosto 2017



El máximo de audiencia se concentra a las 21 hrs

La audiencia de C5N se mantuvo en la pantalla hasta después de la medianoche



Aumento de interés en las elecciones legislativas 2017



Las elecciones presidenciales en EEUU generaron interés en la Argentina

Categorías más buscadas

El principal interés de los argentinos en época de elecciones es conocer sobre los candidatos ²



33%

Candidatos



29%

Padrón



25%

Donde voto



13%

Elecciones



ANUNCIAR

CONSULTAS O SUGERENCIAS
a.insights@anunciar.com

