

Inversión en Publicidad Online

«Estallido Social»

A un mes del «Estallido Social» en Chile, te presentamos el informe de cómo impactó en la inversión de publicidad digital en nuestro país.

A continuación podrás obtener información sobre la cantidad de anuncios, inversión y comportamiento de dos industrias y marcas más relevantes por semana, en un rango de fecha del 30 de septiembre al 17 de noviembre, donde se puede apreciar que entre las fechas 18 y 21 de octubre, fin de semana donde comenzó el Estallido Social, la inversión bajó drásticamente manteniéndose ahí durante una semana. Luego de esto se restableció la inversión, pero de forma lenta.

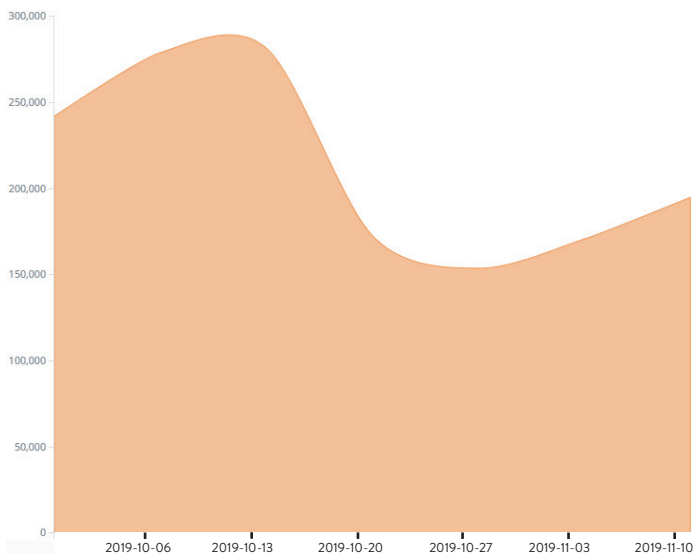


Gráfico 01 - Cantidad de anuncios por semana

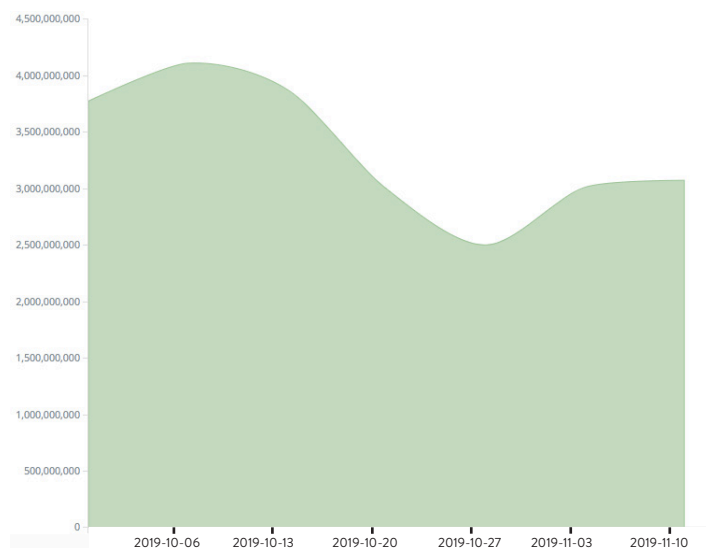


Gráfico 02 - Valorización por semana

Para hacer un comparativo en la muestra de datos, reconocimos dos tipos de periodos. El primero, pre Estallido Social, periodo que abarca desde el 01 de octubre hasta el 20 del mismo mes. El segundo, post Estallido Social, comprende el periodo desde el 21 de octubre hasta el último día del mes. Se puede

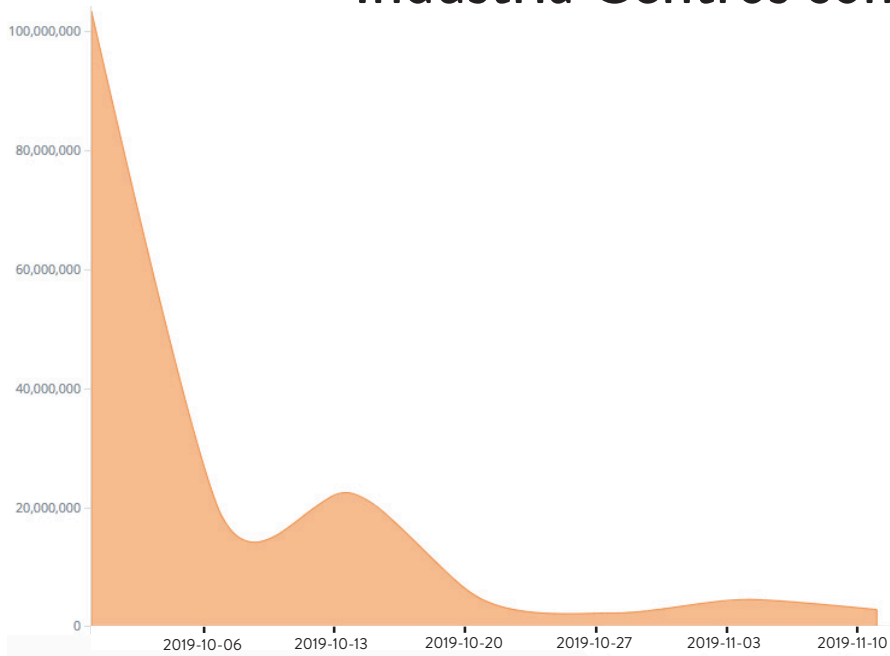
observar una caída en la cantidad de anuncios de un 37%, mientras que en impresiones se visualiza una baja de 28%. Por otra parte la valorización cayó un 27% en comparación a los datos obtenidos en el periodo pre estallido social.

↓ 37% CANTIDAD DE ANUNCIOS

↓ 28% IMPRESIONES

↓ 26% VALORIZACIÓN

Industria Centros comerciales



La industria de Centros Comerciales tuvo una baja del 80% en su inversión (comparando periodo pre y post Estallido Social). Como se puede visualizar en el gráfico 03, su mayor caída fue en la semana del 20 de octubre. Las marcas que tuvieron mayor inversión antes del Estallido Social y que reflejaron un comportamiento distinto fueron Parque Arauco, Costanera Center y Mall plaza.

Gráfico 03 - Valorización semanal industria Centros comerciales

Top centros comerciales

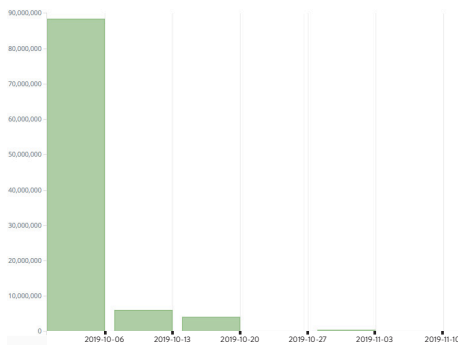


Gráfico 04 - Parque Arauco

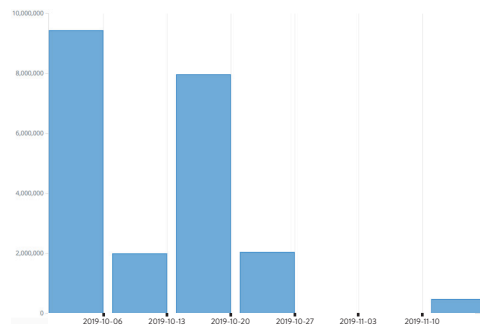


Gráfico 05 - Costanera Center

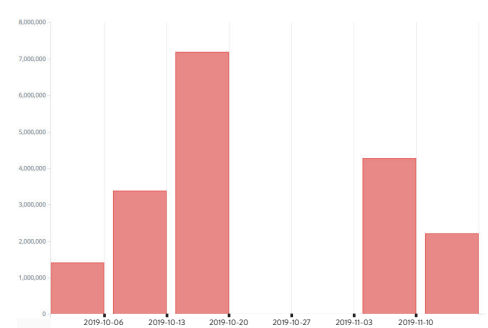
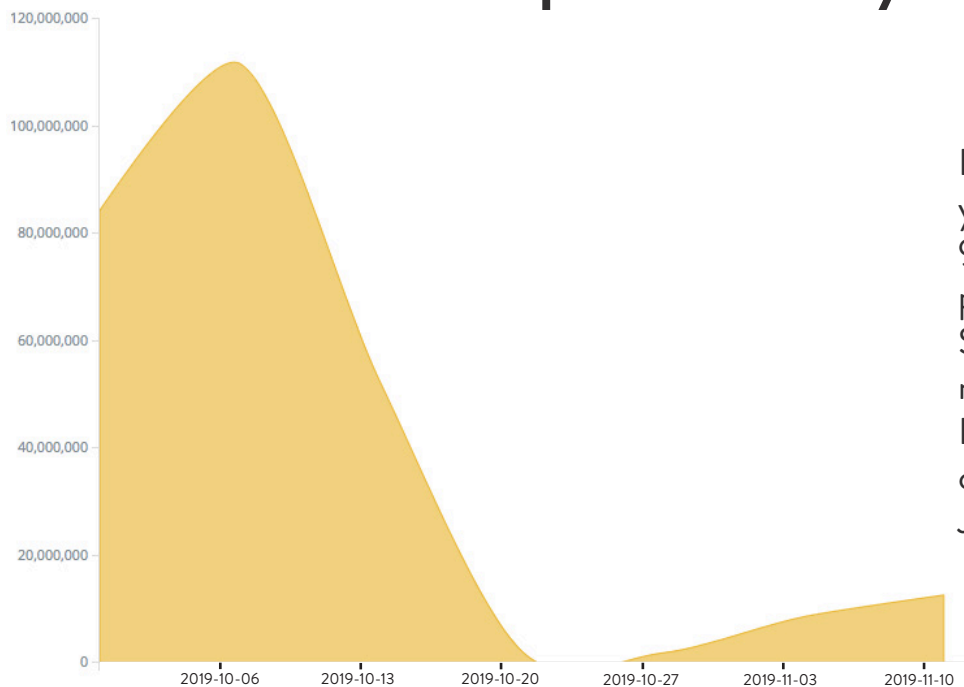


Gráfico 06 - Mall Plaza

↓ 80% VALORIZACIÓN

Industria Supermercados y minimarkets



La industria de Supermercados y minimarkets tuvo una caída del 91% en su inversión (comparando periodo pre y post Estallido Social). Las marcas que tuvieron mayor inversión antes del Estallido Social y que reflejaron un comportamiento distinto fueron Jumbo, Lider y Unimarc.

Gráfico 07 - Valorización semanal industria Supermercados y minimarkets

Top Supermercados y minimarkets

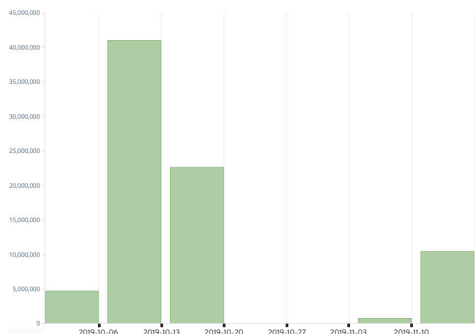


Gráfico 08 - Jumbo

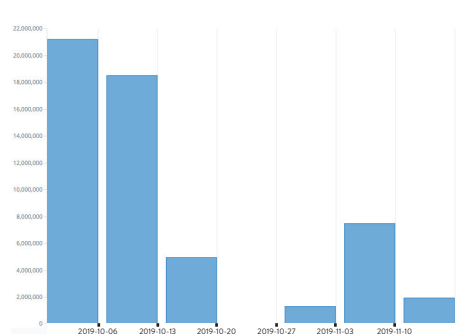


Gráfico 09 - Lider

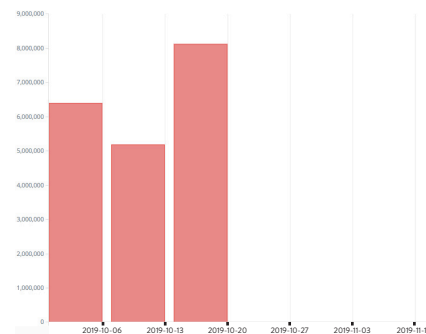


Gráfico 10 - Unimarc

↓ 91% VALORIZACIÓN



www.admetricks.com