

# En vilo por las elecciones

Nº 23. Septiembre 2017



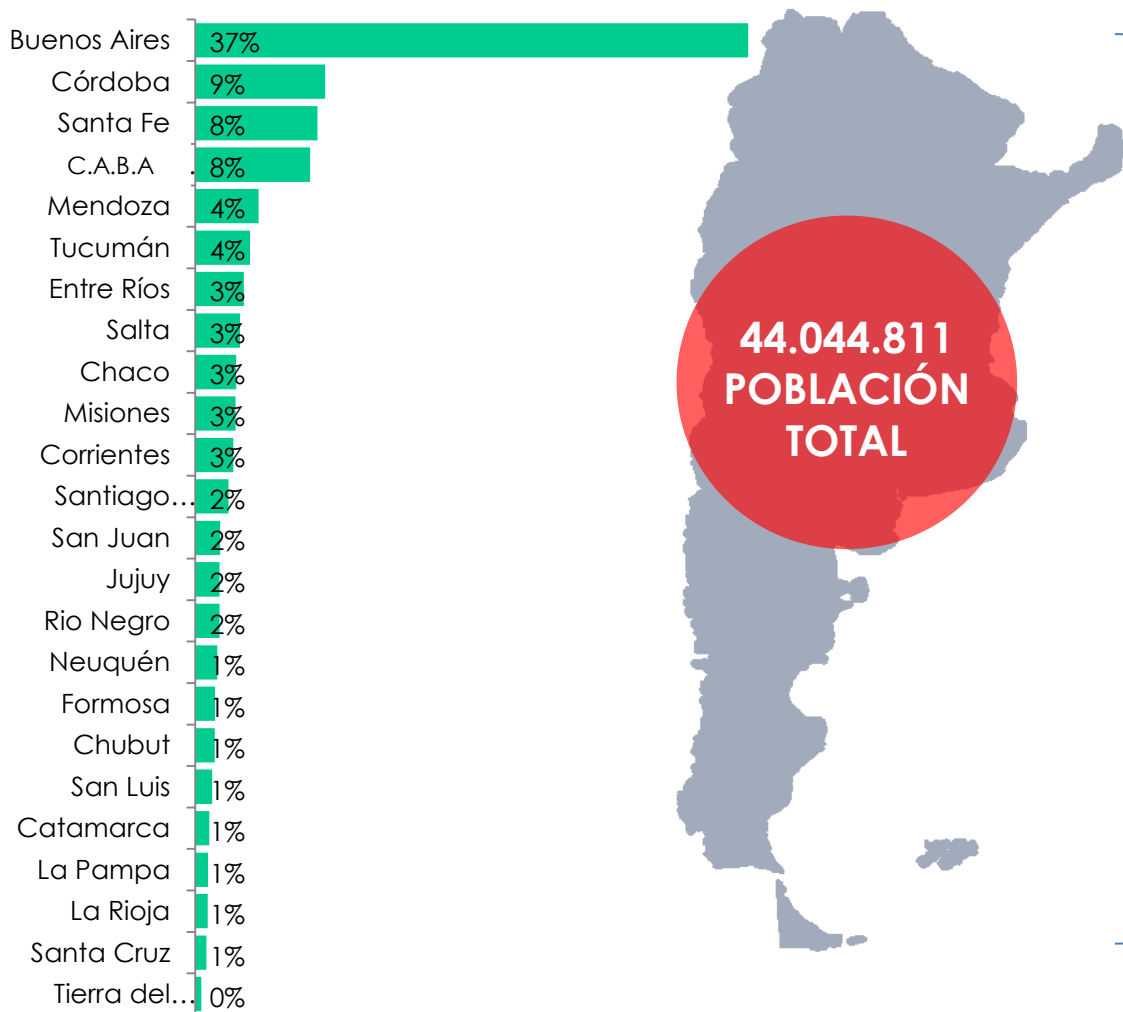
CONSULTAS O SUGERENCIAS  
[a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)



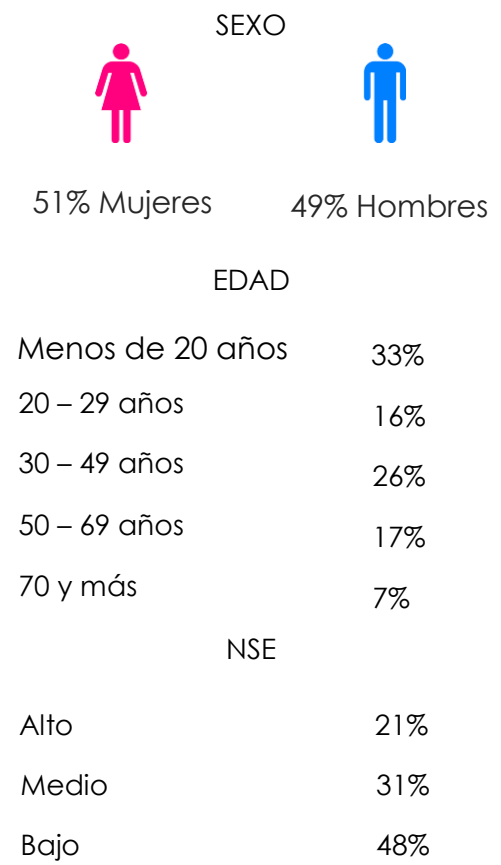
ANUNCIAR

# Dimensionando: los que votan

El 75% de los ciudadanos votan






**44.044.811**  
**POBLACIÓN**  
**TOTAL**



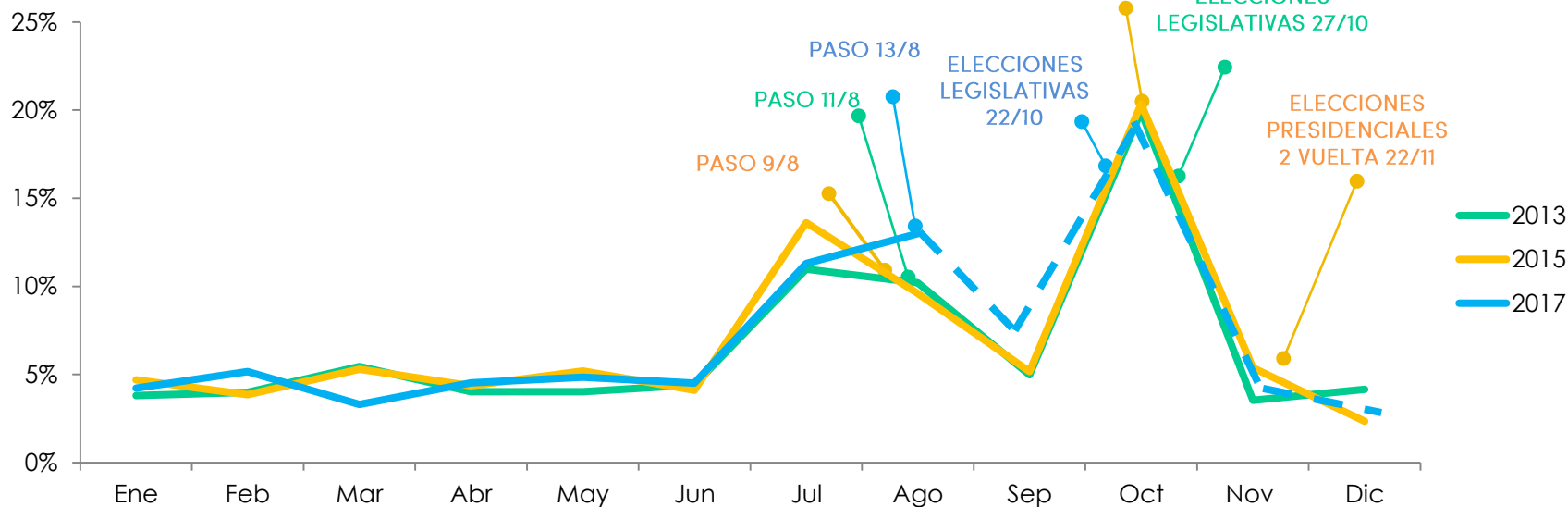
# Fuerte presión publicitaria

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%

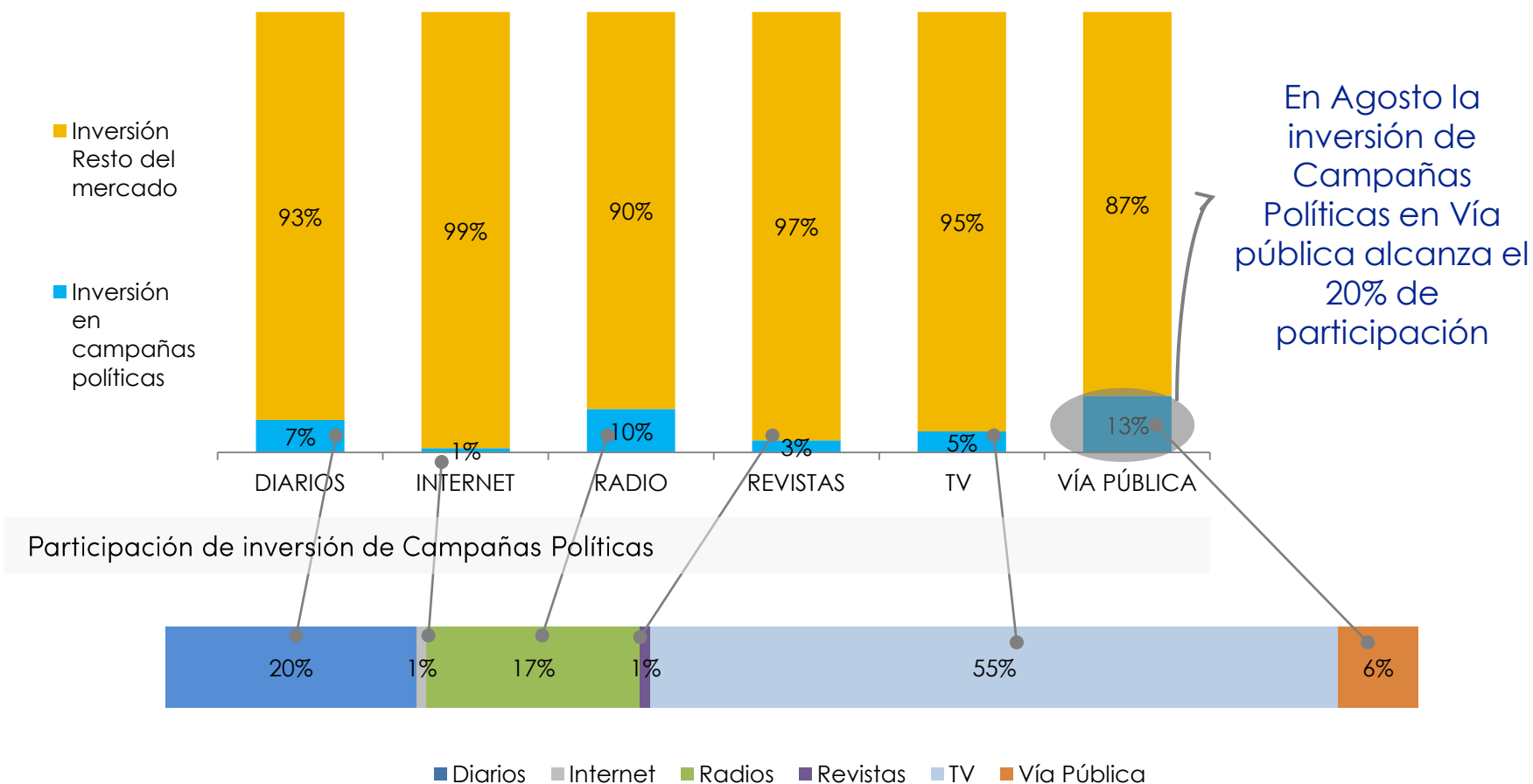
Participación de avisos de Campañas Políticas en el mercado total



Fuente: Monitor de medios publicitarios. Cant. De avisos. 2013-2017 en Televisión, radio y gráfica. Sector: asociaciones políticas y civiles.

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

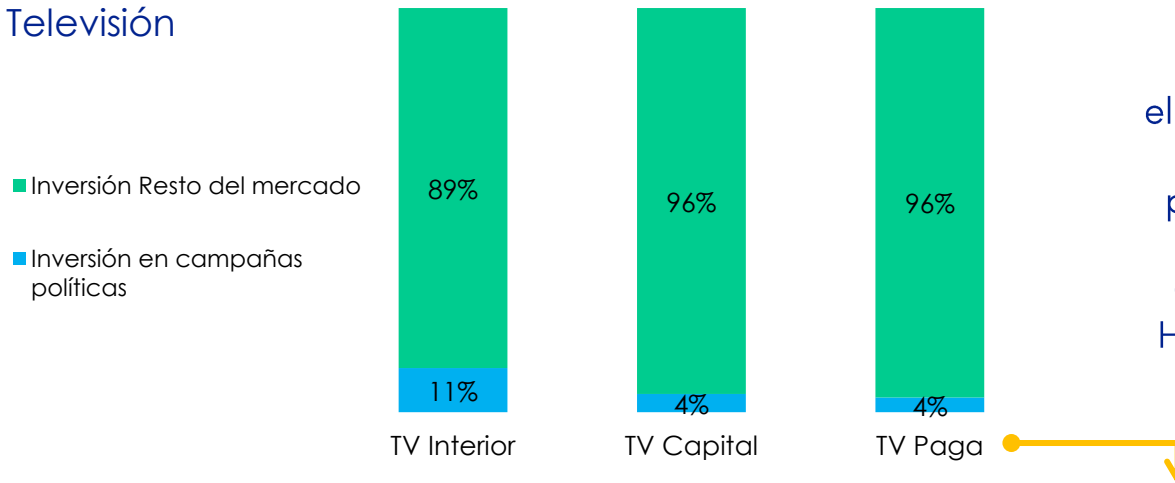
Vía pública (13%) es el sistema con mayor participación de inversión en Campañas Políticas



# Elecciones 2017: Inversión publicitaria de Campañas Políticas en TV

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

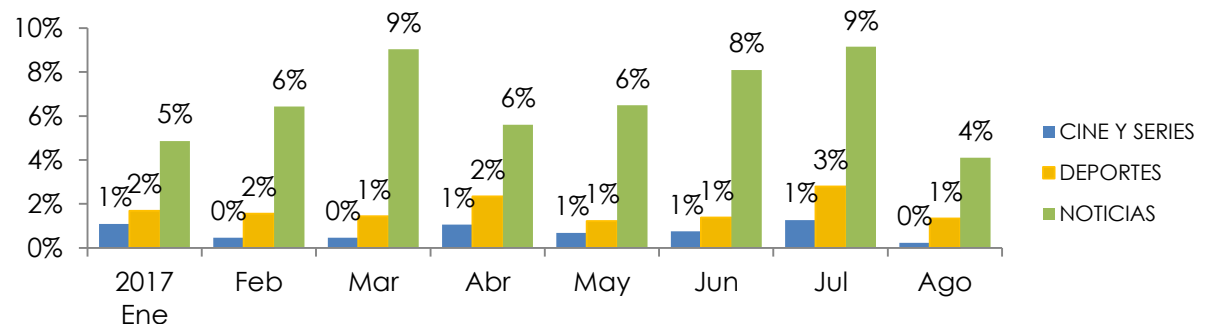
## Televisión



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.

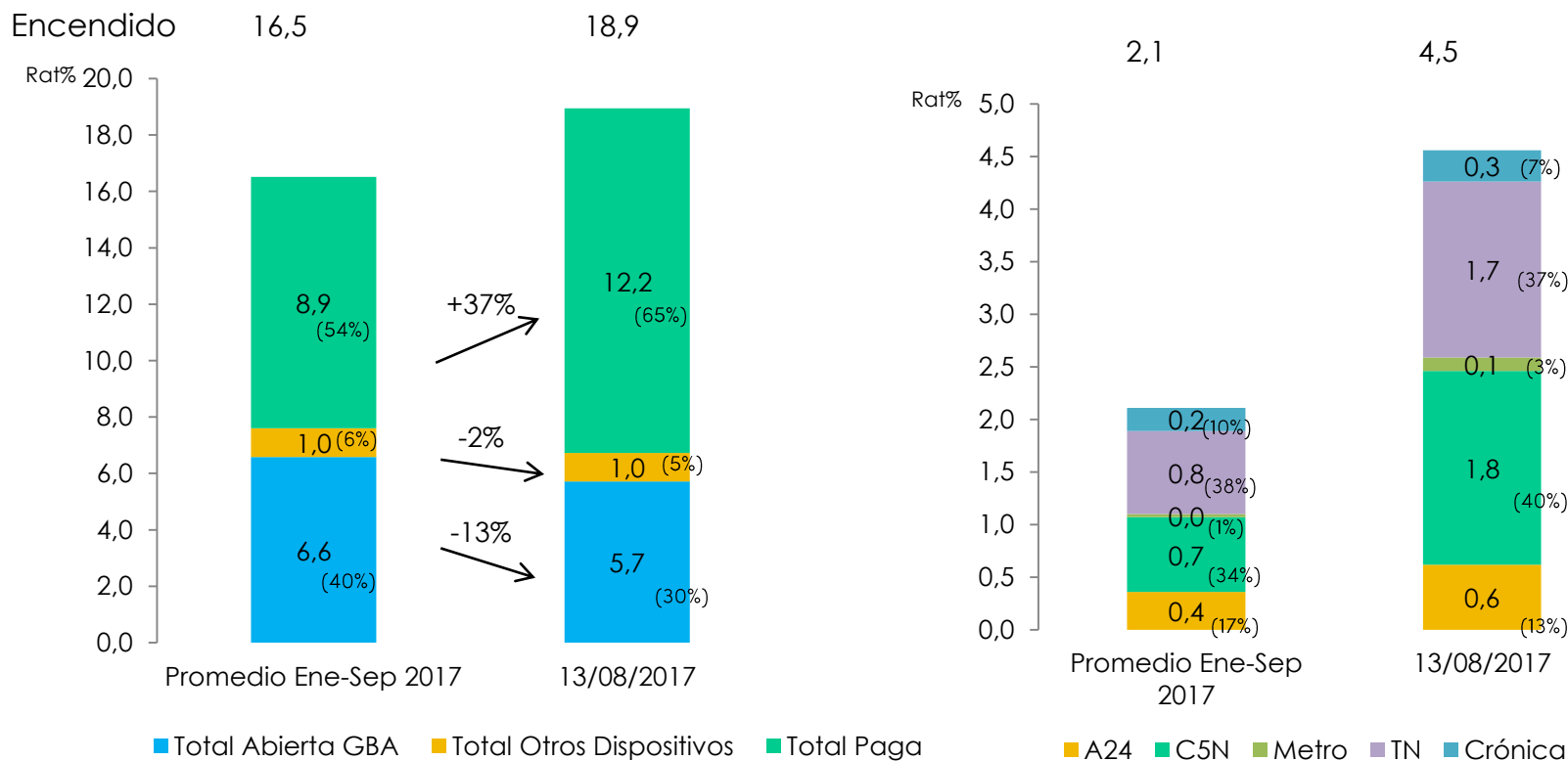
Participación de inversión de Campañas políticas. TV paga. Enero-Agosto 2017

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

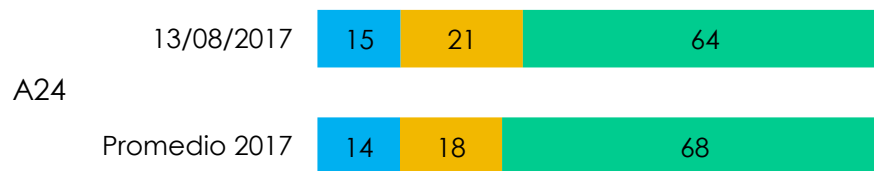
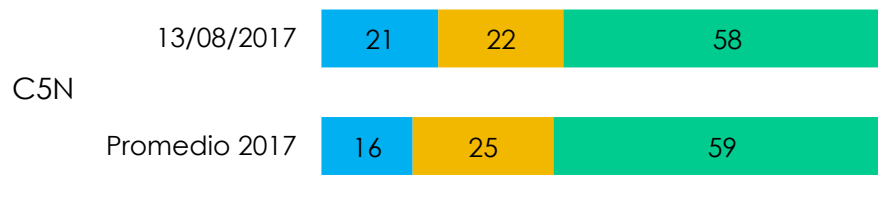
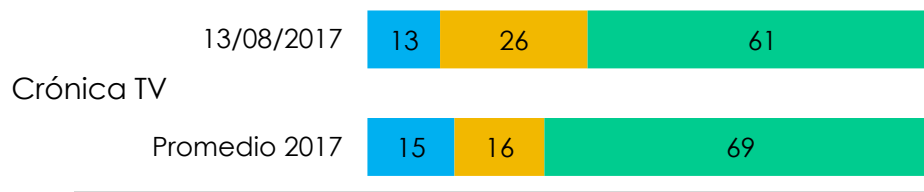
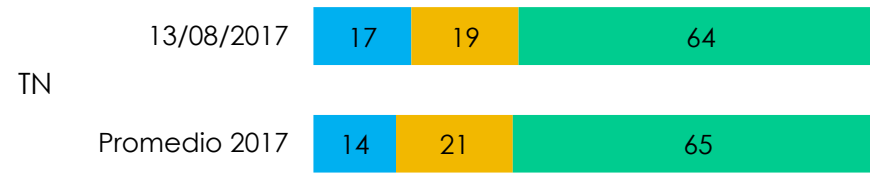
(promedio TN, Crónica, C5N, A24)



■ 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%)

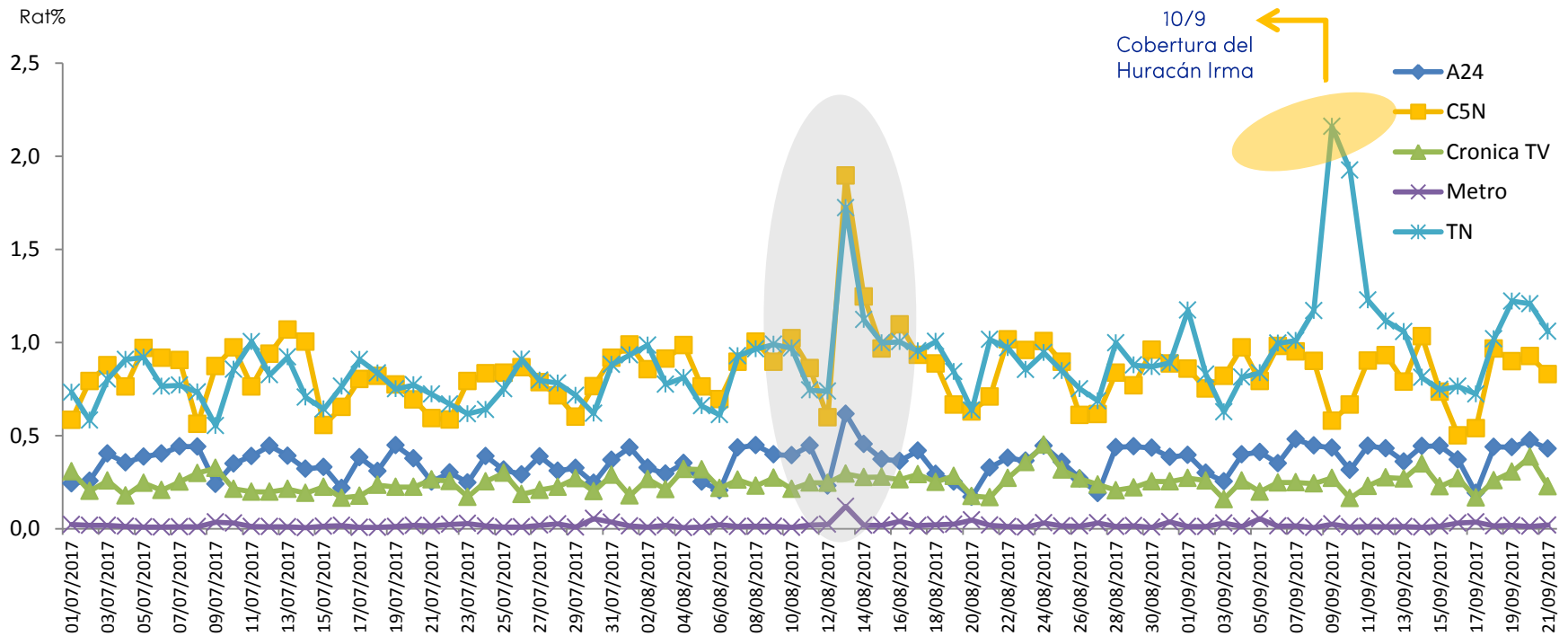


■ 20-34 ■ 35-49 ■ 50+

# Principales canales de noticias en TV paga

Aumenta significativamente el rat% el día de las elecciones

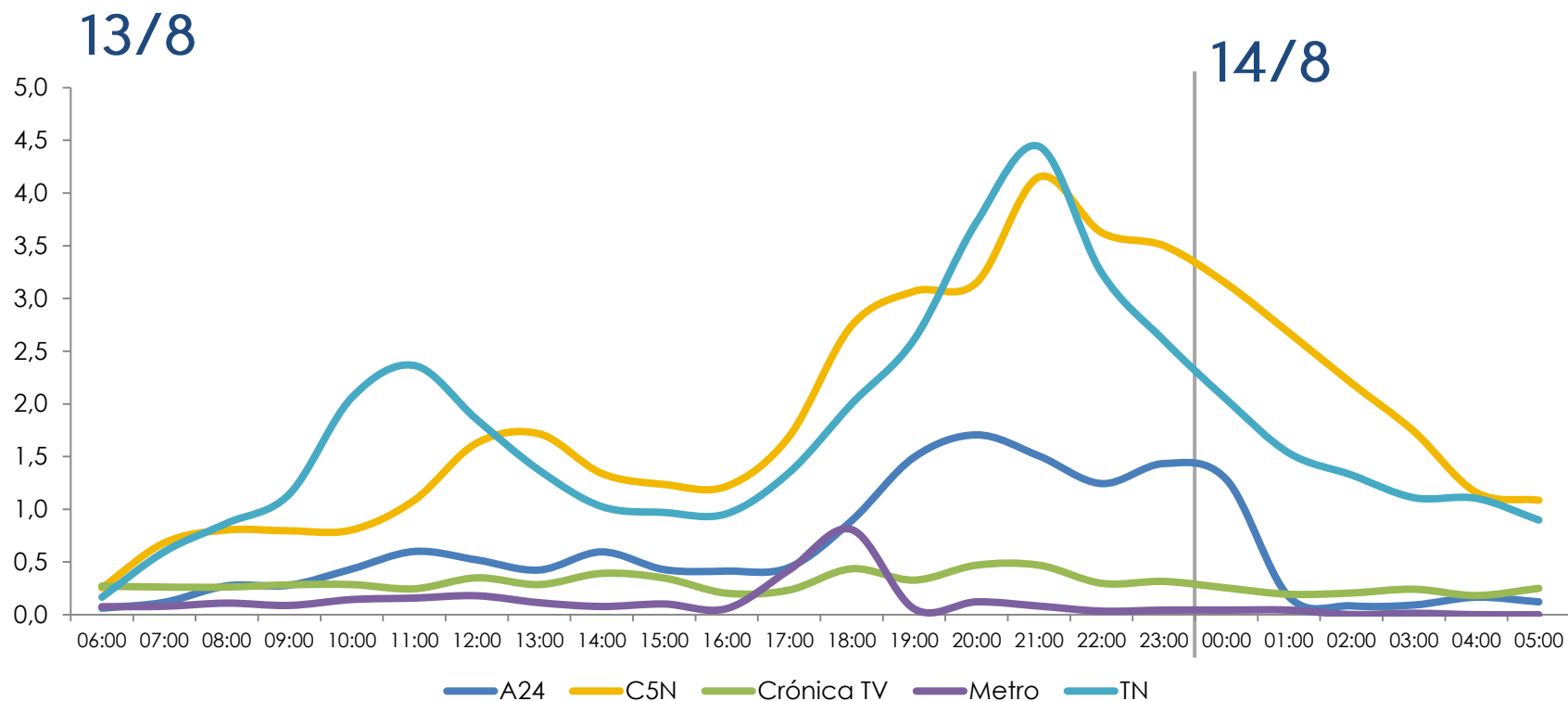
Junio-Agosto 2017





# 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 <sup>2</sup>



33%

Candidatos



29%

Padrón



25%

Donde voto



13%

Elecciones



ANUNCIAR

CONSULTAS O SUGERENCIAS  
[a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

