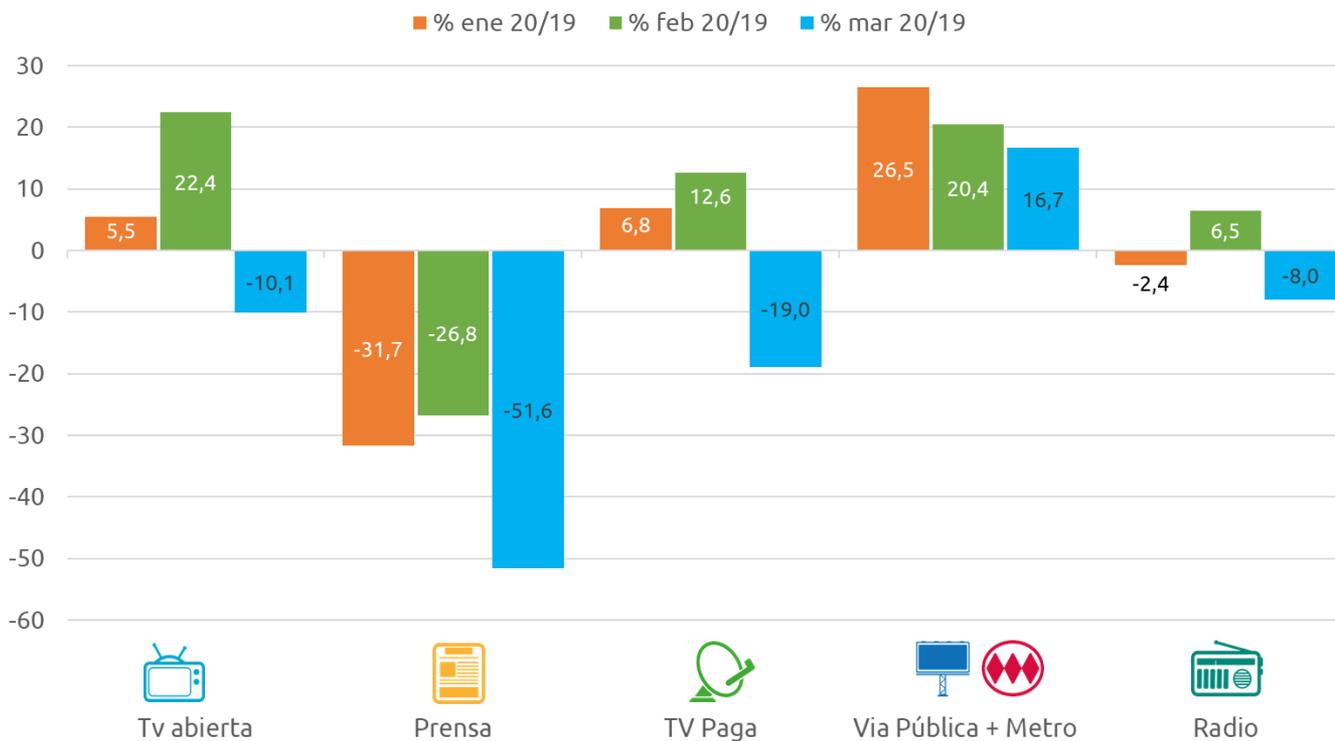




Efecto del COVID-19 en la inversión publicitaria Marzo 2020



Evolución inversión publicitaria enero-marzo 2020 vs 2019



Tv abierta, tv paga y vía pública + metro aumentaron su inversión publicitaria en enero y febrero 2020 con relación a enero y febrero 2019.

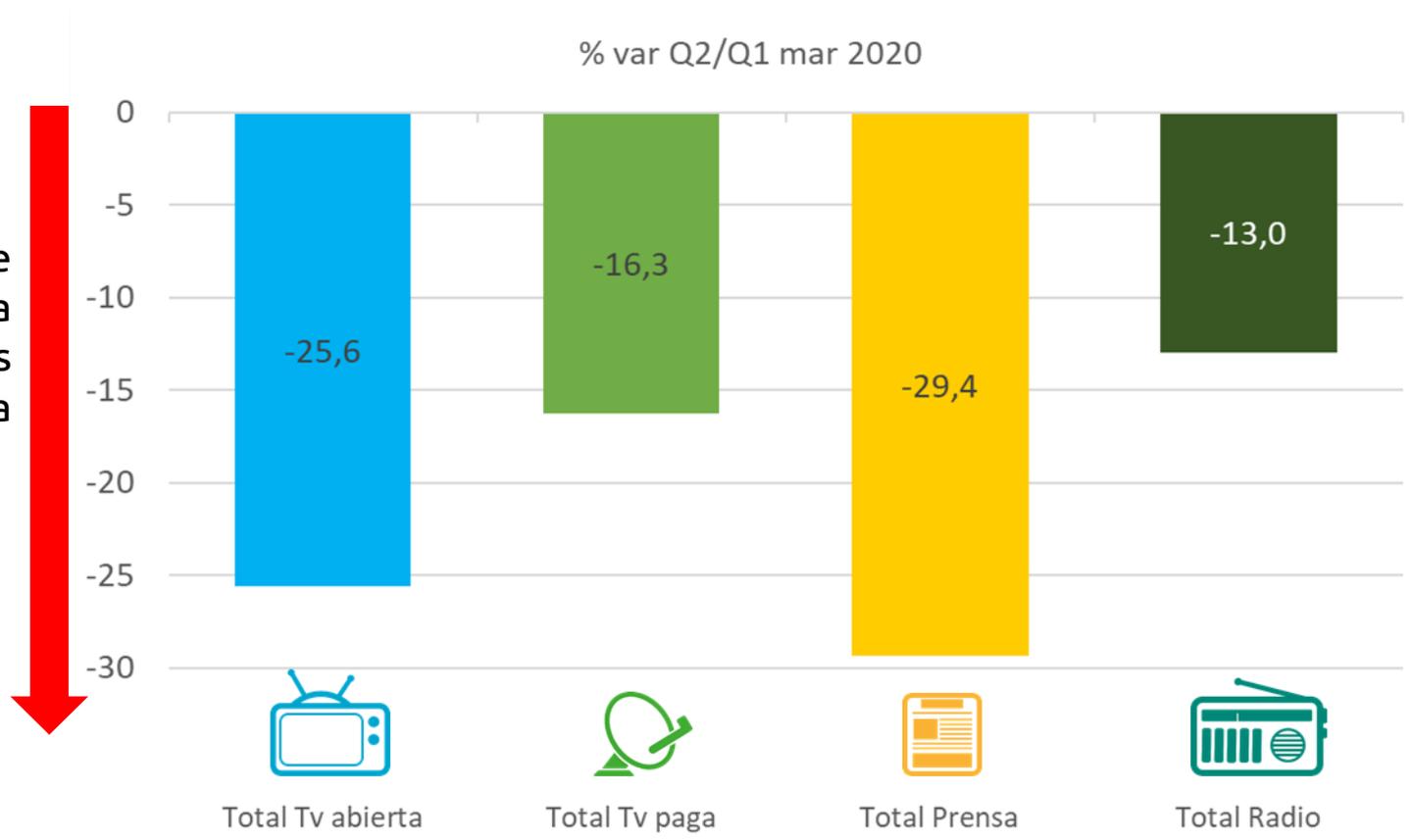
Marzo 2020 muestra una disminución de inversión con relación al mismo período de 2019 para todos los medios, excepto para Vía Pública y Metro, que mostró un aumento de 16,7%.



Evolución inversión publicitaria

Quincenas 1-2 marzo 2020

La disminución de inversión publicitaria entre las quincenas de marzo revela a la siguiente secuencia:

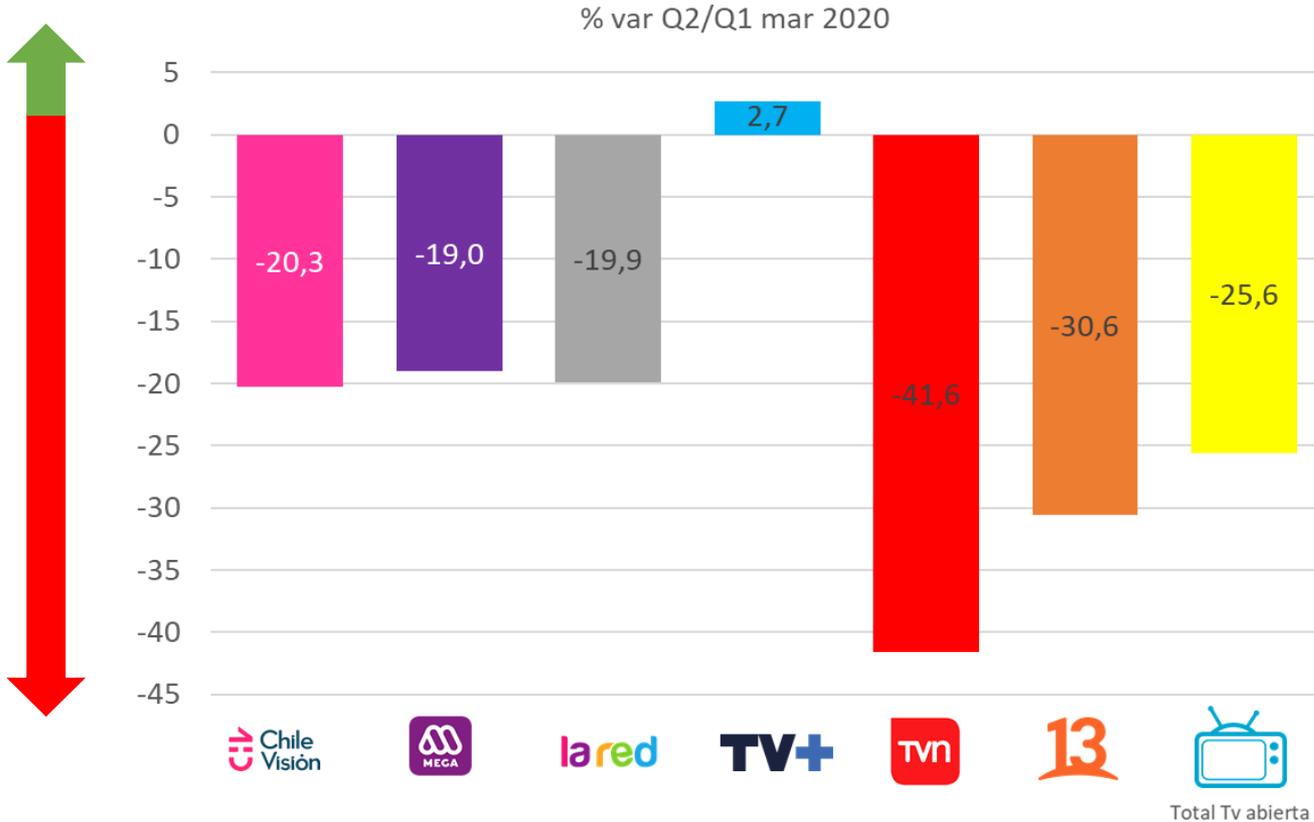


$$\frac{Q_2}{Q_1} = \frac{\text{Quincena 2}}{\text{Quincena 1}}$$



Evolución inversión publicitaria

Quincenas 1-2 marzo 2020



Individualmente, TV+ es el único medio de tv abierta que aumentó su inversión publicitaria entre las quincenas de marzo 2020, mientras que el resto de canales presentaron una disminución de inversión de acuerdo al siguiente orden:

TVN > 13 > MEGA > Chile Visión > la red



Disminución de inversión publicitaria



Evolución inversión publicitaria

Quincenas 1-2 marzo 2020

Tres diarios aumentaron su inversión publicitaria entre las quincenas de marzo, y lo hicieron en el siguiente orden:

La Segunda > **DF** > **La Cuarta**



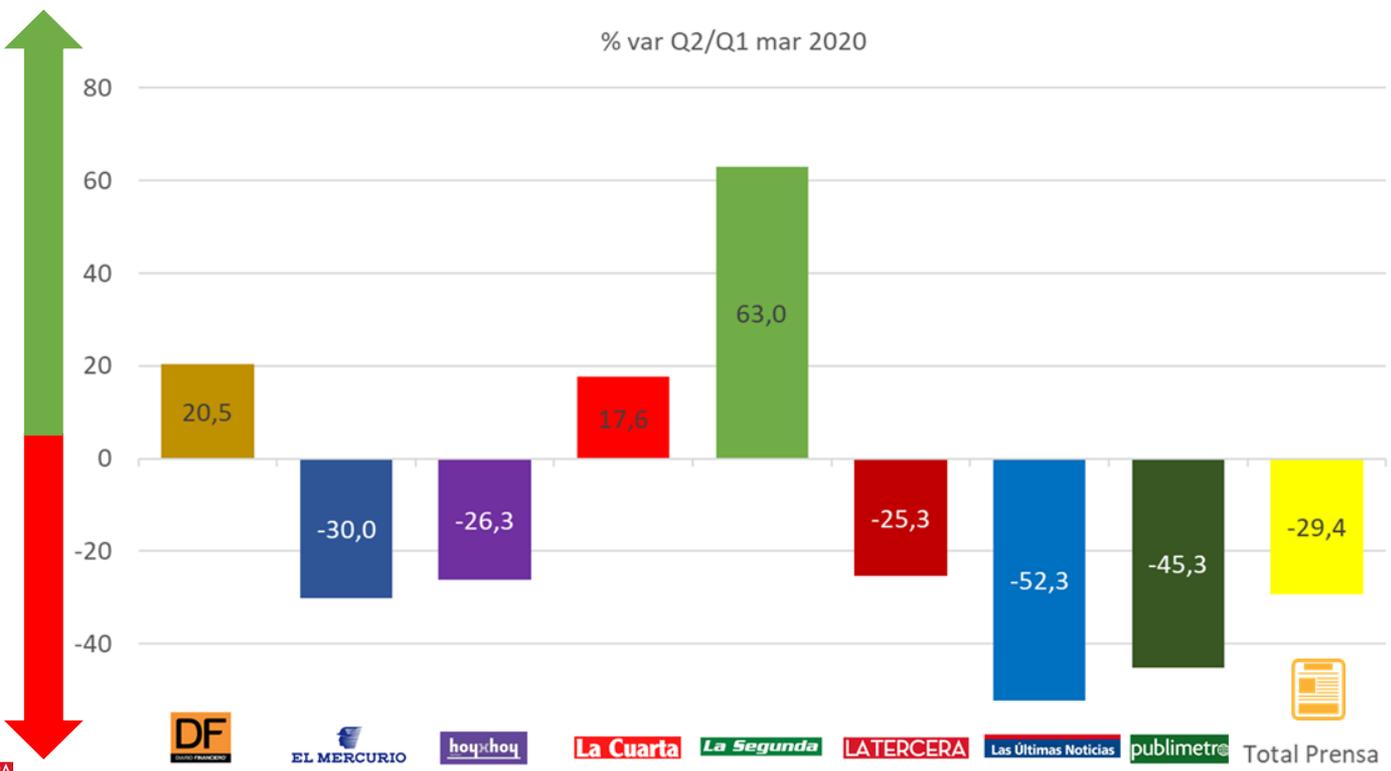
Aumento de inversión publicitaria

Cinco diarios disminuyeron su inversión publicitaria entre las quincenas de marzo, de acuerdo a la secuencia que sigue:

Las Últimas Noticias > **publimetre** > **EL MERCURIO** > **hoy:hoy** > **LATERCERA**



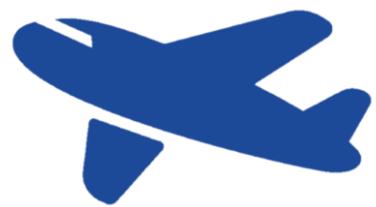
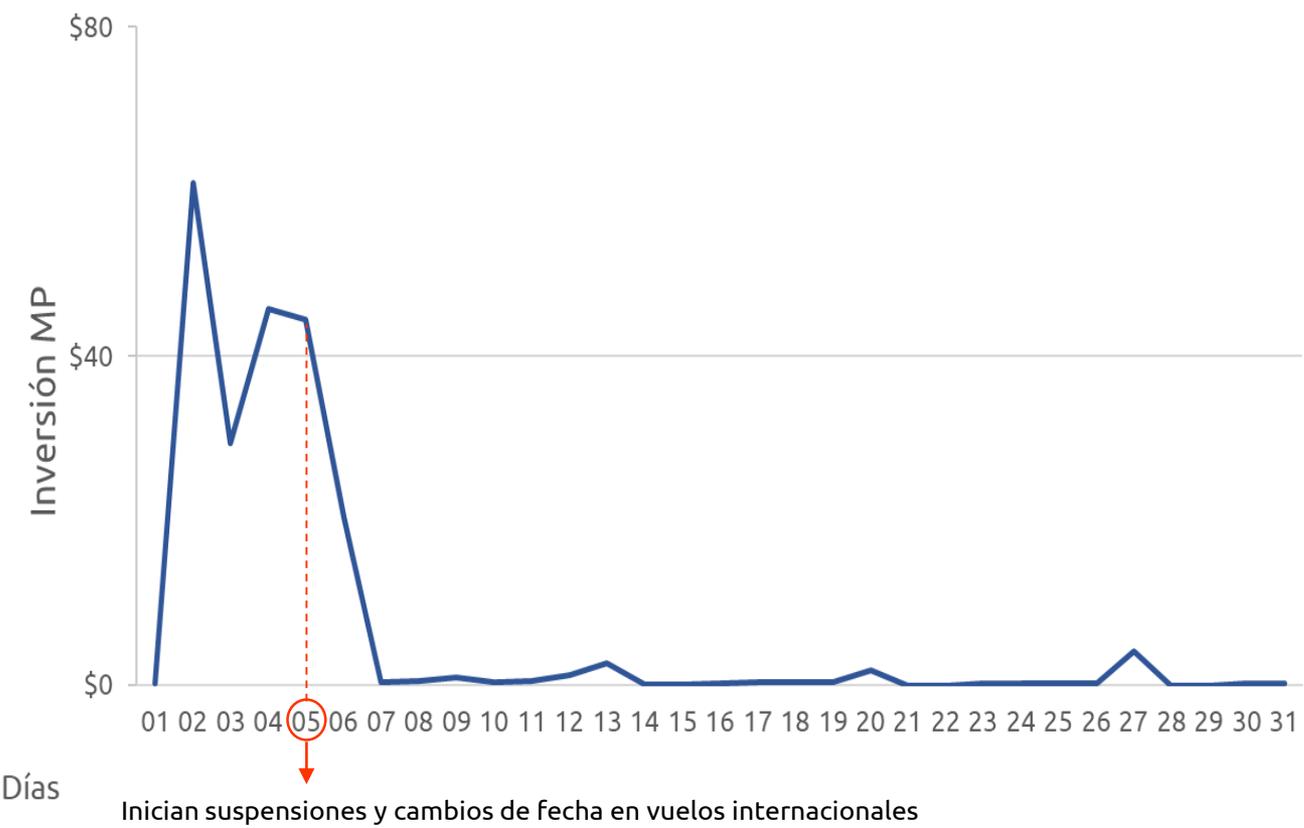
Disminución de inversión publicitaria





Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Transporte aéreo



Variación Quincenal
Q2/Q1

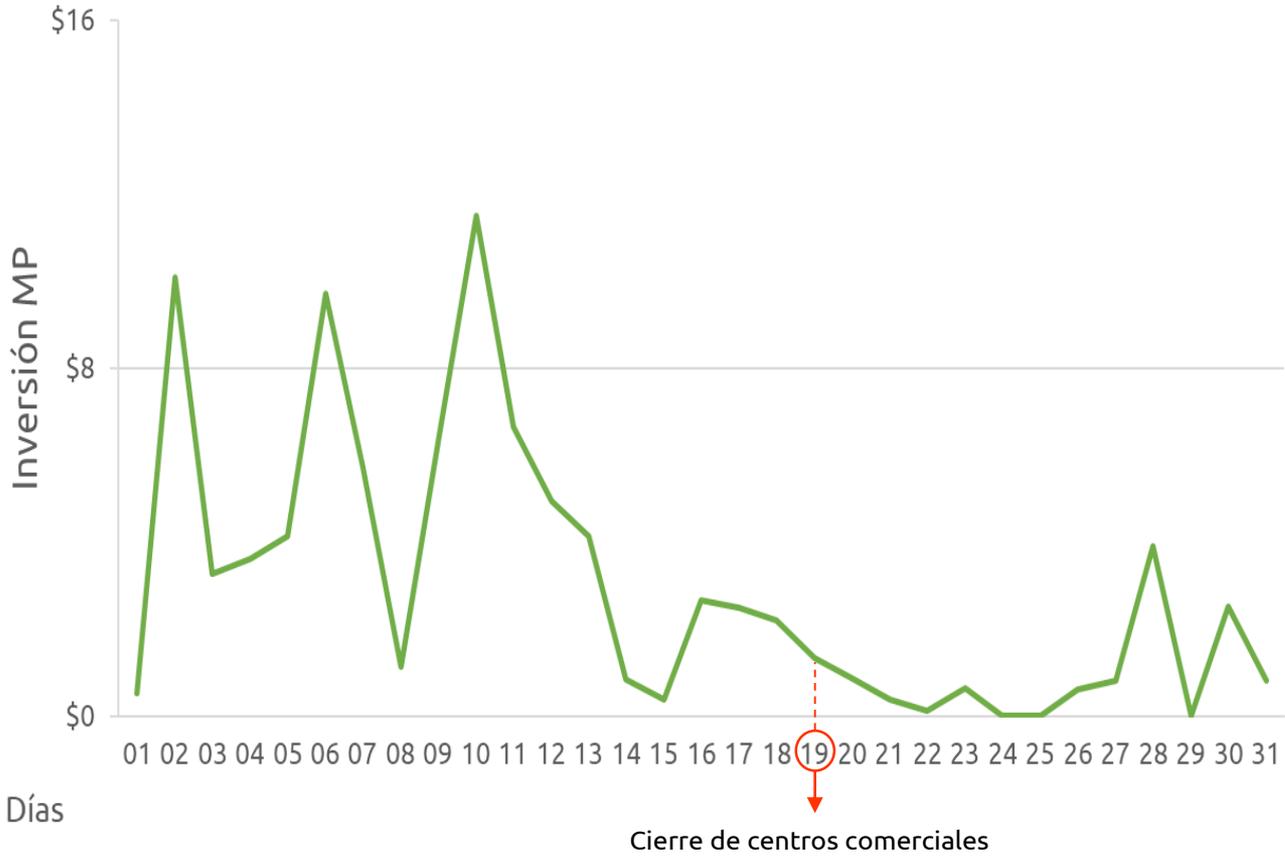


-96%



Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Centros comerciales



Variación Quincenal
Q2/Q1

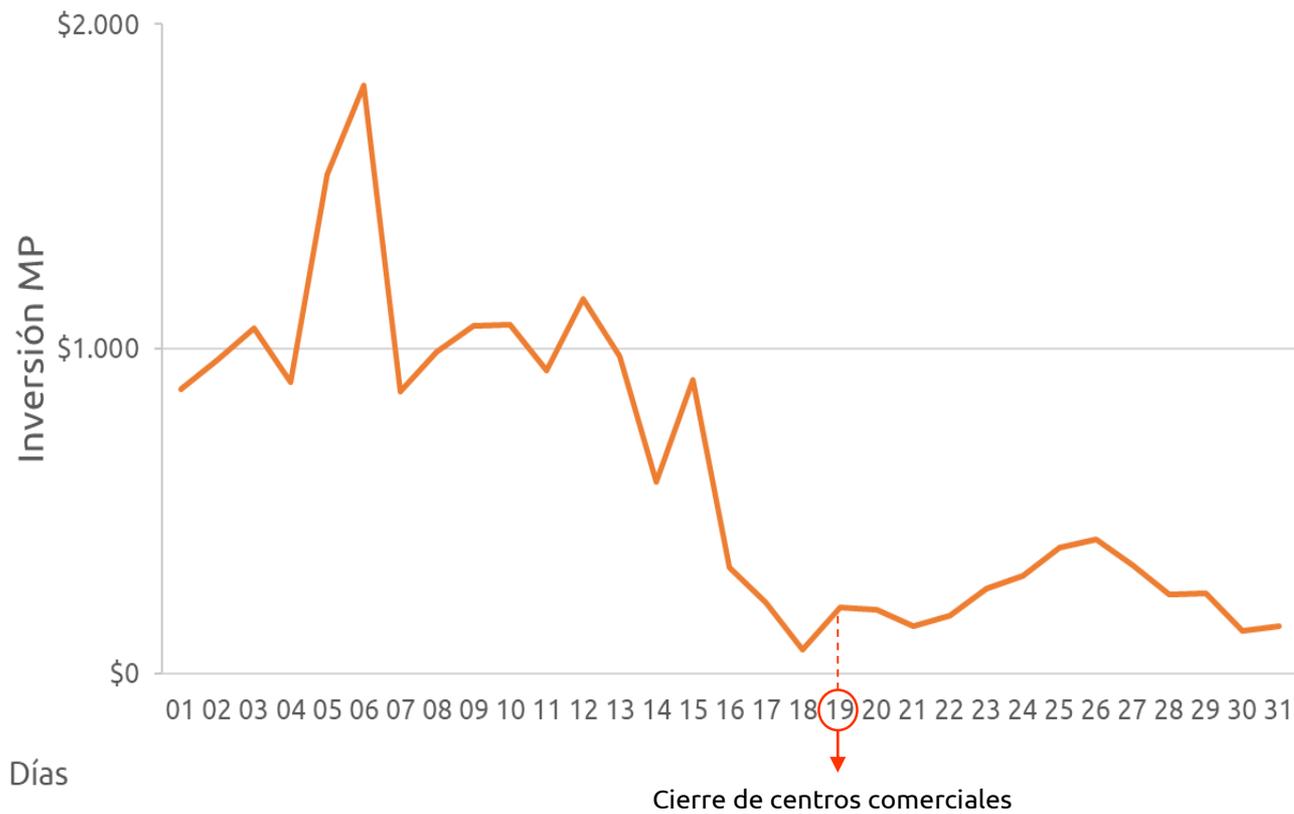


-73%

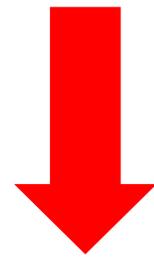


Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Grandes tiendas por departamento



Variación Quincenal
Q2/Q1

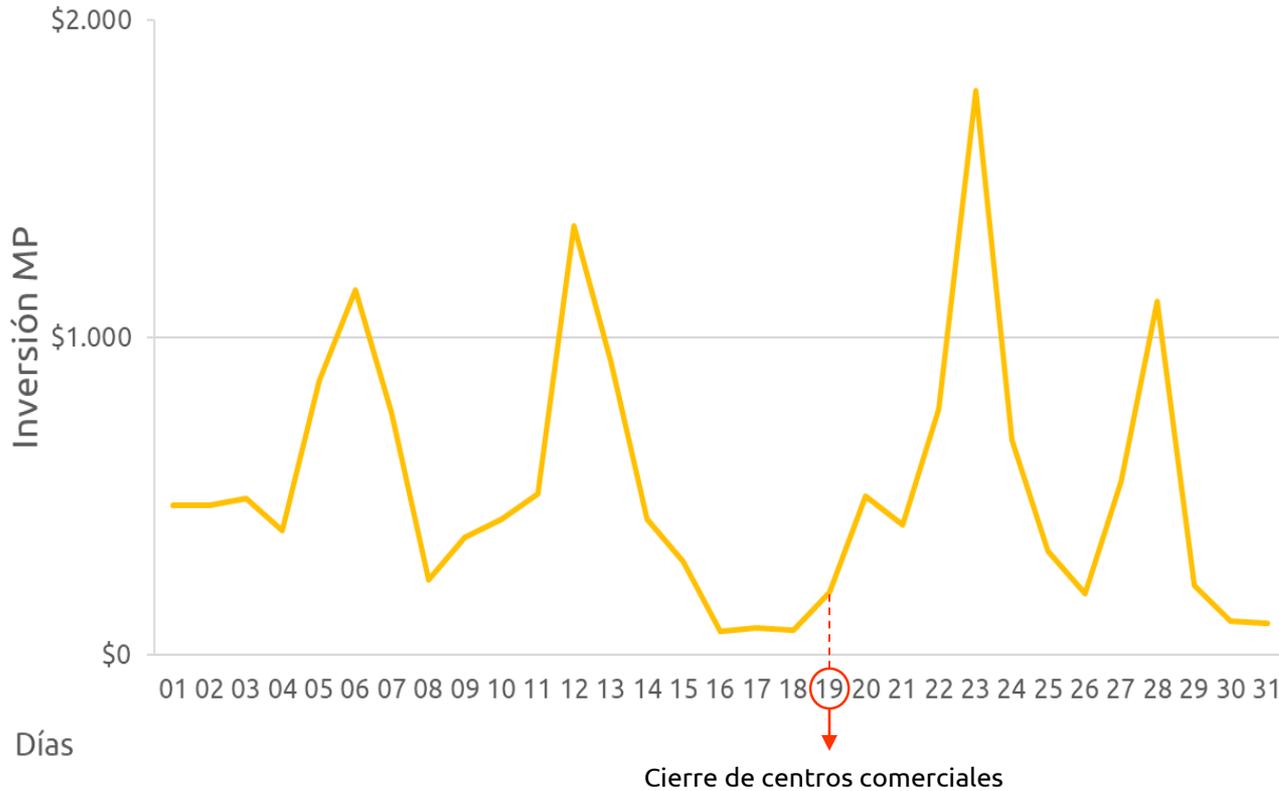


-76%



Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Super e Hipermercados



Variación Quincenal
Q2/Q1

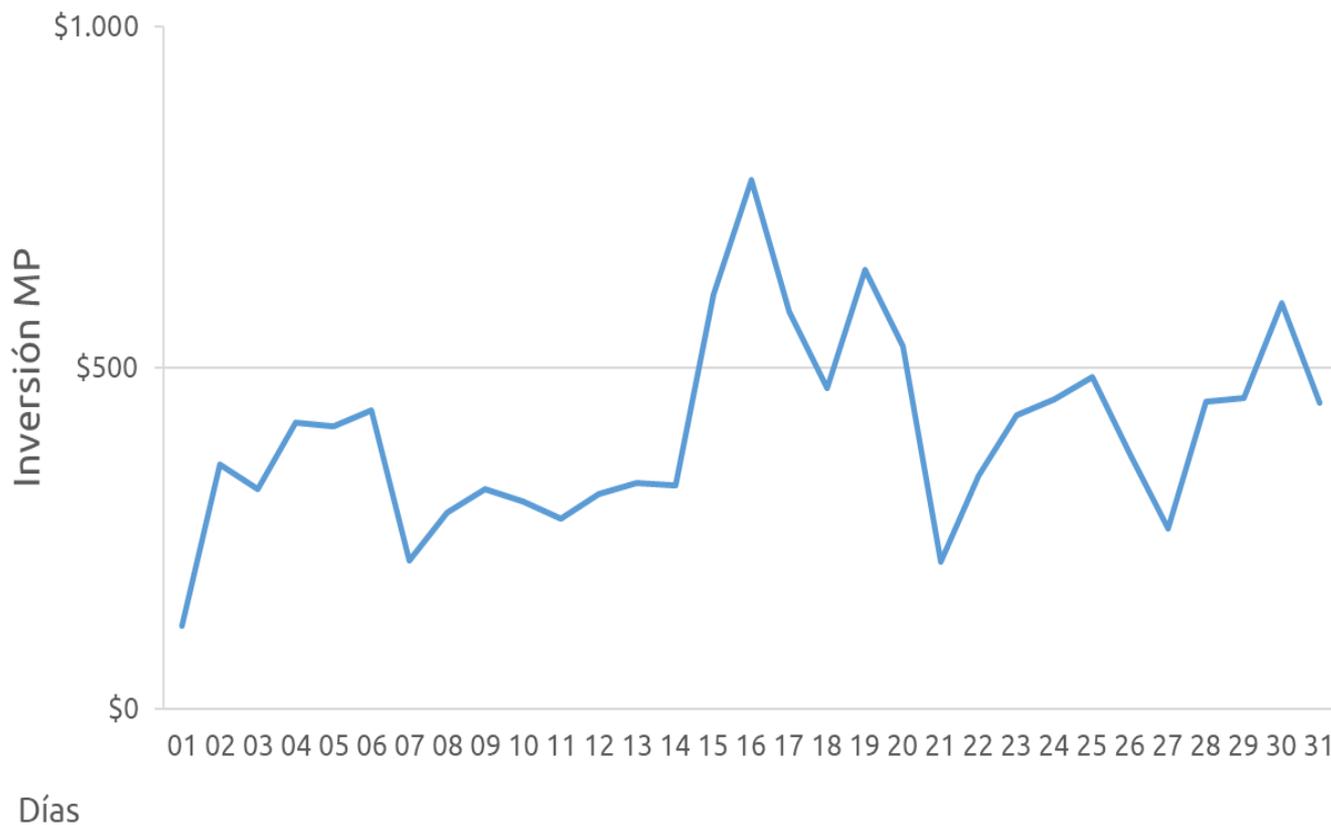


-22%



Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Telefonía



Variación Quincenal
Q2/Q1

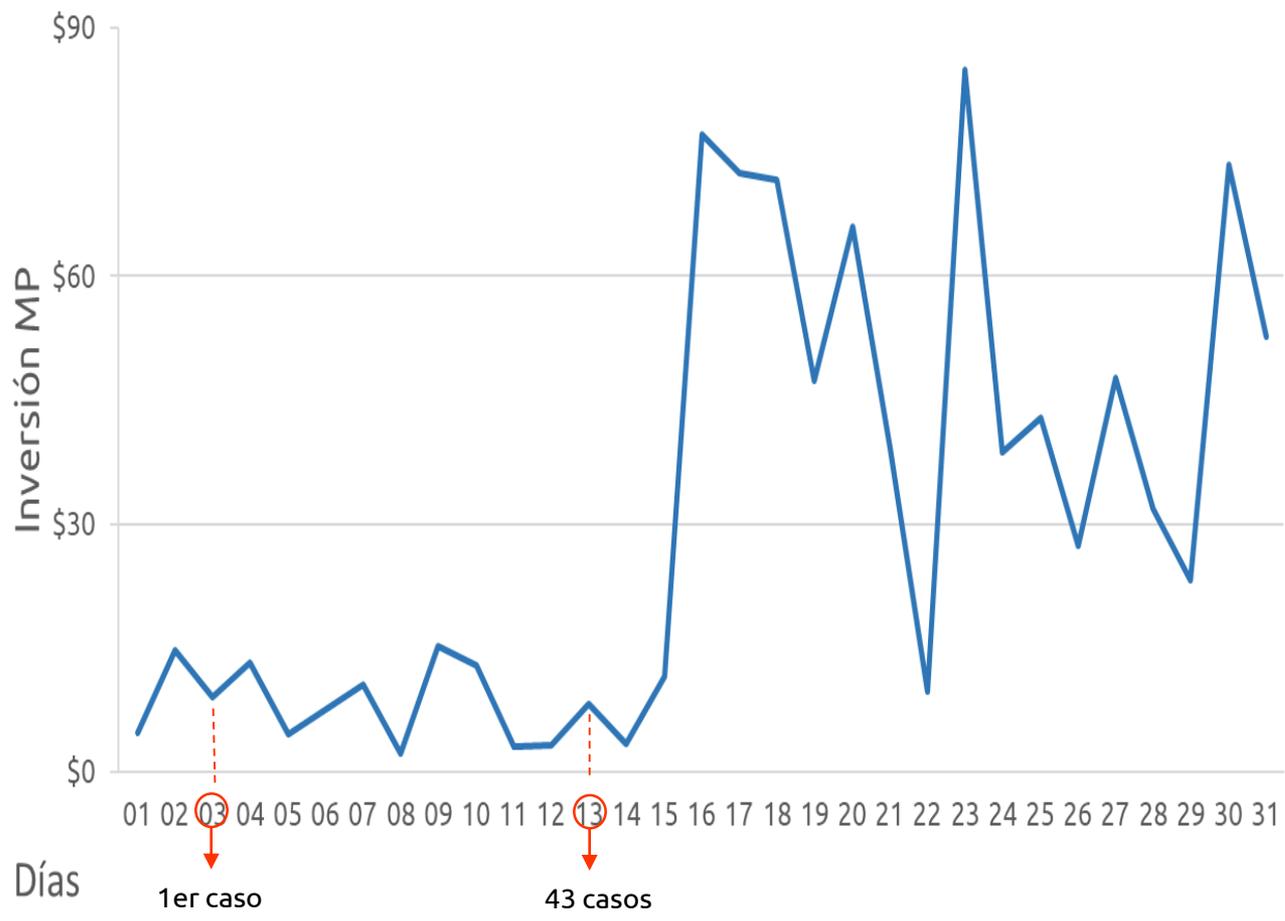


+46%



Evolución inversión publicitaria

Por marca



Variación Quincenal
Q2/Q1

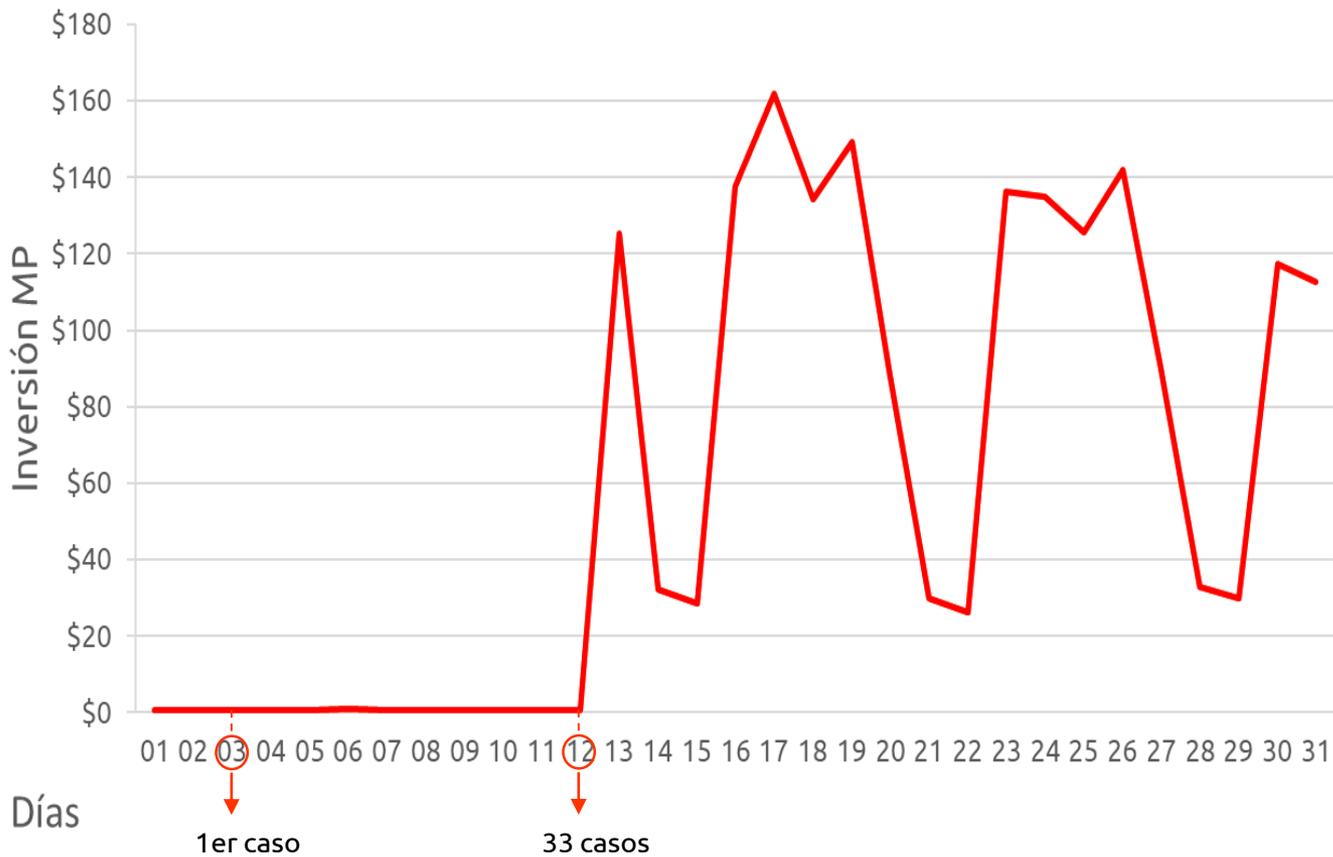


+545%



Evolución inversión publicitaria

Por marca



PedidosYa

Variación Quincenal Q2/Q1

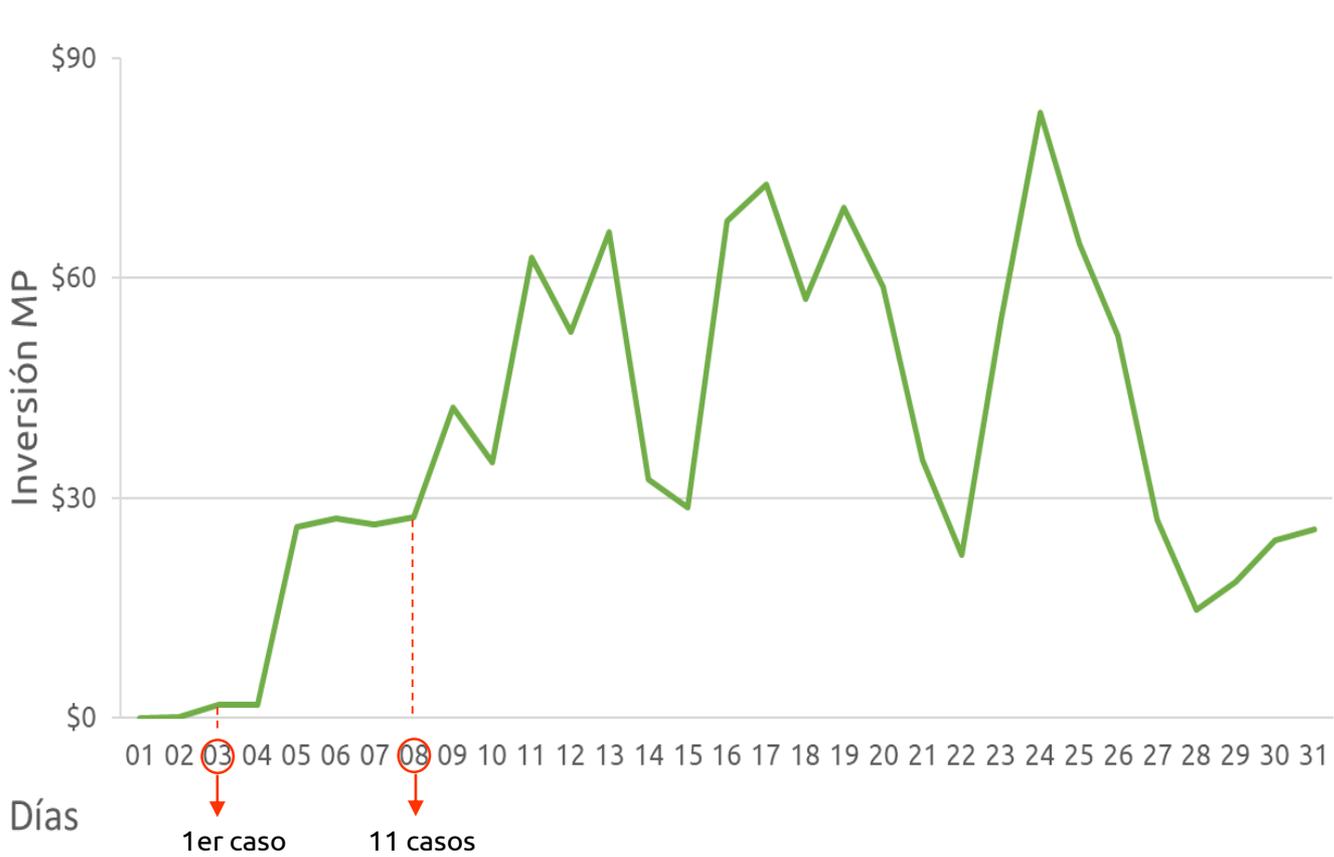


+748%



Evolución inversión publicitaria

Por marca



Variación Quincenal Q2/Q1



+74%



negati me

Quédate en casa, estamos junto a ti

Las tarifas utilizadas para la valorización son las tarifas lista entregadas por cada uno de los medios, estás no contemplan ningún descuento ni bonificación ya que desconocemos las negociaciones.