



Buenos Aires, 23 de julio de 2009

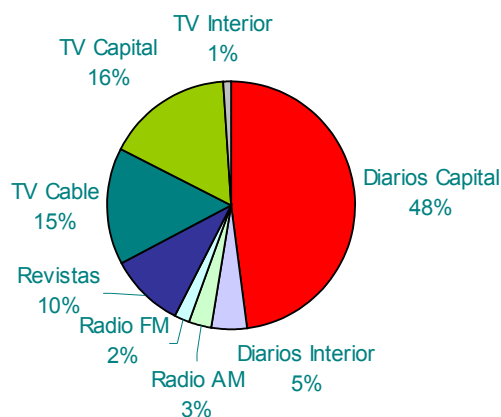
*Información para la prensa*

### **Precio, marca y tamaño, lo más importante al elegir un auto.**

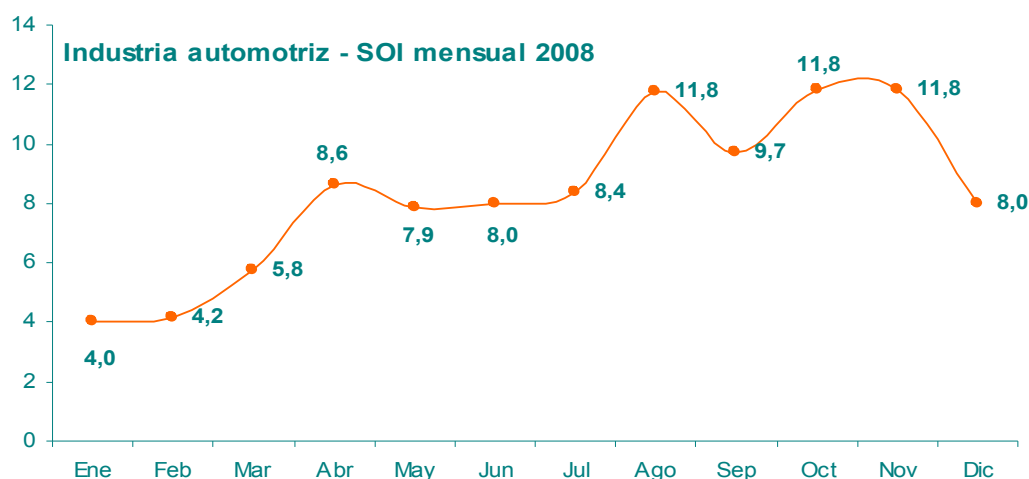
*Informe de la central de medios EPM GUSTAVO QUIROGA.*

En cuanto a inversión publicitaria se refiere, la industria automotriz es una de las más importantes. Durante el 2008 ocupó el puesto N° 10 del ranking de inversión por sector. La inversión se concentró principalmente en: Diarios Capital (48%), TV Capital (16%) y TV Cable (16%). En cuanto a su distribución a lo largo del año, ésta tuvo picos en los meses de abril, agosto, octubre y noviembre; mientras que los meses más flojos desde el punto de vista publicitario fueron enero y febrero.

#### **Mix de medios industria automotriz 2008**

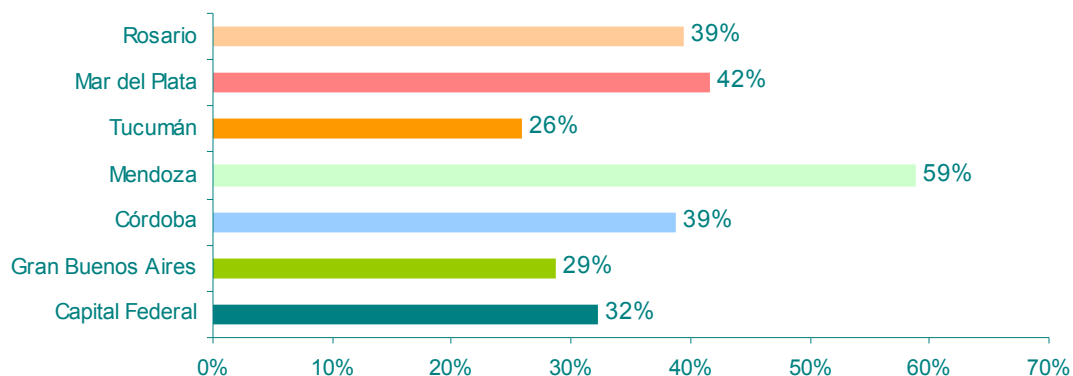


El 2009 tuvo un buen comienzo para este sector ya que durante el 1er semestre del 2009 la inversión aumentó un 32% respecto al mismo período del año anterior (aunque parte de este incremento se debió a la suba de tarifas de los medios). Y, a diferencia de otros sectores, el automotriz no modificó el mix de medios respecto del año pasado.



En nuestro país, en promedio, el 33% de los individuos mayores de 18 años viven en hogares que poseen al menos un auto. Este número varía bastante según la ciudad, por ejemplo, llega al 59% en Mendoza y cae al 29% en Tucumán.

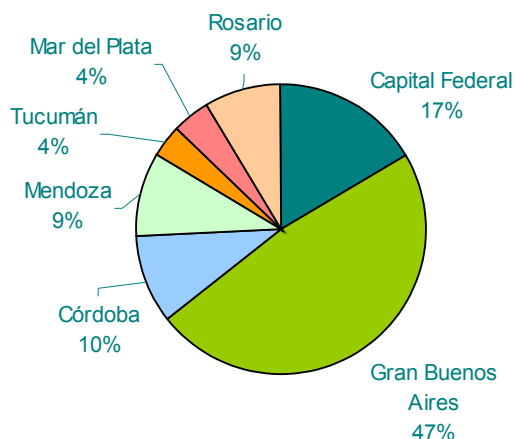
### Poseción de automóvil en el hogar



Sin embargo, si analizamos la distribución geográfica de todos los individuos que viven en hogares con automóviles, la situación es mucho más despareja que en el caso anterior debido a la desigual distribución de la población en nuestro país. Al Gran Buenos Aires pertenecen el 47% de los individuos que viven en hogares con auto y le sigue Capital Federal con el 17%, mientras que Tucumán y Mar del Plata se ubican en el último lugar con el 4%.

A la hora de elegir un auto los factores que tienen mayor peso son precio, marca y tamaño. La lista continúa con: consumo de combustible, comodidad de interiores, seguridad, número de puertas y opciones de financiamiento.

## Distribución de la posesión de automóvil



Por último mencionaremos que, en promedio, cerca de un 5% de los individuos afirmó que en su hogar pensaban comprar un automóvil en los próximos 12 meses. Una muestra clara de que, para algunos, crisis es sinónimo de oportunidad.

### Fuentes:

- 1- EGM – Ipsos (1ª ola 2009). Individuos que viven en hogares donde existe un automóvil.
- 2- Monitor de Medios Publicitarios (Sistemas incluidos: TV abierta capital e interior, TV cable, radios capital, diarios capital e interior). Las inversiones fueron calculadas según descuentos típicos del mercado.

Nota: Ambas fuentes incluyen varias de las principales ciudades de nuestro país.

### Sobre epm:

**epm GUSTAVO QUIROGA** es la **primera central de medios argentina y la primera en la industria publicitaria** que avala con una **certificación ISO 9001:2000**- la calidad de sus servicios. Telecom Argentina, Telecom TF, Telecom Corporativo, Personal, Arnet, Desarrollo de Portales, Mercado, Telecom USA, Grupo Osde, Lasifarma, Blaisten, IPCVA, MetroGAS, Panasonic Argentina, Garbarino son- entre otras- algunas de sus cuentas.

epm es miembro de **CACEM** (Cámara Argentina de Centrales de Medios), miembro de la **CCMA** (Comisión de Control de Mediciones de Audiencia), **APM** (Asociación Profesionales de Medios), Miembro de la **CAA** (Cámara Argentina de Anunciantes), socio de **RECMA** (Research Company Evaluating the Media Agency Industry), socio del **CPA** (Consejo Publicitario Argentino), **IVC** (Instituto de Verificador de Circulaciones) y miembro del **CIP** (Centro de Informaciones de Publicidad).

[www.epmedios.com.ar](http://www.epmedios.com.ar)

### **Para solicitar mayor información, por favor contactarse con:**

RM. Consultora de RRPP y Prensa. *Romina Méndez, Directora de Cuentas / Sabrina Balbín, Ejecutiva de cuentas* - Tel.-fax: 4815-7075. 155690-6994



CONSULTORA DE RRPP Y PRENSA