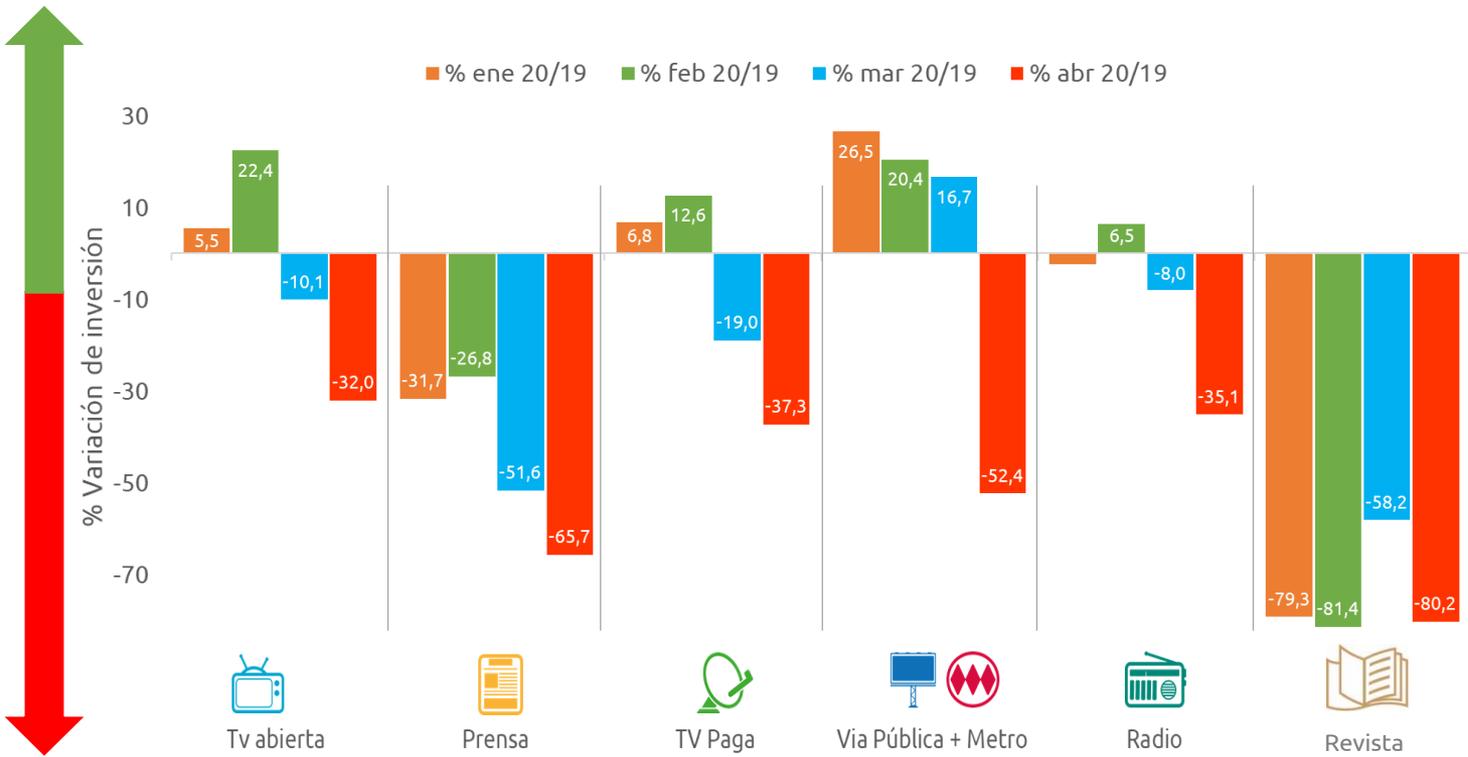


Efecto del COVID-19 en la inversión publicitaria

01 de marzo - 30 de abril 2020



Evolución inversión publicitaria enero-abril 2020 vs 2019



Para todos los medios, la inversión publicitaria de abril 2020 disminuye drásticamente con respecto al mismo periodo del año 2019. Siendo el medio menos afectado Tv abierta con -31,0% y el más afectado revista con -80,2%

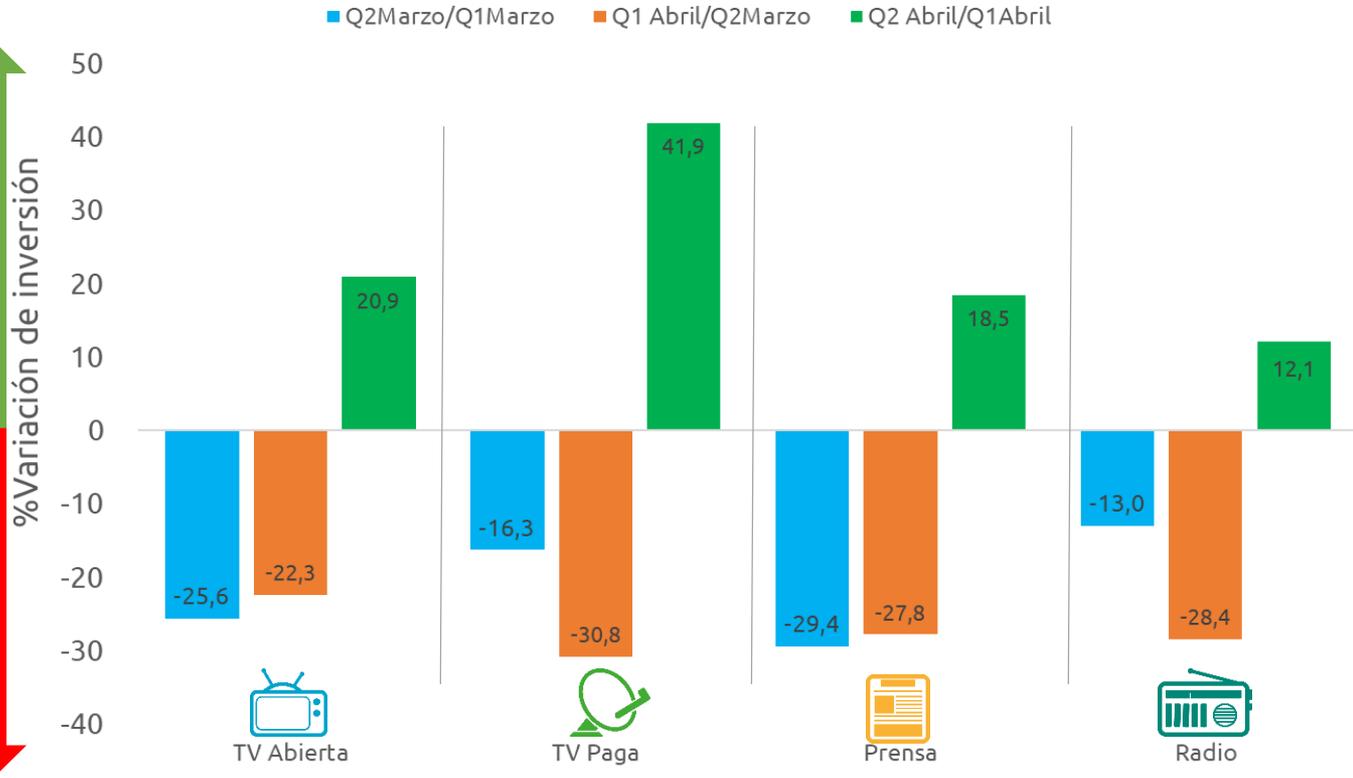




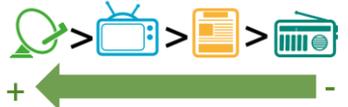
Evolución inversión publicitaria

Quincenal del 01 de marzo al 30 de abril 2020

El porcentaje de variación de inversión quincenal Q2Abril/Q1Abril aumenta significativamente para para todos los medios considerados, siendo mayor la recuperación para Tv Paga (41,9%) y menor para radio (12,1%), lo que demuestra una recuperación de inversión con relación al comparativo entre las quincenas Q1Abril/Q2Marzo.



Q2Abril/Q1Abril



Aumento de inversión publicitaria

Q = Quincena

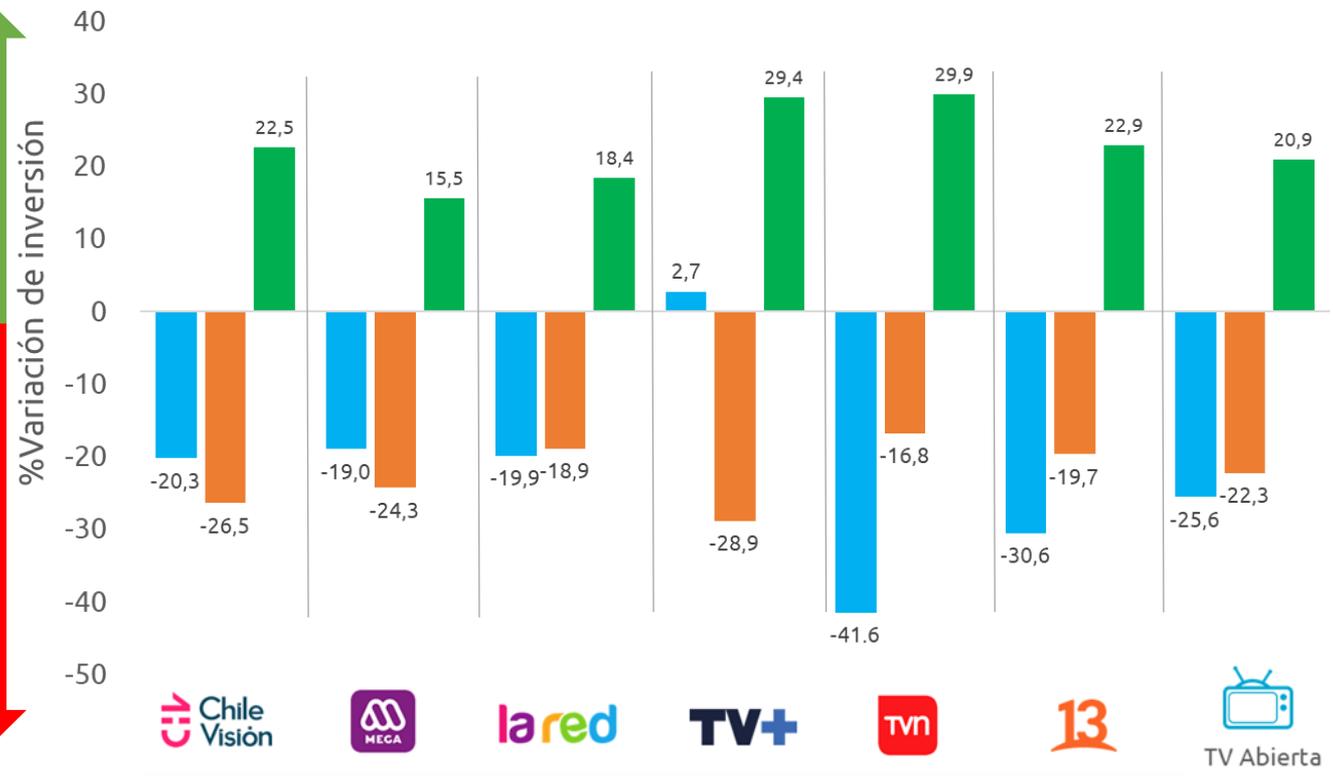


Evolución inversión publicitaria

Quincenal del 01 de marzo al 30 de abril 2020



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



Considerando los distintos canales de Tv Abierta, la mayor recuperación en inversión publicitaria la muestran TVN y TV+ con 29,9 y 29,4% más inversión, mientras que el canal Mega es el que menos recuperación presenta con 15,5% más al comparar las variaciones en Q2Abril/Q1Abril.

Q2Abril/Q1Abril

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



Aumento de inversión publicitaria



Evolución inversión publicitaria

Quincenal del 01 de marzo al 30 de abril 2020

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

EL MERCURIO > LATERCERA > Las Últimas Noticias



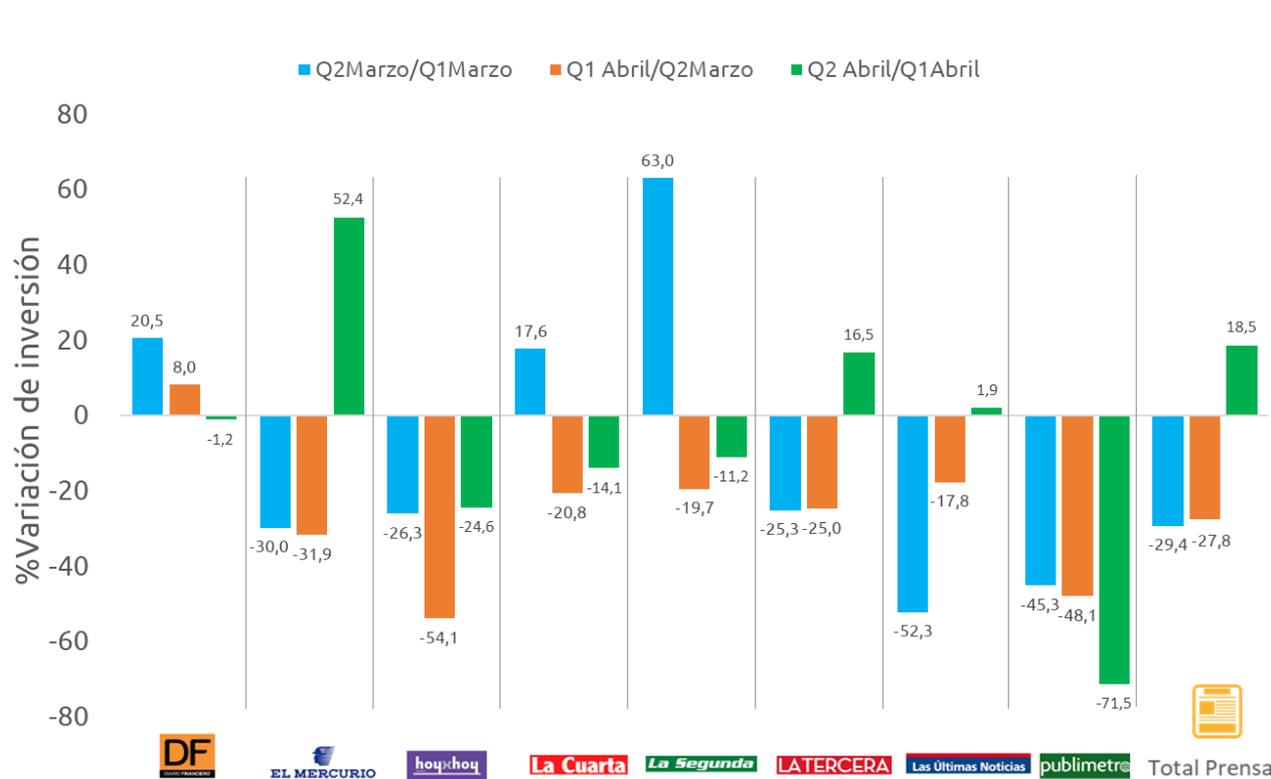
Aumento de inversión publicitaria

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

publimetr® > hoy:hoy > La Cuarta > La Segunda > DF



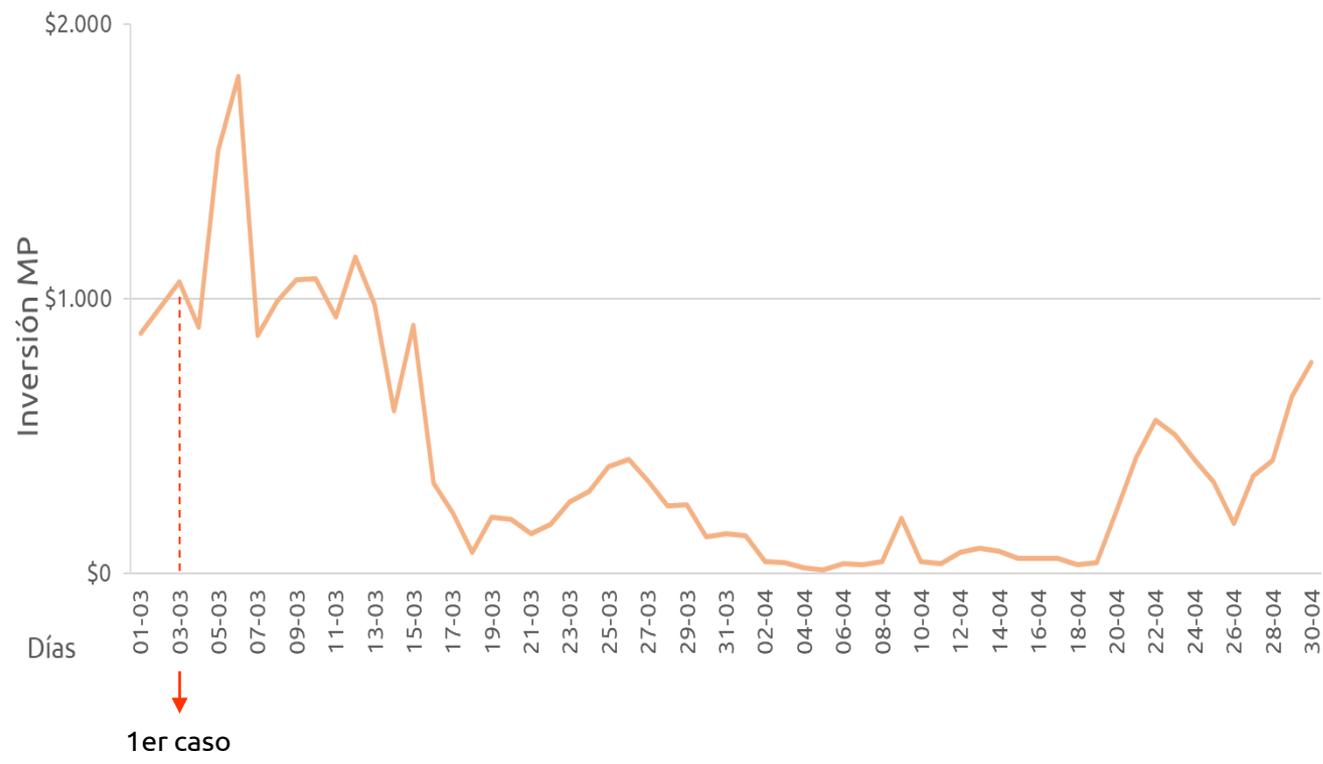
Disminución de inversión publicitaria



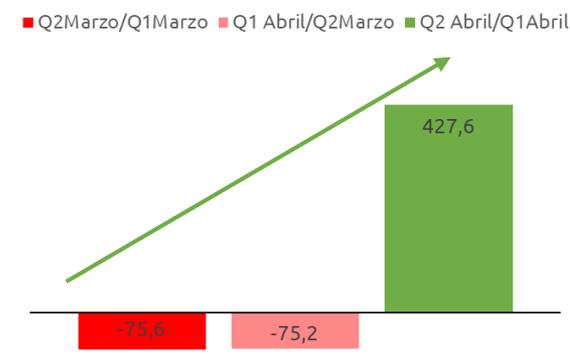


Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Grandes tiendas por departamentos



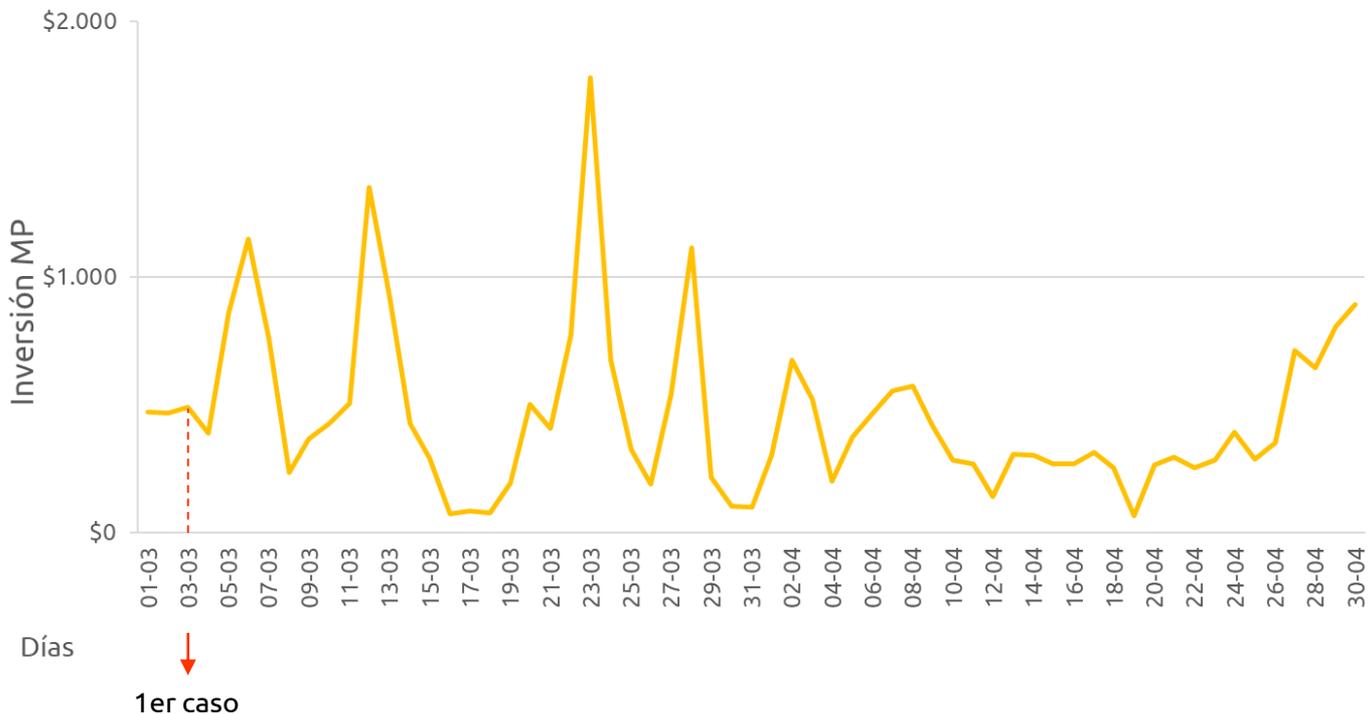
Variación Quincenal





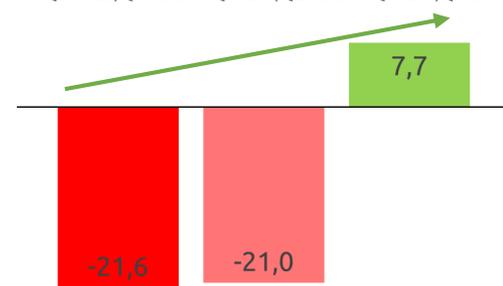
Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Super e Hipermercados



Variación Quincenal

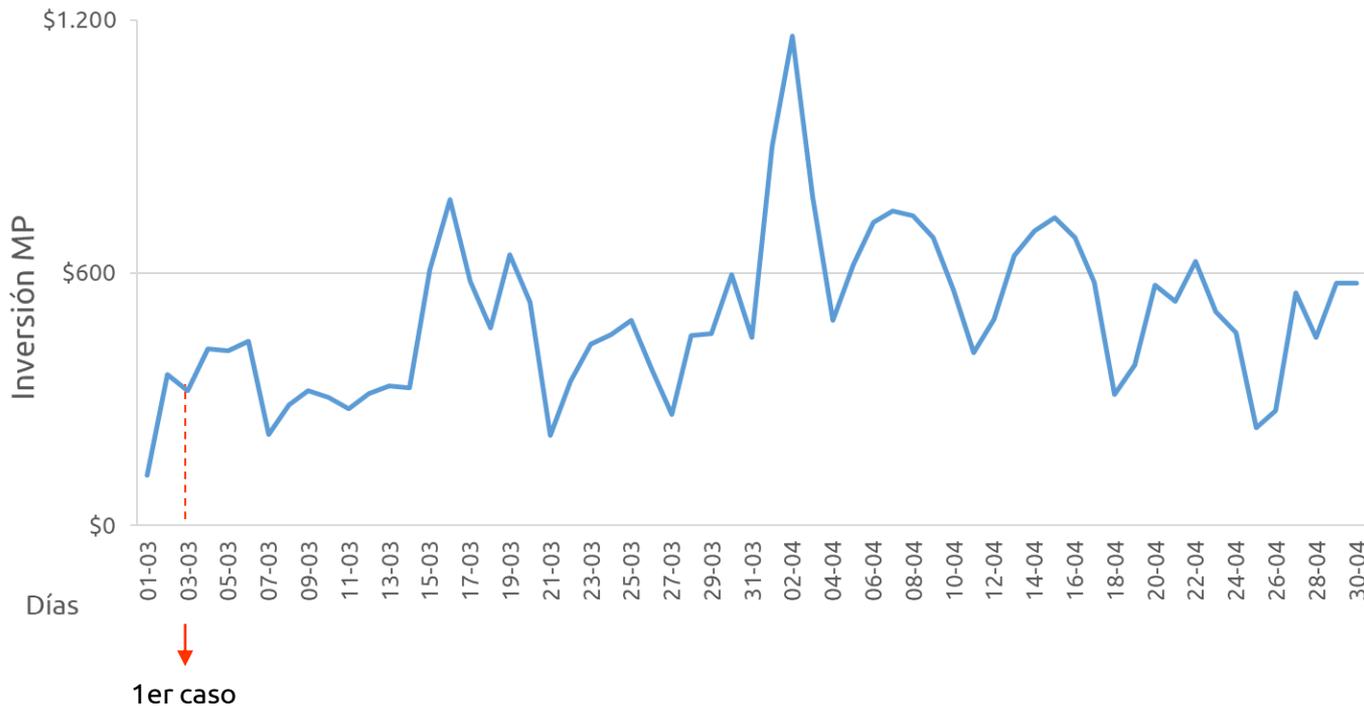
■ Q2Marzo/Q1Marzo ■ Q1 Abril/Q2Marzo ■ Q2 Abril/Q1Abril



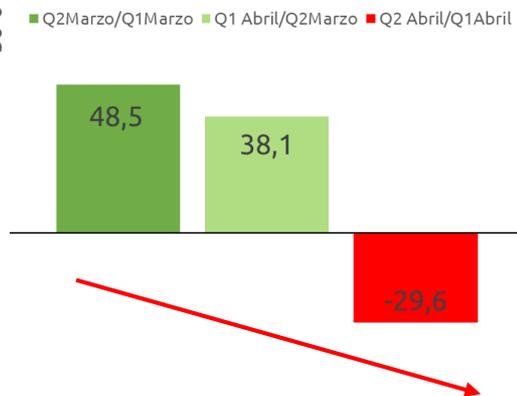


Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Telefonía



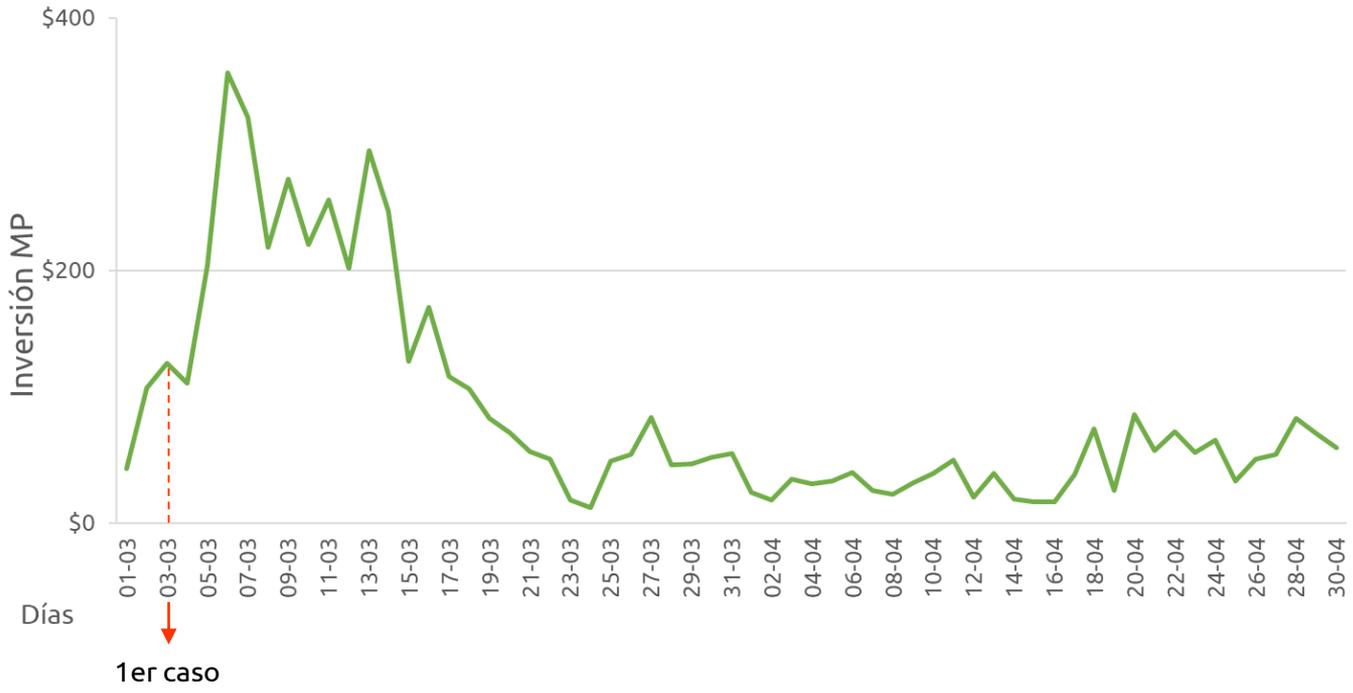
Variación Quincenal



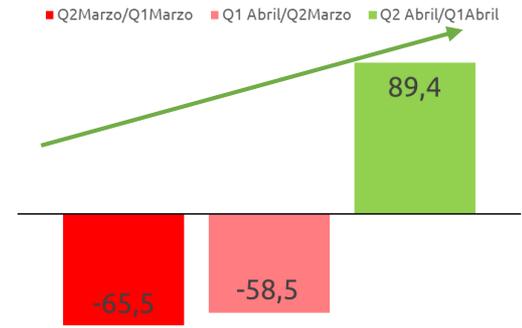


Evolución inversión publicitaria

Por rubros. Vehículos de pasajeros

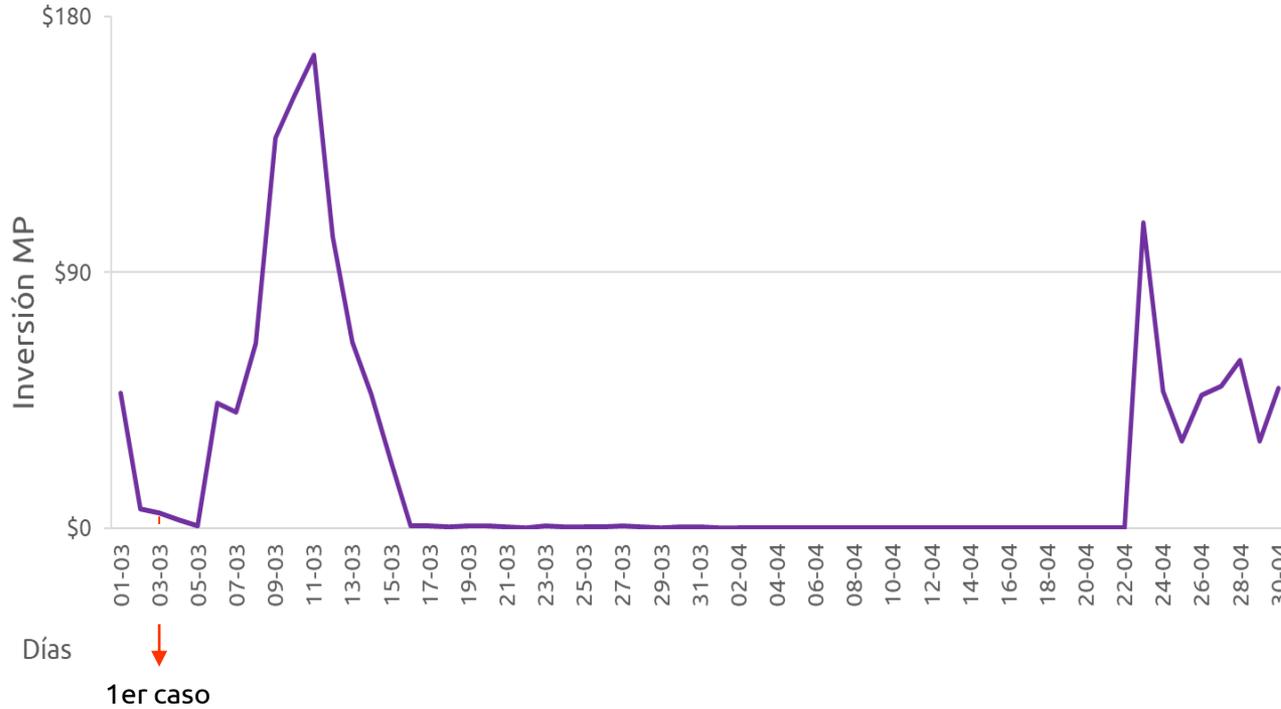


Variación Quincenal

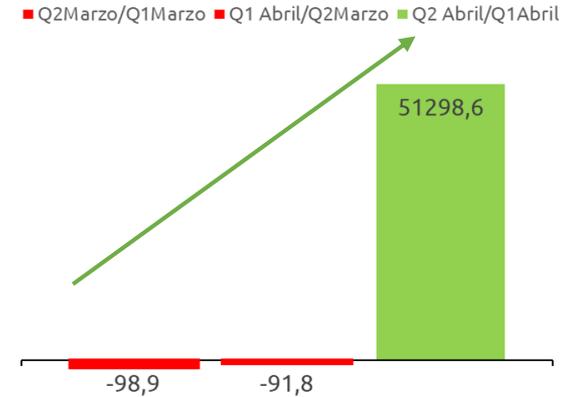




Evolución inversión publicitaria Por rubros. Cervezas



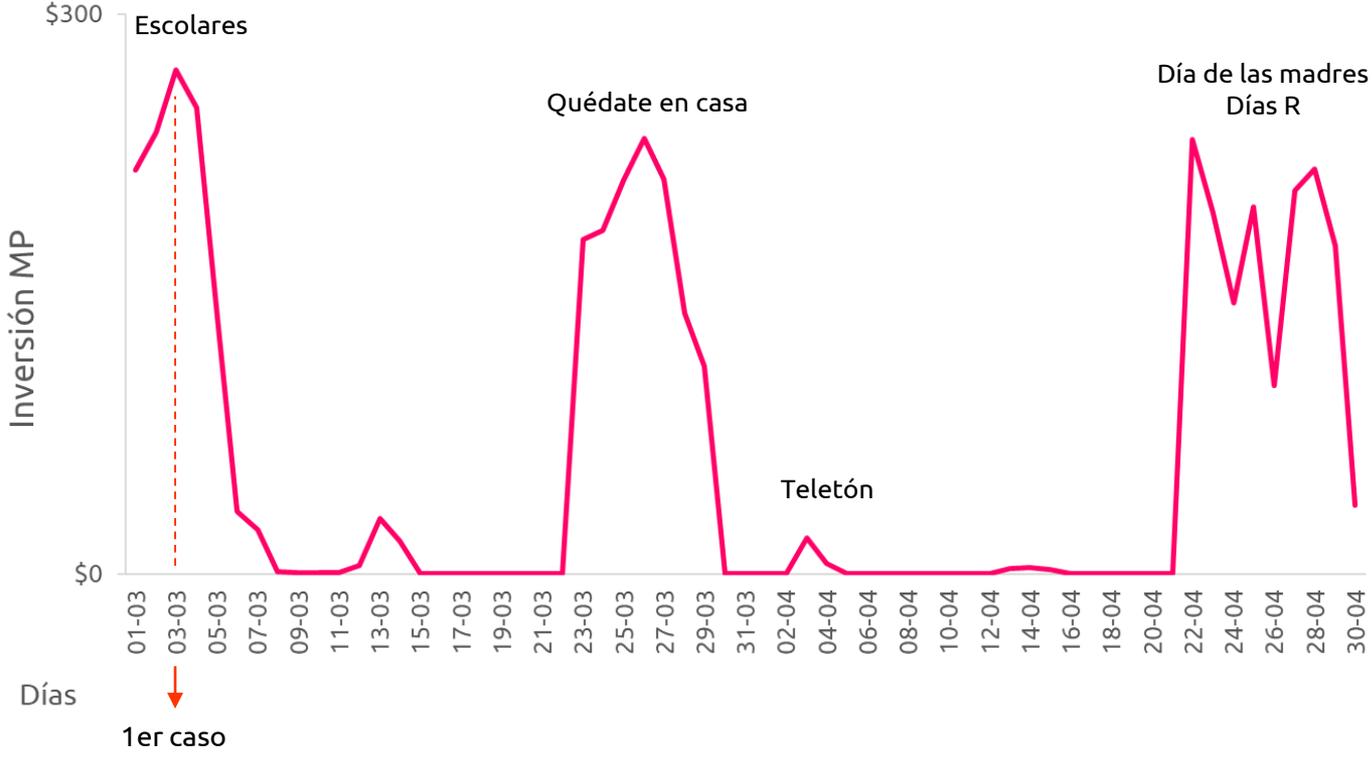
Variación Quincenal



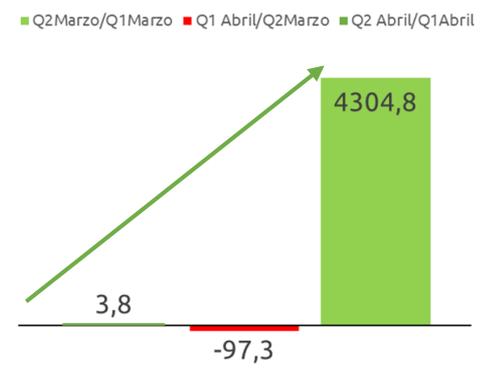


Evolución inversión publicitaria

Por marca



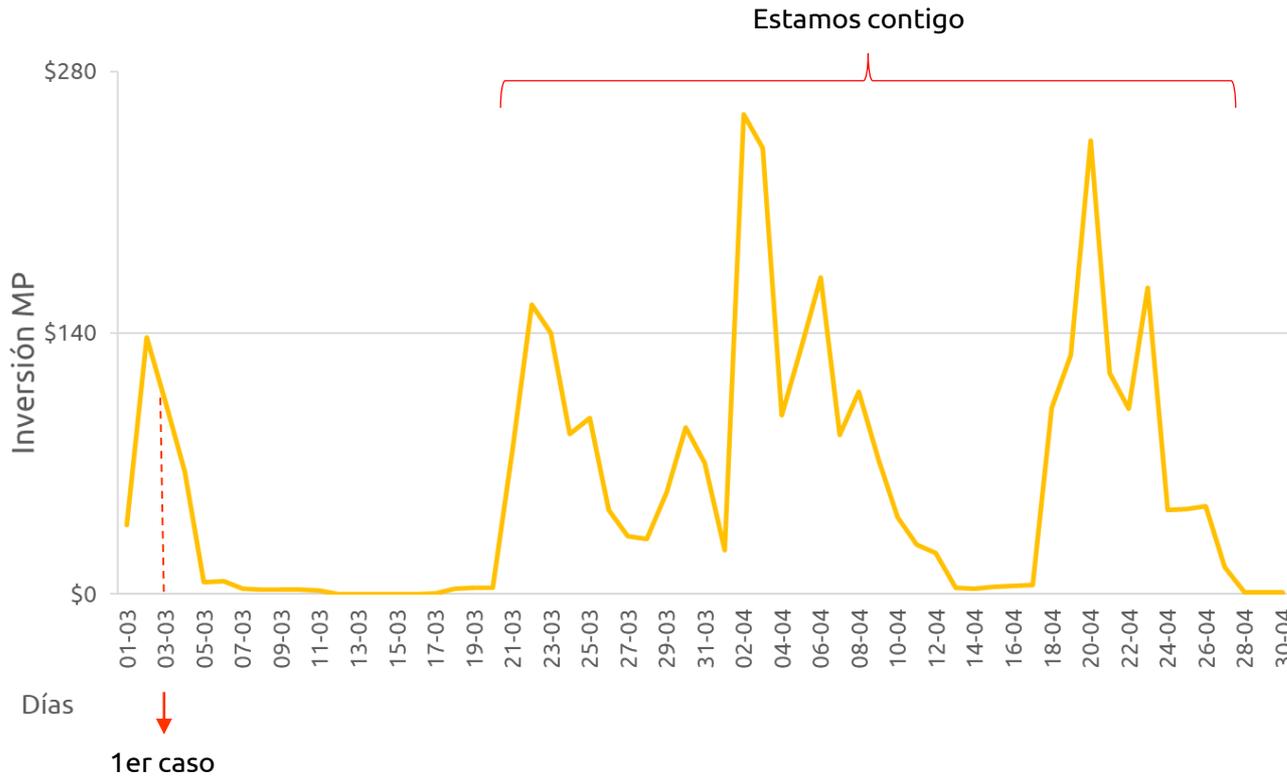
Variación Quincenal



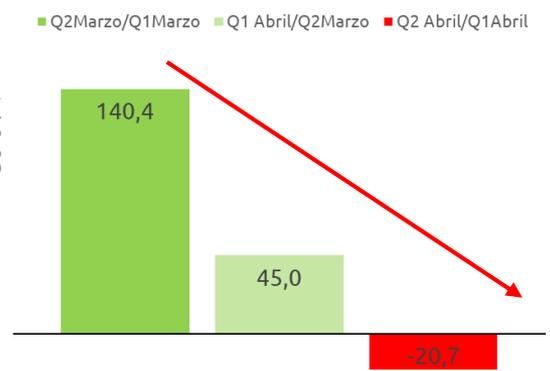


Evolución inversión publicitaria

Por marca



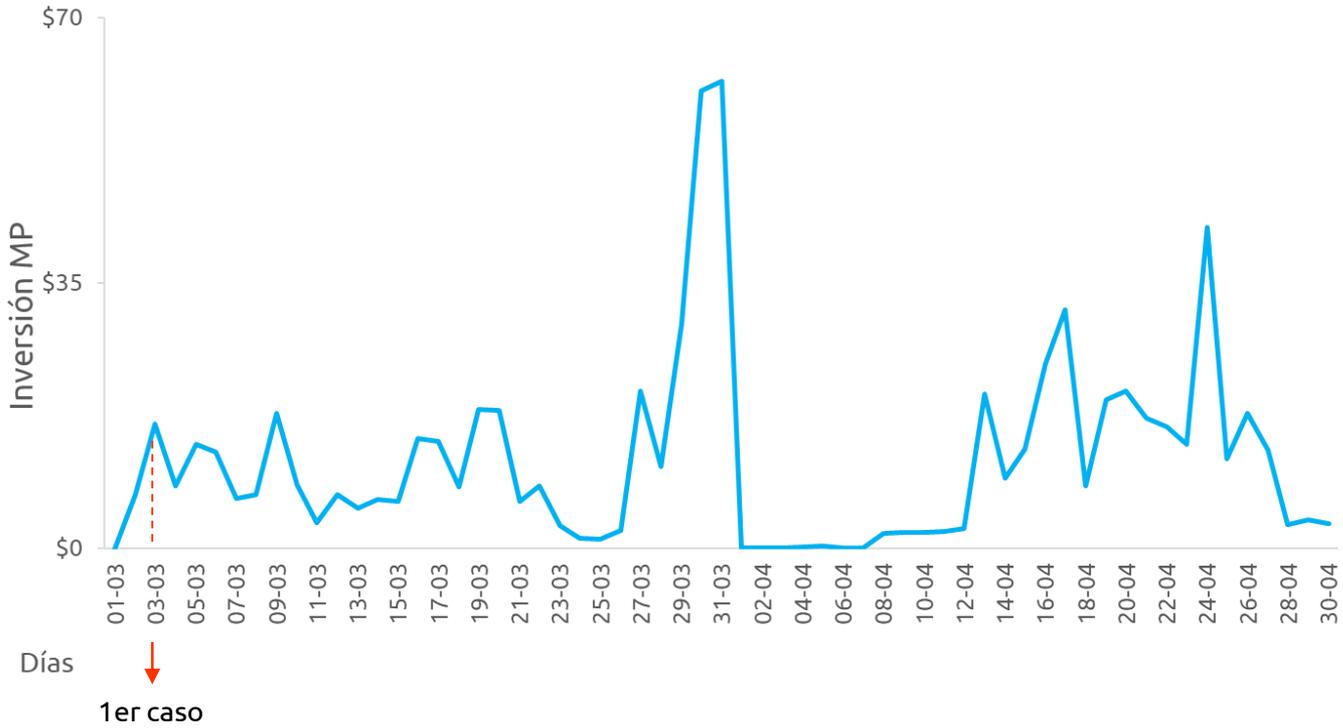
Variación Quincenal



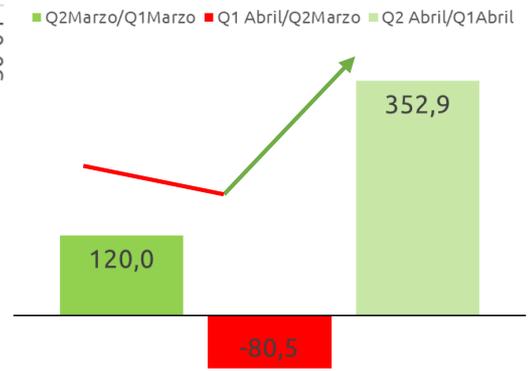


Evolución inversión publicitaria

Por marca



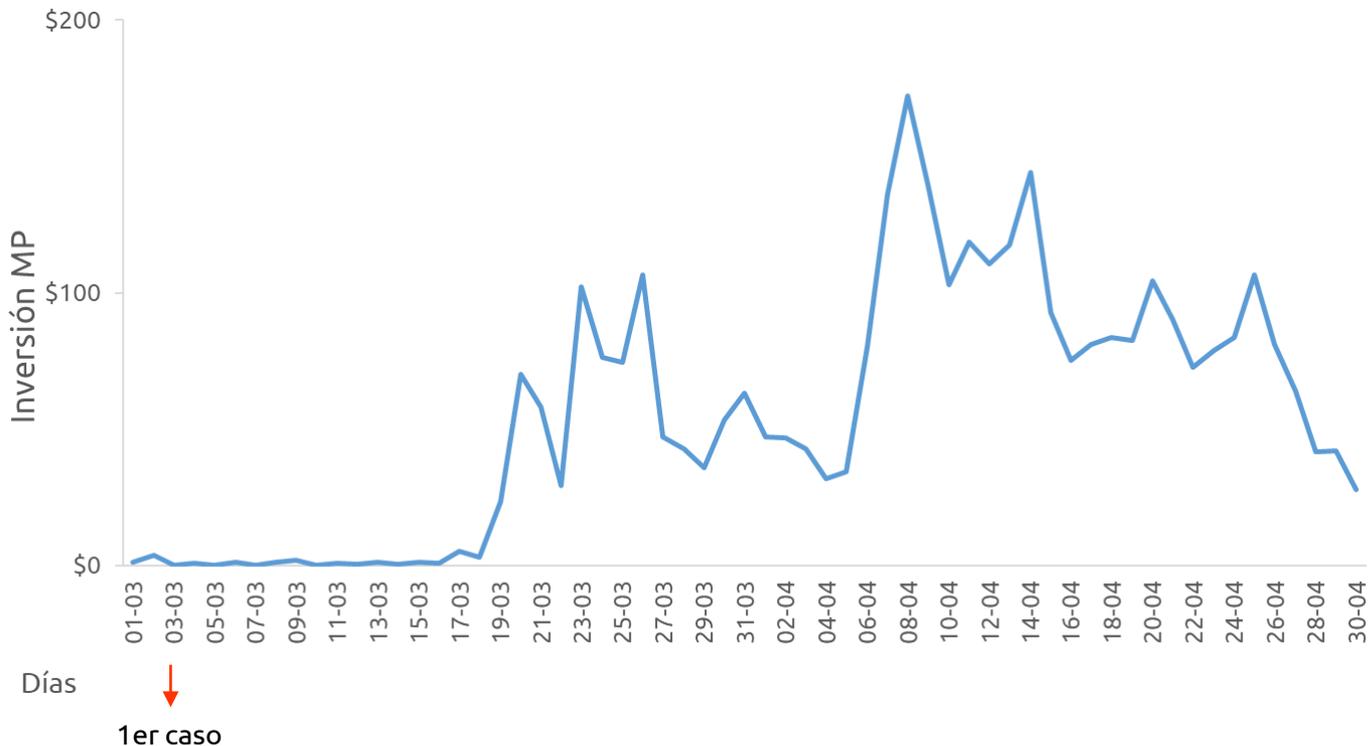
Variación Quincenal



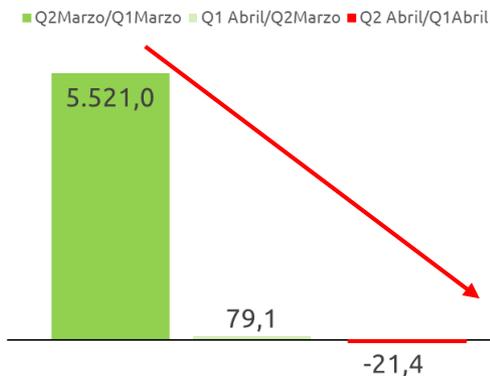


Evolución inversión publicitaria

Por marca



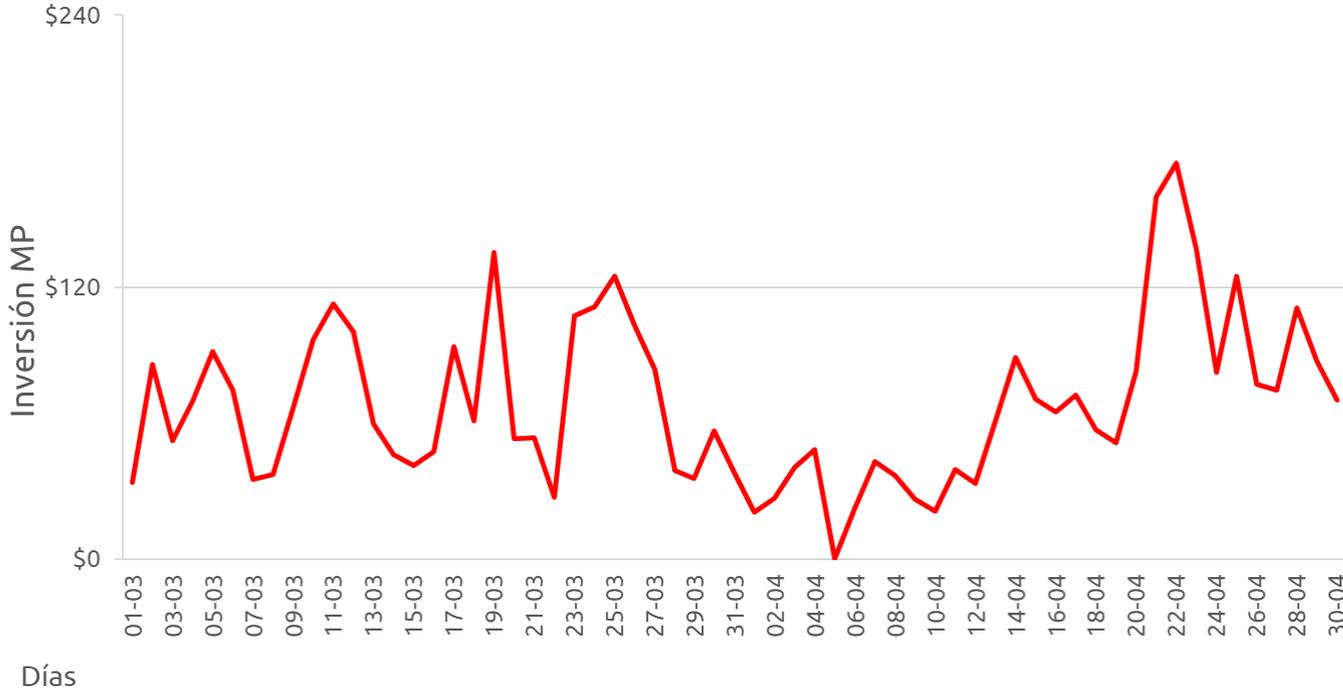
Variación Quincenal



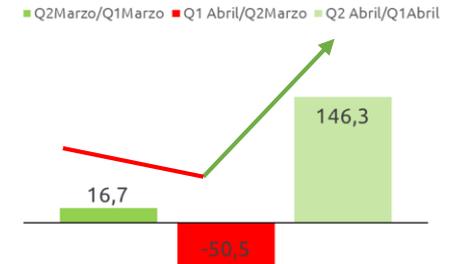


Evolución inversión publicitaria

Por marca



Variación Quincenal





egati 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.