

# Índice de Actividad Publicitaria

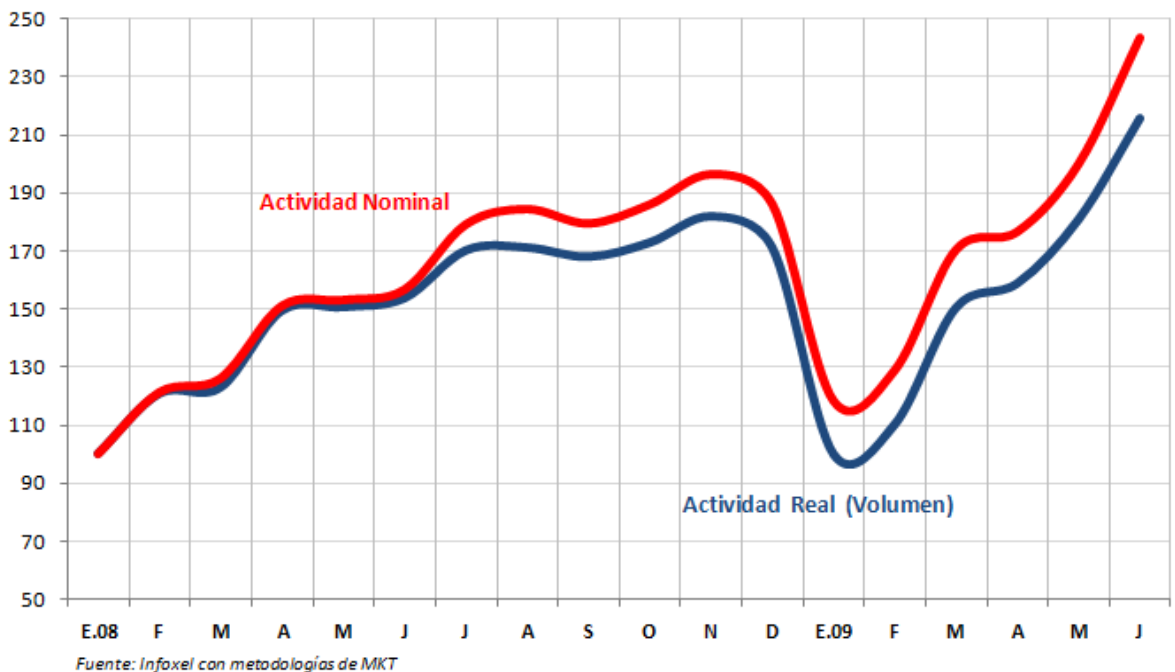
Córdoba | Junio 2009 y comparativos

Infoxel elabora **mensualmente** de forma exclusiva para la industria publicitaria el **Observatorio de la Actividad Publicitaria** de las distintas plazas del país, siguiendo el comportamiento de **sectores, anunciantes, marcas y campañas en los soportes Radio, Televisión, Diarios y Revistas**. Conjuntamente, y en alianza con la consultora MKT se publica el **INDICE DE ACTIVIDAD PUBLICITARIA** que, mes a mes permite analizar las condiciones macroeconómicas de la industria (volumen, facturación, variación de precios, etc.) y vincularla con las particularidades del mercado, las

estrategias y el contexto que nuestros equipos analizan diariamente.

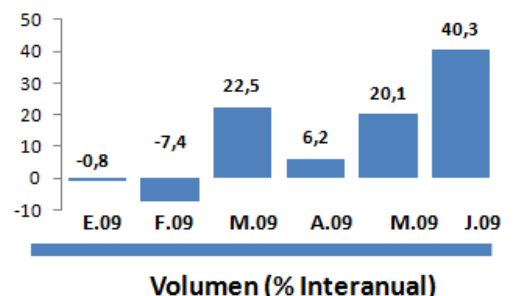
La Actividad Publicitaria esta determinada por las proporciones que la misma adquiere en términos **nominales** (valores similares a los montos de facturación totales de la industria); y en términos **reales**, representando el volumen cierto de actividad, abstrayendo el datos de la variación en las tarifas que pueda llegar a existir mes a mes.

## Evolución de la Actividad Publicitaria en Córdoba



## el dato

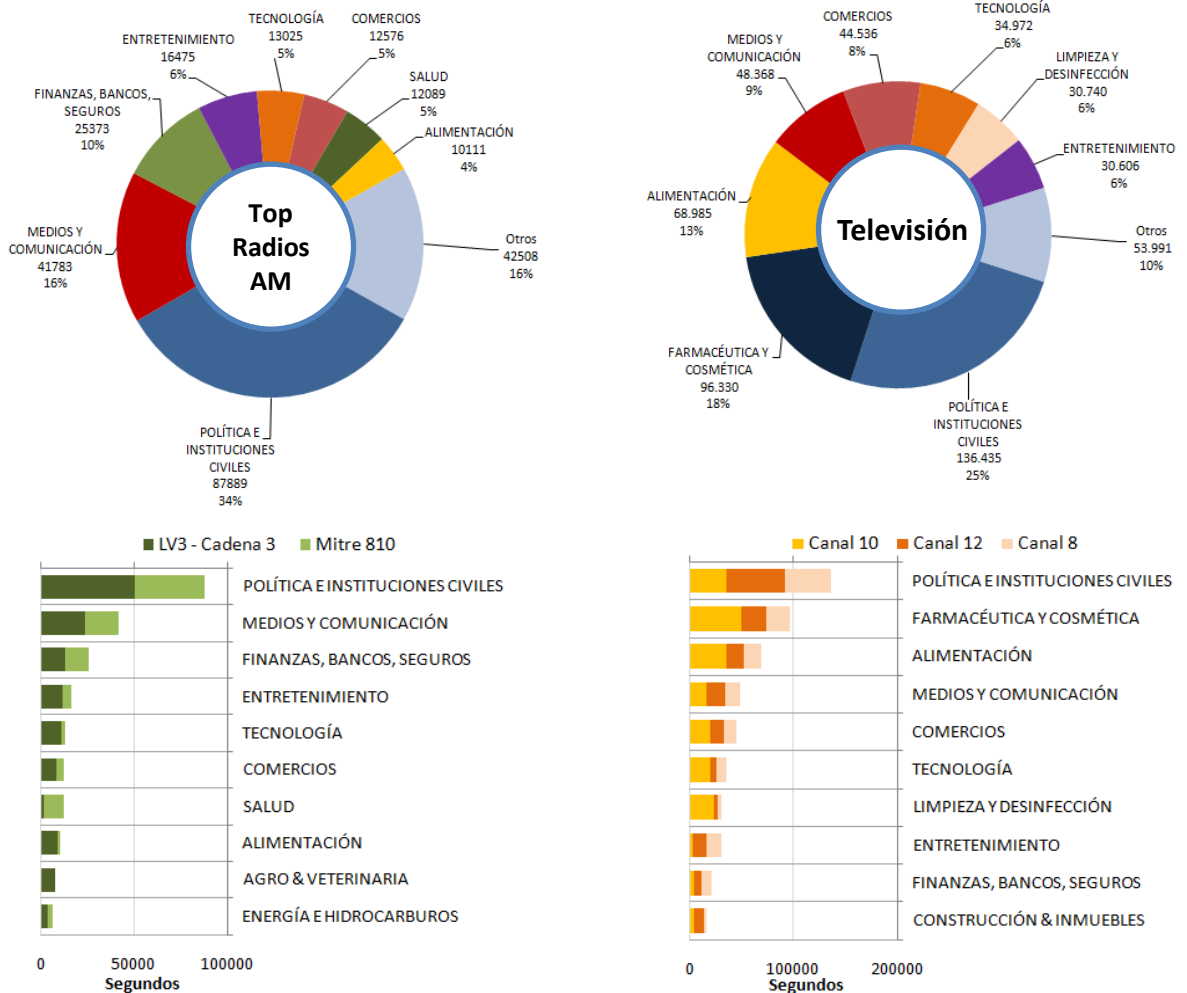
Según el Observatorio de la Actividad Publicitaria de Córdoba, el mes de junio 2009 presentó un **crecimiento de 40,3 puntos** en volumen de publicidades, en relación a junio del 2008. Además, junio 2009 -mes de las elecciones legislativas- duplicó el crecimiento en relación a mayo 2009 que ya presentaba un incremento de **20,1 puntos** comparado con mayo 2008, en plena Crisis del Campo.



# Share de Rubros

Córdoba | Junio 2009 y comparativos

## Share de actividad por Rubro | Audiovisual | Junio 2009



El sector de mayor crecimiento fue “**Política e Instituciones sociales**” que representó el 34% de la torta de radio (24,4 horas de publicidad) y el 25% de la de Televisión (37,9 horas).

En el caso de la Gráfica, el rubro **Automotores** lidera el mes de Junio 2009. Con el 15% de los centímetros por columna (21.424 cmXcol) el nivel de pautado representa el equivalente a 64 páginas completas de publicidad en La Voz del Interior, o sea la edición completa de un día de semana. Tanto el rubro **automotores**, como **construcción e inmuebles** son anunciantes casi exclusivos del soporte Gráfica (juntos equivalen el 21%, siendo que en televisión y radio juntos no supera el 7,2%).

## Política representó el 25% del total de volumen publicitario de Junio 09

En Radio, el rubro más fuerte, luego de Política es **Finanzas, Bancos y Seguros** con un equivalente de **7 horas** totales de anuncios. En televisión, sigue al rubro política, el rubro **Farmacia y Cosmética** con el 18% del total de anuncios concentrados en un 51% en Canal 10.

# Zoom in: "Partidos Políticos"

Córdoba | Junio 2009

"Partidos Políticos" es uno de los más de 250 agrupamientos que el Infoxel Observer AD permite analizar de la industria publicitaria.

En junio 2009 la Gráfica jugó un rol residual en la campaña con un total de 2338 centímetros por columna (sólo el equivalente a 7 páginas completas de La Voz del Interior). La Voz del Interior, principal medio gráfico de la provincia, sólo hubo un sólo aviso directo (hubo avisos de Gobierno) vinculado con las elecciones legislativas 2009.

La televisión tuvo la mayor concentración de segundos, equivalente a **25 horas de anuncios**.

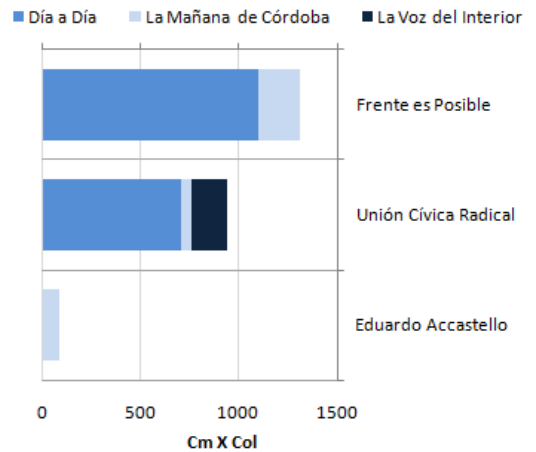
Los radios TOP AM de Córdoba (Mitre y Cadena 3) que se disputan los niveles de audiencia directamente, presentaron un comportamiento casi similar en presión publicitaria: Radio Mitre con un **40% del pautado y Cadena 3 el 60% restante**.

Eduardo Accastello, quien obtuvo el cuarto lugar cómo candidato a Senador en Córdoba, presenta

un reparto equilibrado en su plan de medios, audiovisuales, ocupando el segundo lugar cómo anunciante del sector Partidos Políticos tanto en radio como en televisión.

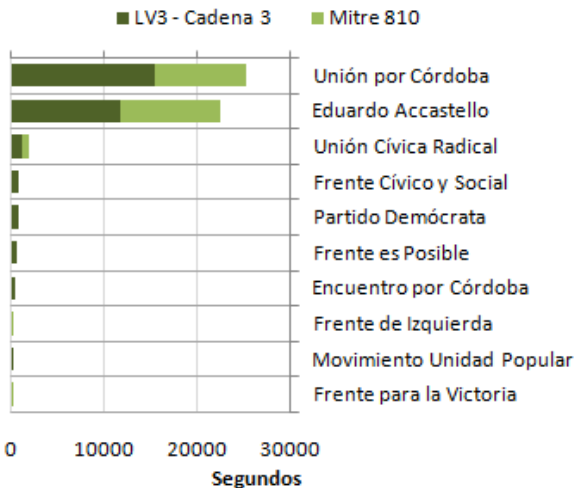
## Anunciantes "Partidos Políticos"

Gráfica | Junio 2009



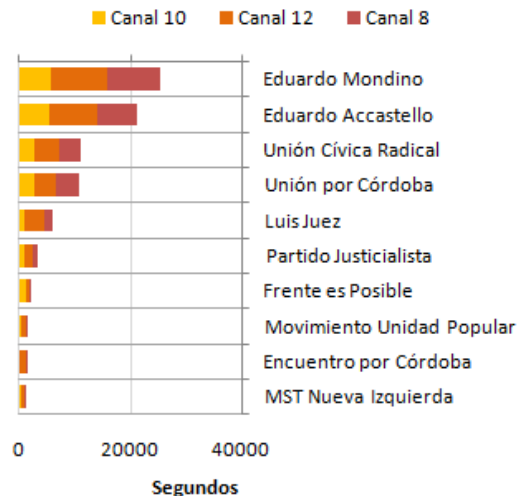
## Anunciantes "Partidos Políticos"

Top RADIOS AM | Junio 2009



## Anunciantes "Partidos Políticos"

TELEVISIÓN | Junio 2009



### Sobre Infoxel

Infoxel es la principal compañía de habla hispana especializada en el desarrollo de herramientas de gestión de imagen en contenidos periodísticos y publicitarios de medios de comunicación. Cuenta entre sus clientes a más de 100 compañías líderes y gobiernos de Argentina, entre ellos Telecom, Arcor, Santander, Coca Cola, Macro y Toyota. Cuenta con oficinas en las principales ciudades de Argentina. En 2008, el Grupo Santander se integró como accionista de la compañía para acompañar la expansión internacional de Infoxel.

Para recibir más información sobre Infoxel, visítenos en [www.infoxel.com.ar](http://www.infoxel.com.ar), o contáctese con Guillermo Paz vía mail ([gpaz@infoxel.com.ar](mailto:gpaz@infoxel.com.ar)) o tel. 0351-4235777.