

Efecto del COVID-19 en la inversión publicitaria

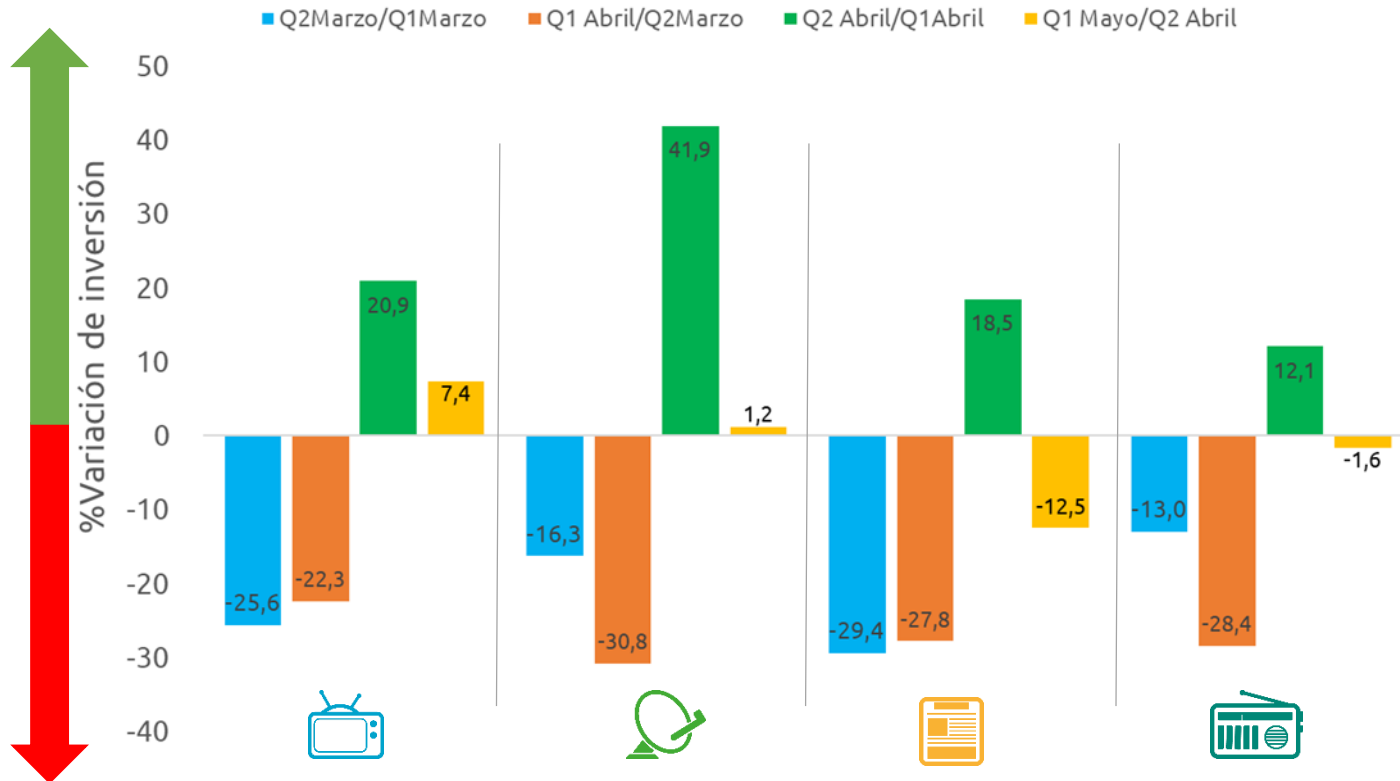
01 de marzo - 15 de mayo 2020



Evolución inversión publicitaria

Quincenal del 01 de marzo al 15 de mayo 2020

El porcentaje de variación de inversión quincenal Q1Mayo/Q2Abril aumenta para Tv abierta (7,4%) y Tv Paga (1,2%), aunque en menor proporción que el aumento mostrado entre las dos quincenas de abril (20,9% y 41,9%). Mientras que para los medios Radio y Prensa disminuye el porcentaje de inversión quincenal entre Q1Mayo/Q2Abril en -1,6% y -12,5%.



Q1Mayo/Q2Abril



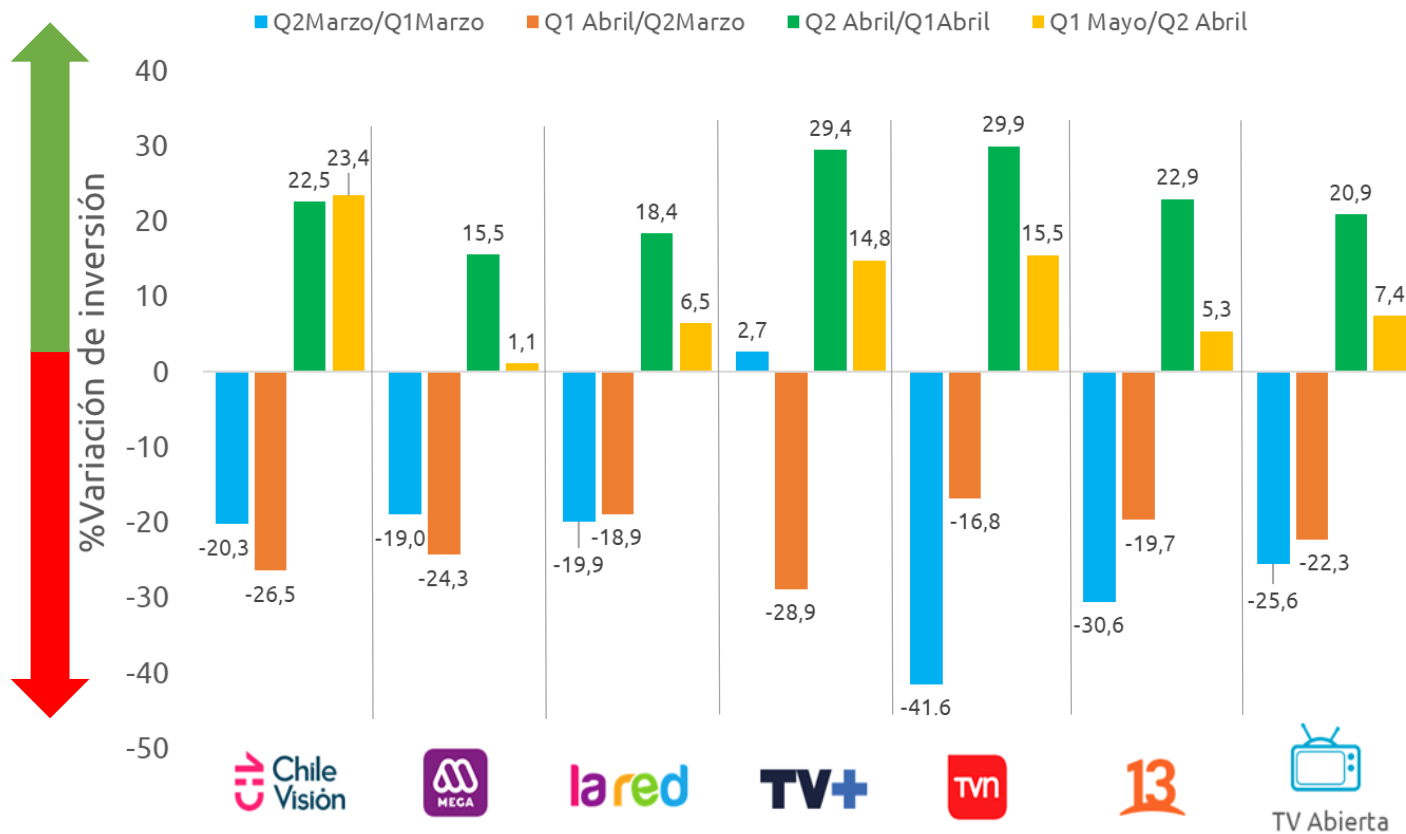
Inversión publicitaria

Q = Quincena



Evolución inversión publicitaria

Quincenal del 01 de marzo al 15 de mayo 2020



Todos los canales de Tv abierta mejoran su porcentaje de inversión publicitaria al comparar la primera quincena de mayo con la segunda quincena de abril, sin embargo, a excepción de Chilevisión, esta mejora ocurre en menor proporción a lo que fue el aumento de inversión visto entre las quincenas de abril.

Q1Mayo/Q2Abril

Chile Visión > TVN > TV+ > lared > 13 > MEGA

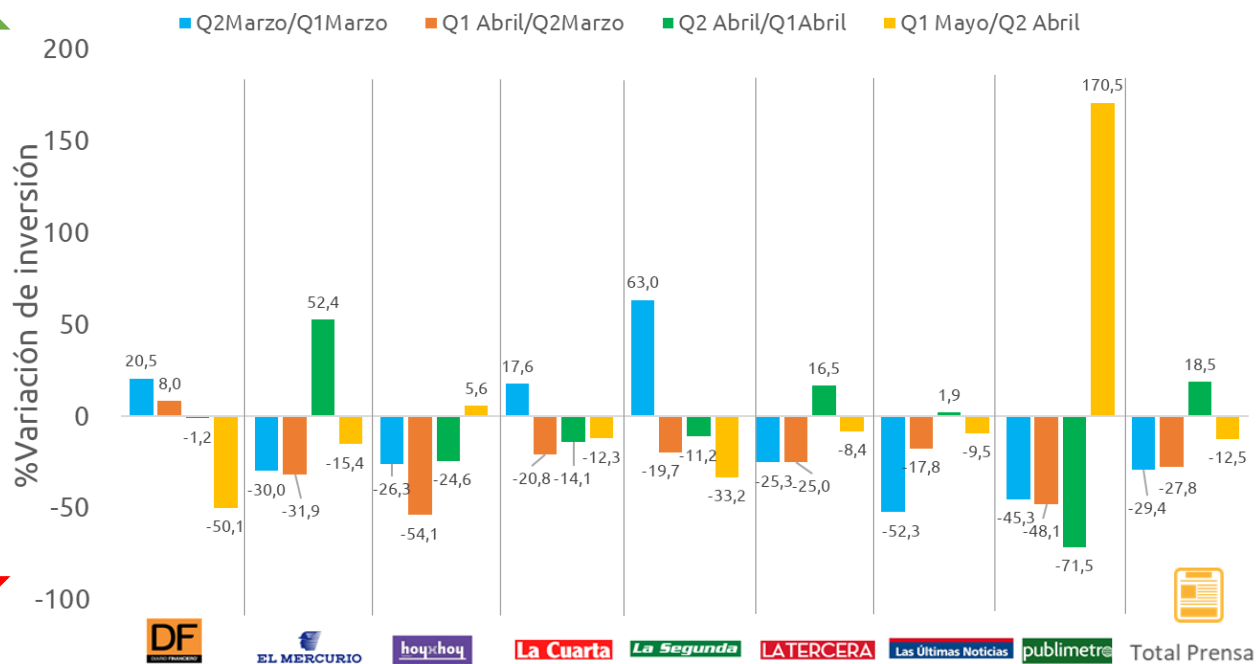
+ ← inversión publicitaria → -



Evolución inversión publicitaria

Quincenal del 01 de marzo al 15 de mayo 2020

El Publímtero y Hoy x Hoy aumentan su inversión publicitaria en 170,5% y 5,6% cuando se compara la inversión de la primera quincena de mayo con la segunda quincena de abril. Mientras que el resto de los diarios disminuyen su inversión publicitaria, para el periodo Q1Mayo/Q2Abril en el siguiente orden:



DF > La Segunda > EL MERCURIO > La Cuarta > Las Últimas Noticias > LATERCERA

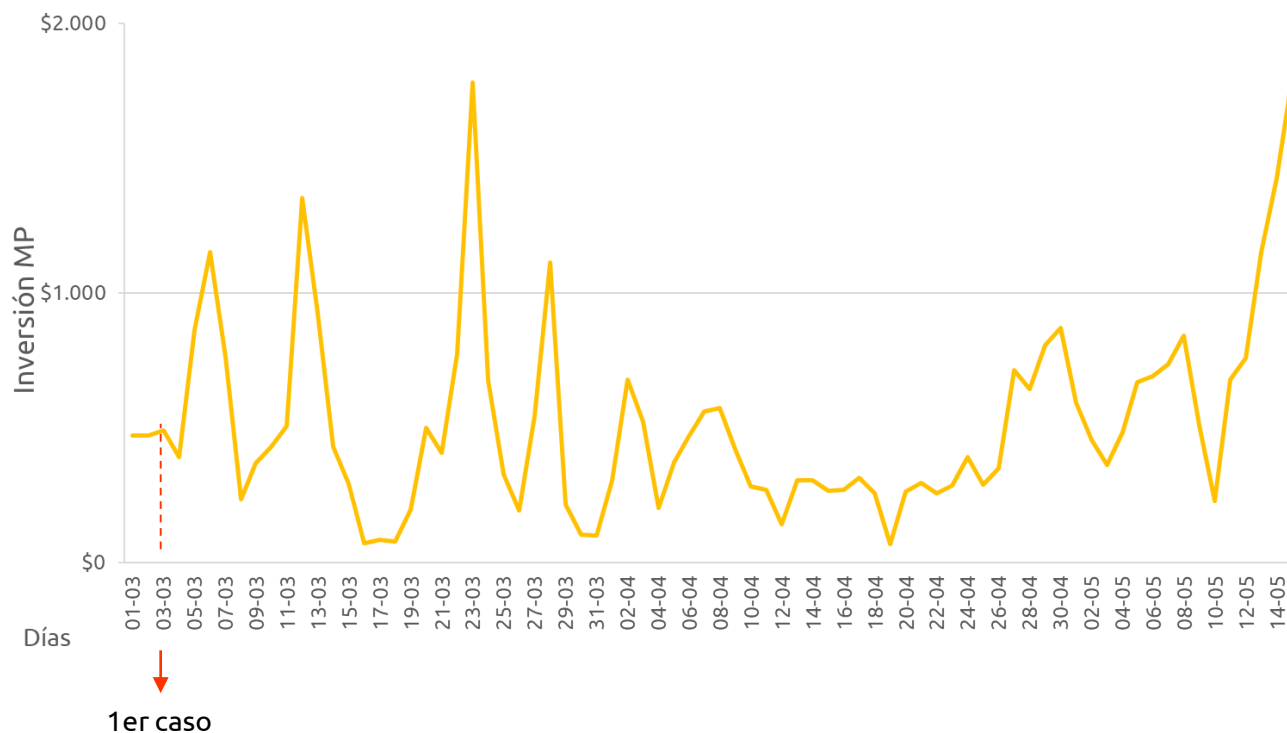


Disminución de inversión publicitaria



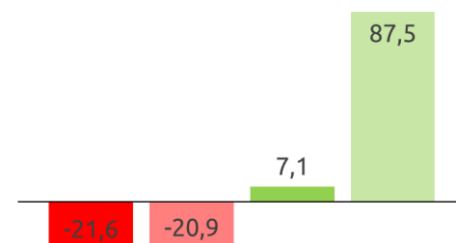
Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Super e Hipermercados



Variación Quincenal

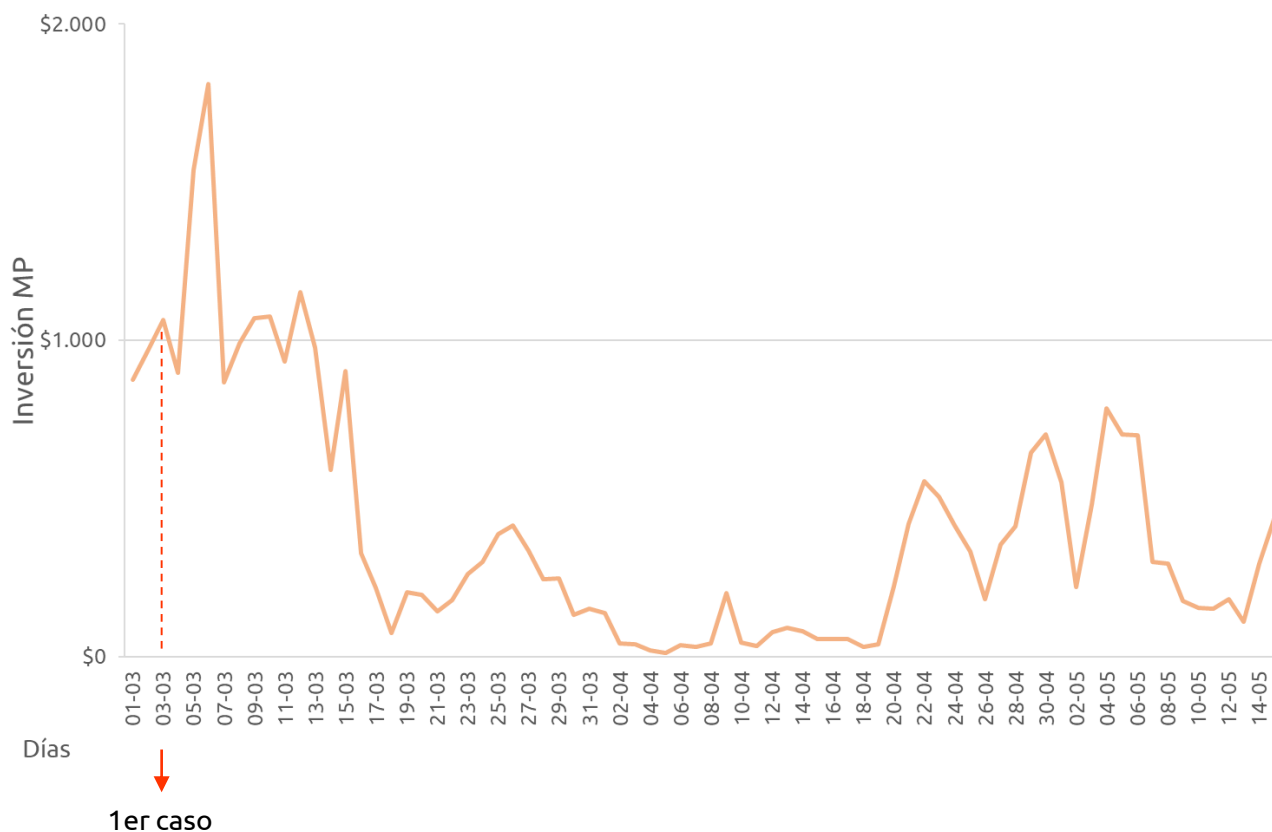
- Q2Marzo/Q1Marzo
- Q1 Abril/Q2Marzo
- Q2 Abril/Q1Abril
- Q1Mayo/Q2Abril





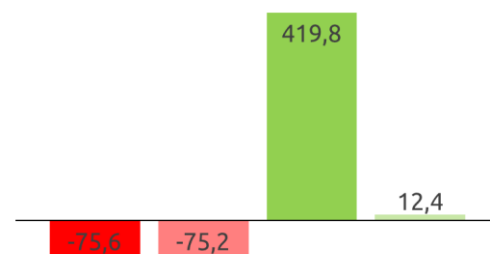
Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Grandes tiendas por departamentos



Variación Quincenal

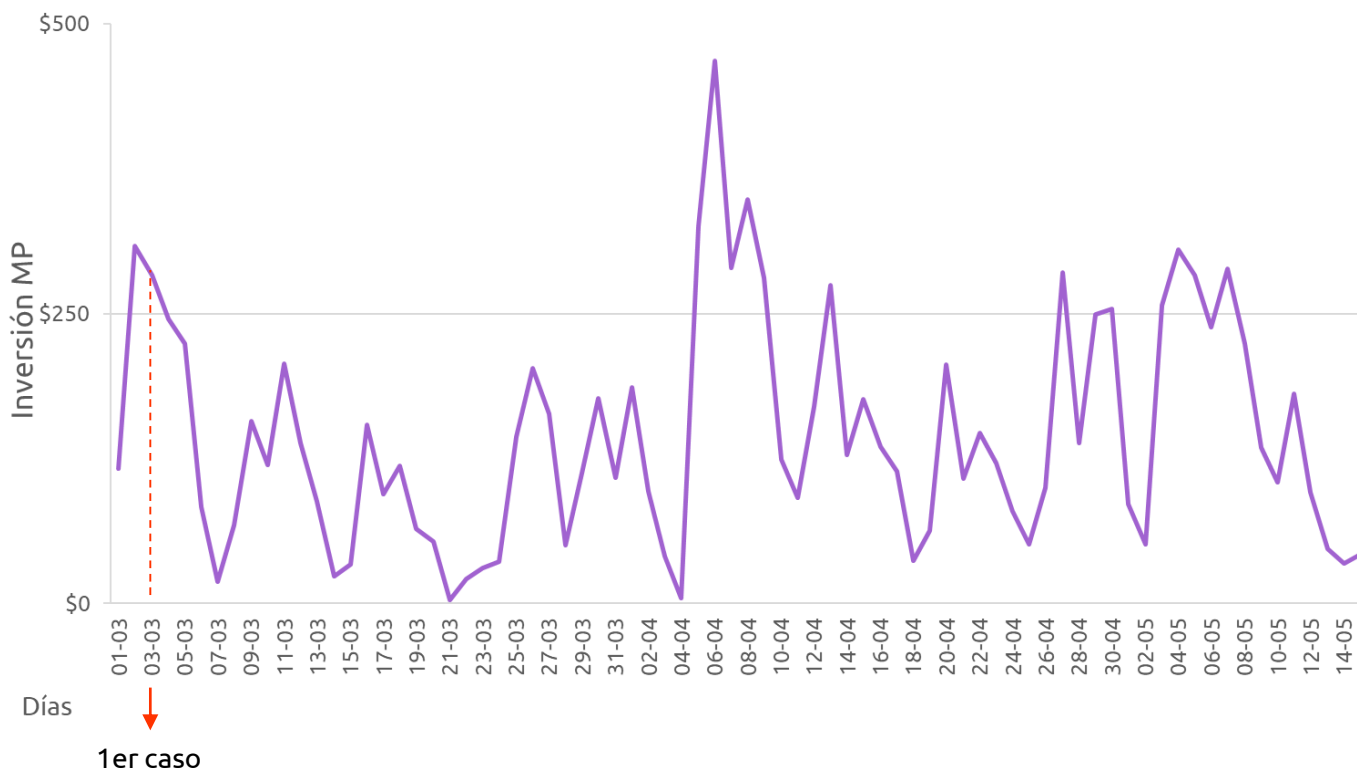
- Q2Marzo/Q1Marzo
- Q1Abril/Q2Marzo
- Q2Abril/Q1Abril
- Q1Mayo/Q2Abril





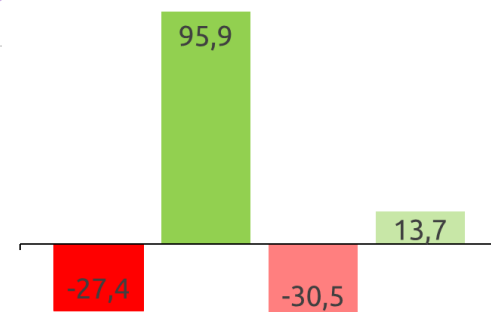
Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Farmacias y Perfumerías



Variación Quincenal

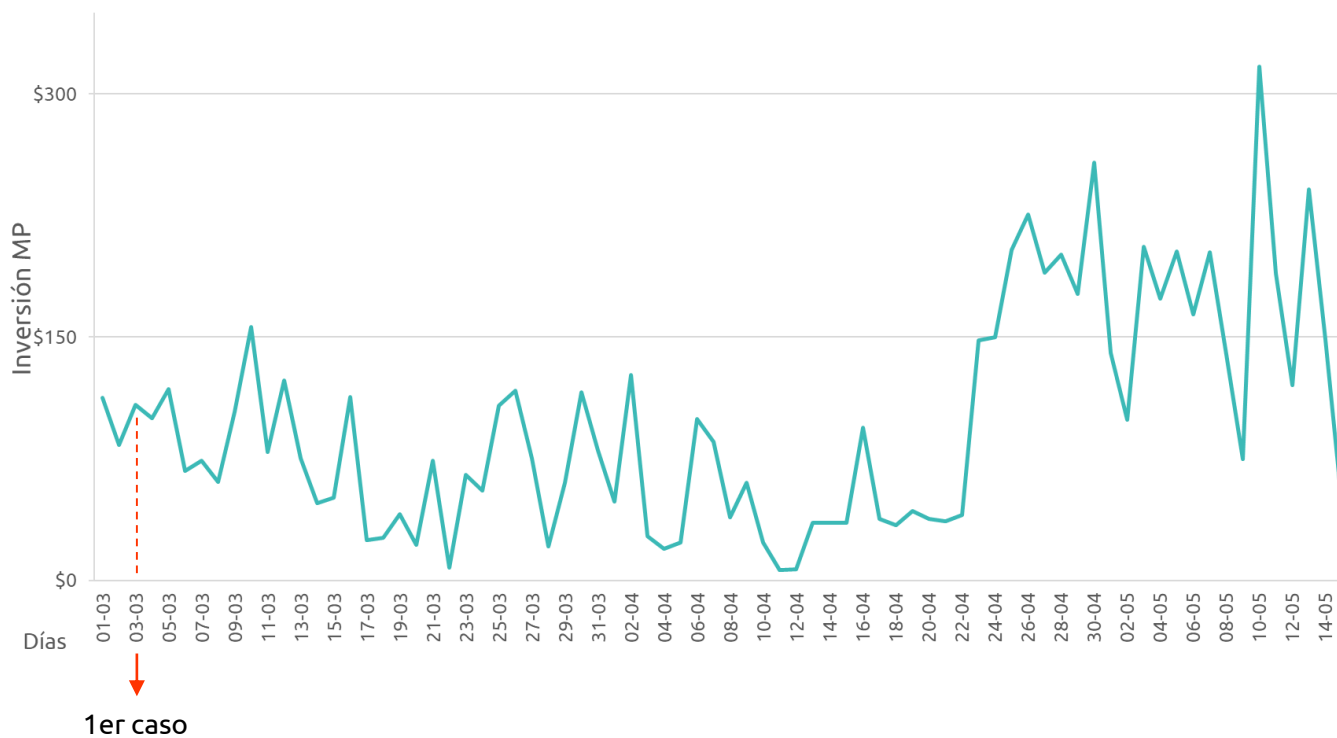
■ Q2Marzo/Q1Marzo ■ Q1Abril/Q2Marzo
■ Q2Abril/Q1Abril ■ Q1Mayo/Q2Abril





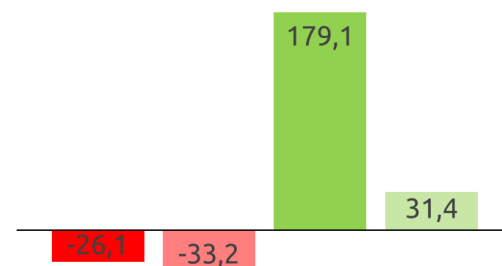
Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Servicios de Salud



Variación Quincenal

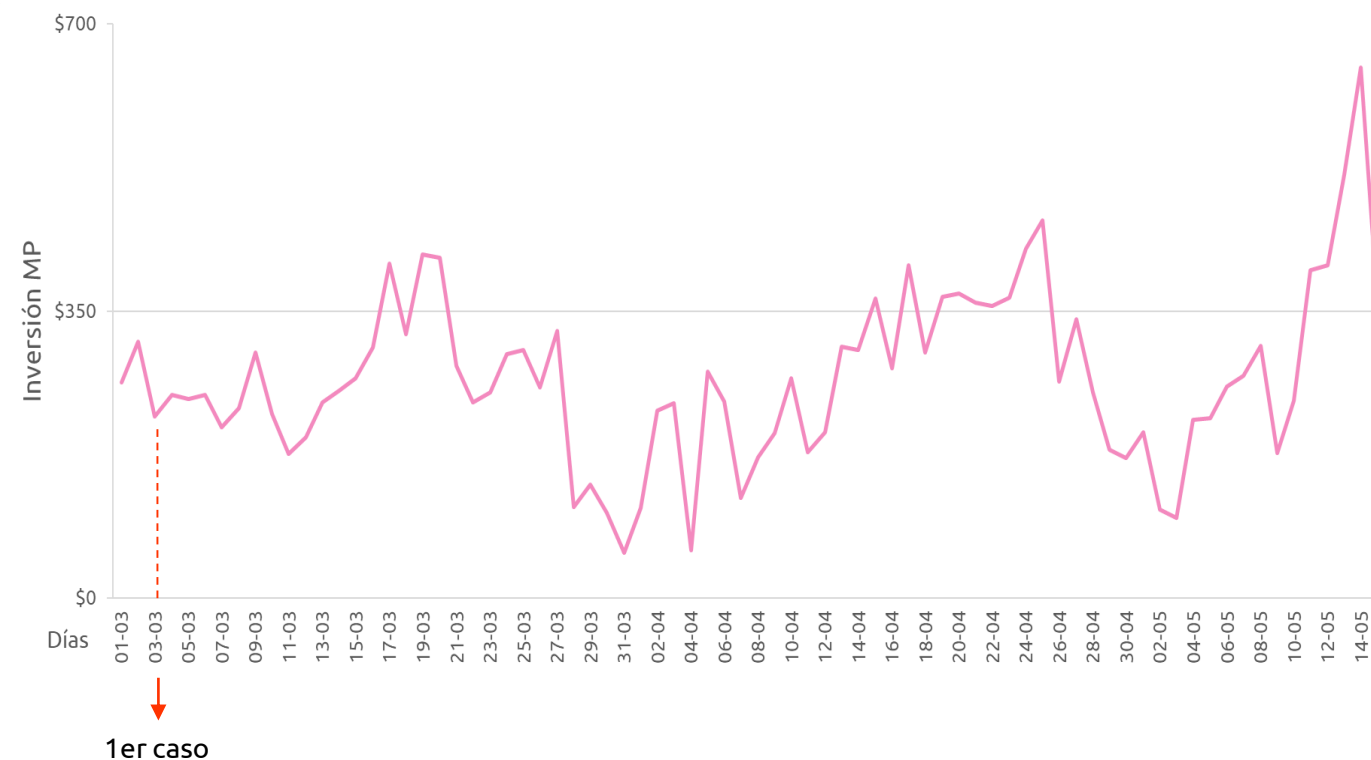
- Q2Marzo/Q1Marzo
- Q1Abril/Q2Marzo
- Q2Abril/Q1Abril
- Q1Mayo/Q2Abril





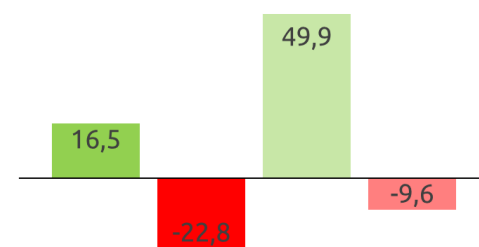
Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Higiene y Belleza Capilar



Variación Quincenal

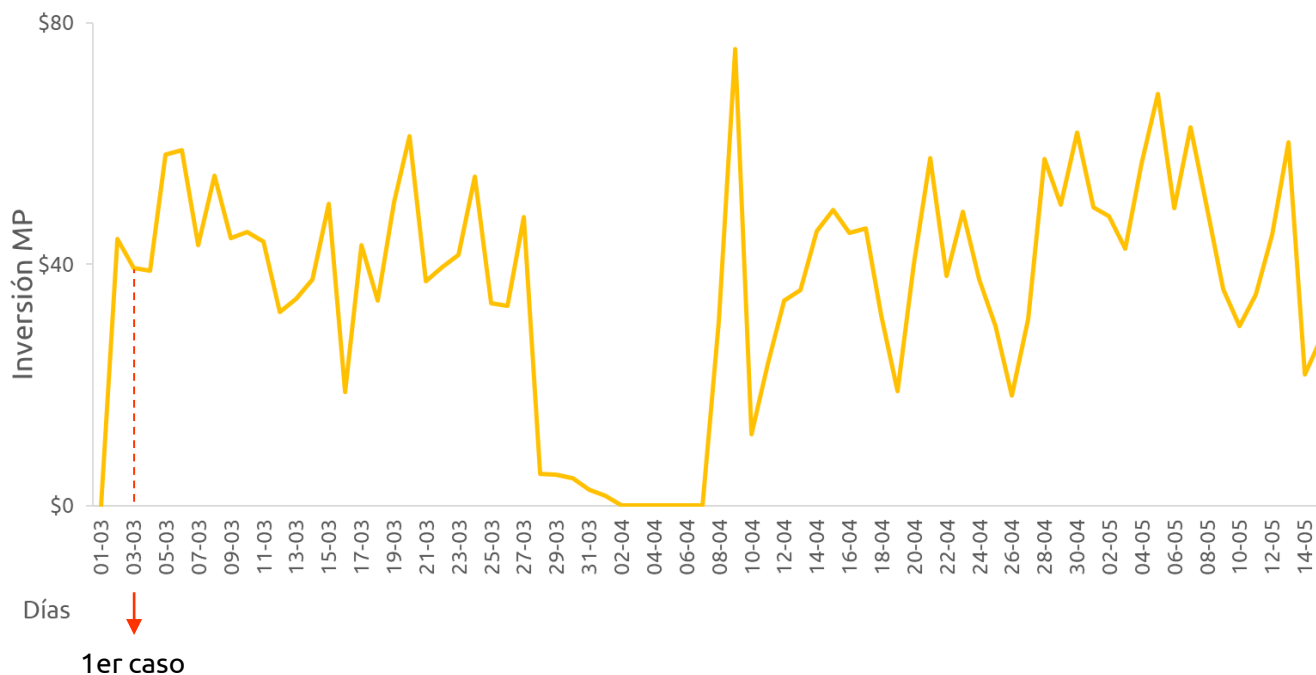
■ Q2Marzo/Q1Marzo ■ Q1 Abril/Q2Marzo
■ Q2 Abril/Q1Abril ■ Q1Mayo/Q2Abril





Evolución inversión publicitaria

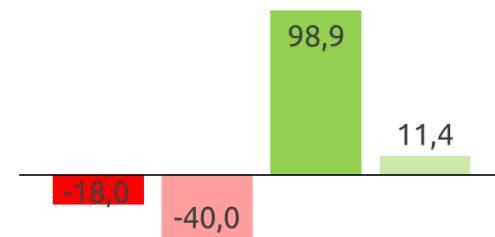
Por marca



**mercado
libre**

Variación Quincenal

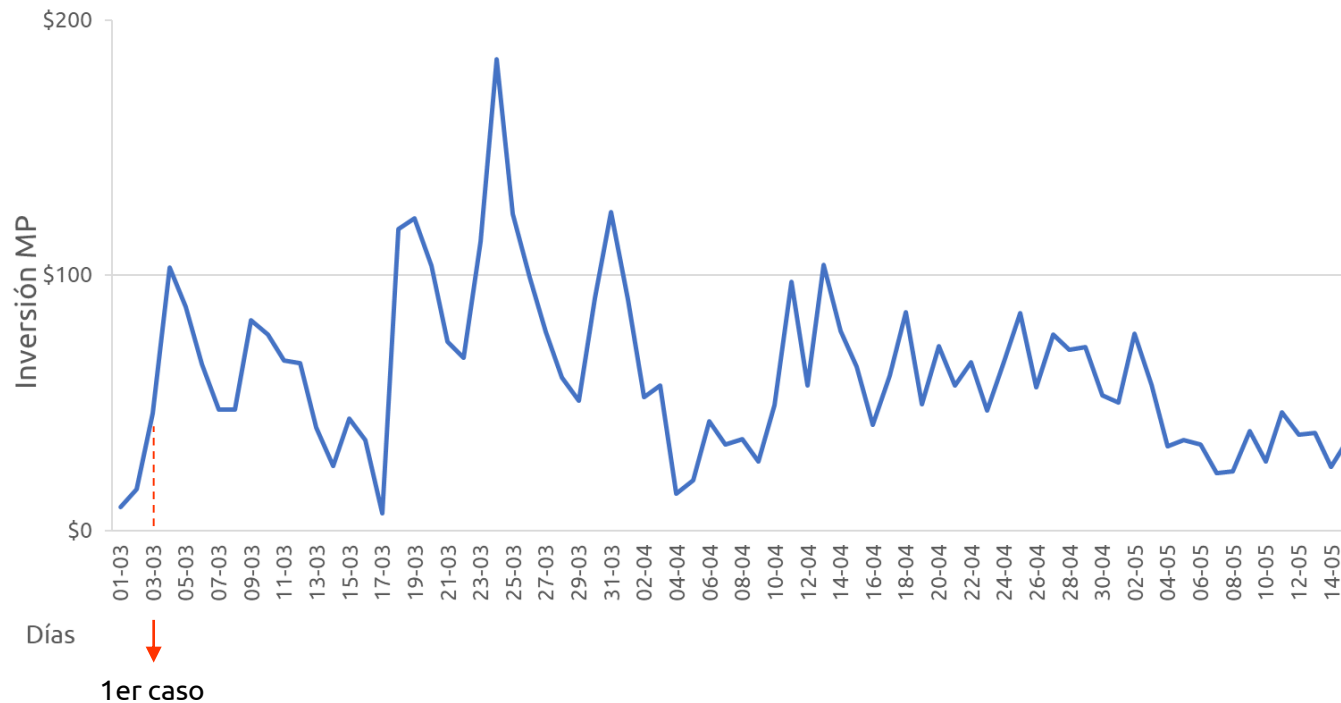
■ Q2Marzo/Q1Marzo ■ Q1 Abril/Q2Marzo
■ Q2 Abril/Q1Abril ■ Q1 Mayo/Q2 Abril





Evolución inversión publicitaria

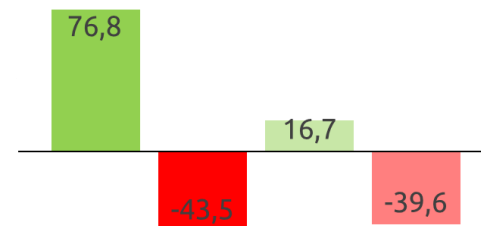
Por marca



SAMSUNG

Variación Quincenal

■ Q2Marzo/Q1Marzo ■ Q1 Abril/Q2Marzo
■ Q2 Abril/Q1Abril ■ Q1 Mayo/Q2 Abril

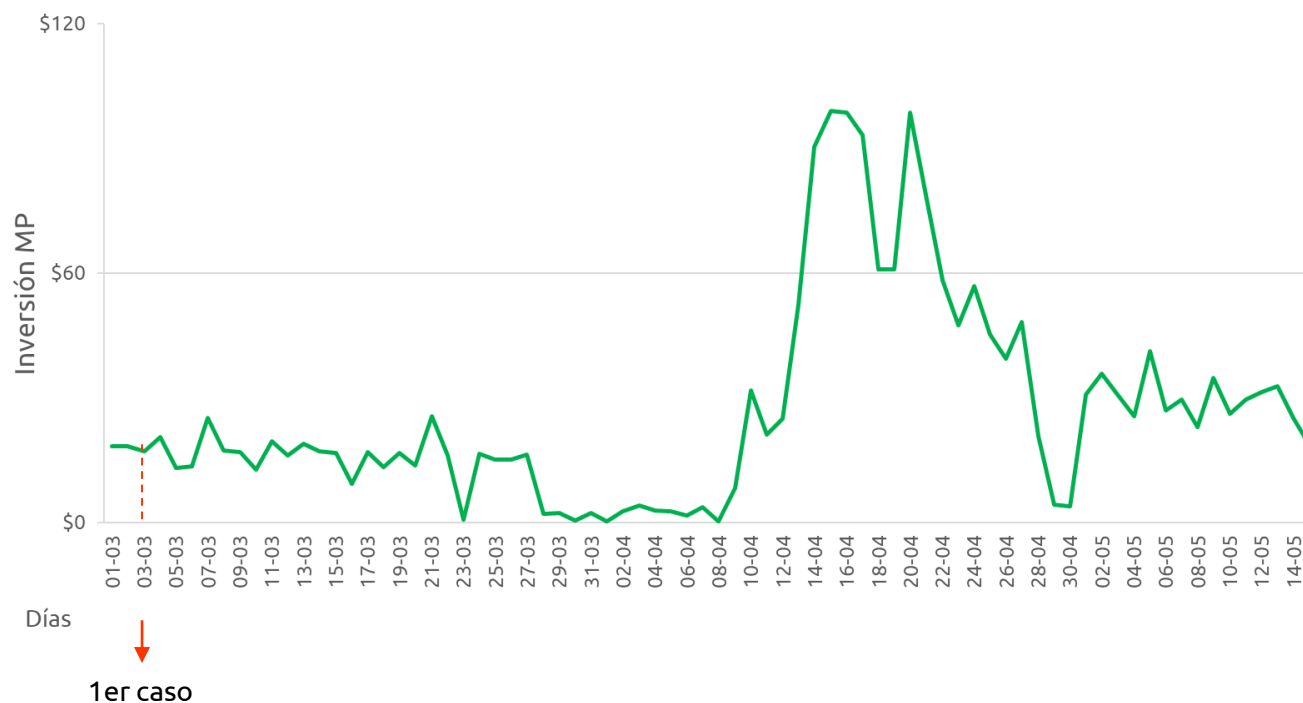




Evolución inversión publicitaria

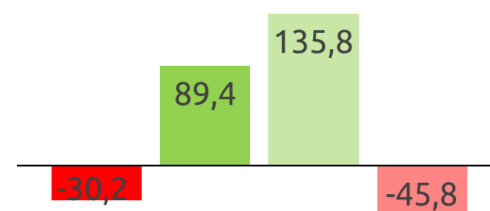
Por marca

Quix



Variación Quincenal

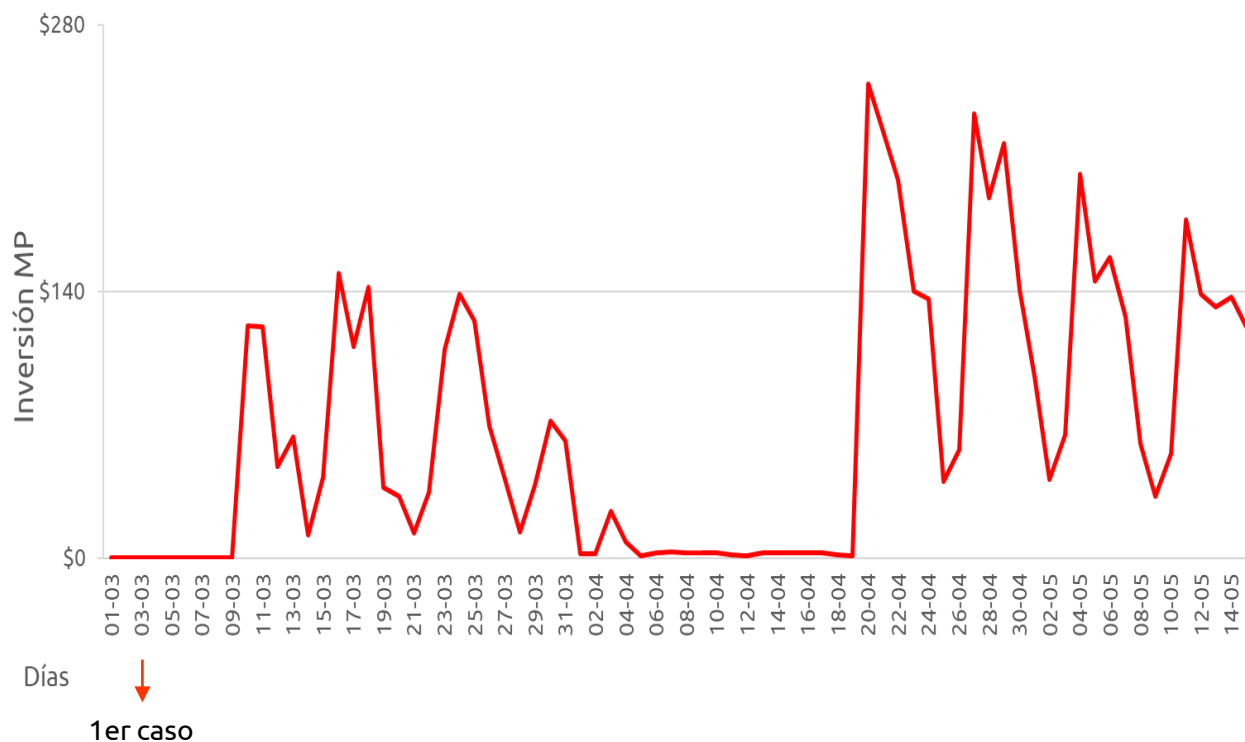
■ Q2Marzo/Q1Marzo ■ Q1 Abril/Q2Marzo
■ Q2 Abril/Q1Abril ■ Q1 Mayo/Q2 Abril



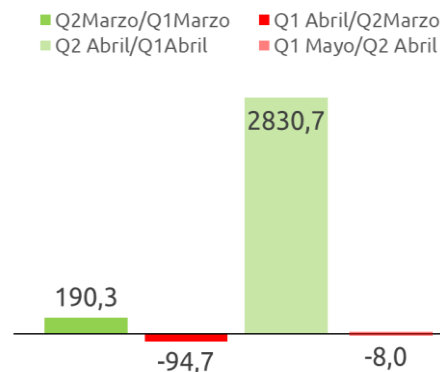


Evolución inversión publicitaria

Por marca



Variación Quincenal





**¿Deseas conocer más
estudios como este?**

megatime.cl/blog

hola@megatime.cl

  **megatimegroup**

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.