

# Inversión en Publicidad Online

## «Estallido Social»

A dos meses del «Estallido Social» en Chile, te presentamos el informe de cómo se ha comportado la inversión de publicidad digital hasta ahora en nuestro país.

A continuación podrás obtener información sobre la cantidad de anuncios, inversión y comportamiento de cuatro industrias y marcas más relevantes por semana, en un rango de fecha del 30 de septiembre al 15 de diciembre, 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.

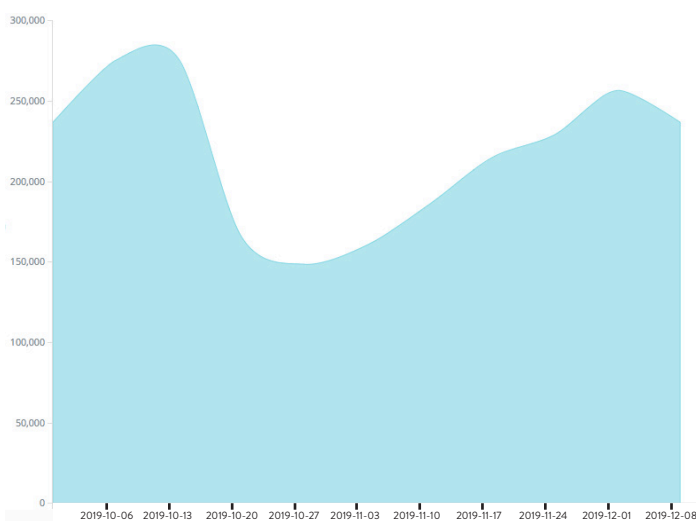


Gráfico 01 - Cantidad de anuncios por semana

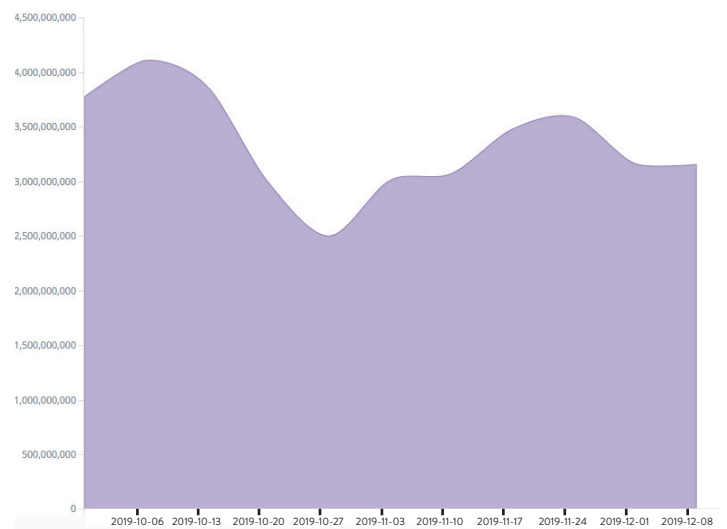


Gráfico 02 - Valorización por semana

En el informe anterior, para hacer un comparativo en la muestra de datos, reconocimos tres tipos de periodos. El primero, *Pre Estallido Social*, periodo que abarca desde la semana del 30 de septiembre hasta la semana del 14 de octubre. El segundo, *Estallido Social*, comprende el periodo desde la semana del 21 de octubre hasta la semana del 11 de noviembre. Y por último, el *Post Estallido Social*, que abarca desde

la semana 18 de noviembre hasta la semana del 9 de diciembre. A dos meses del Estallido Social, se puede observar un cambio desde el *Pre Estallido Social* versus el *Post Estallido*, donde la cantidad de anuncios bajó un 11%, mientras que en impresiones se visualiza una baja del 15%. En cuanto a la valorización bajó un 14% con respecto al *Pre Estallido Social* y *Post Estallido Social*.

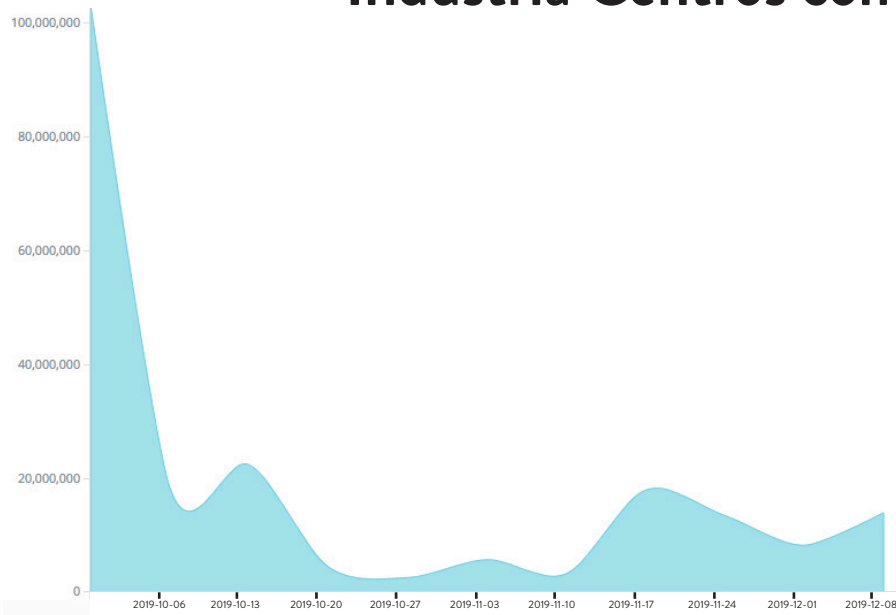
## Pre Estallido Social versus Post Estallido Social

↓11% CANTIDAD DE ANUNCIOS

↓15% IMPRESIONES

↓14% VALORIZACIÓN

# Industria Centros comerciales



La industria de Centros Comerciales tuvo una baja del 72% comparando *Pre Estallido Social* versus *Post Estallido Social*. Las marcas que reflejaron un comportamiento distinto fueron Parque Arauco, Costanera Center y Mall Plaza.

Gráfico 03 - Valorización semanal industria Centros comerciales

## Top centros comerciales

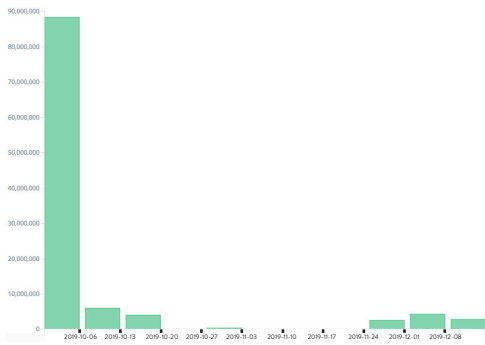


Gráfico 04 - Parque Arauco

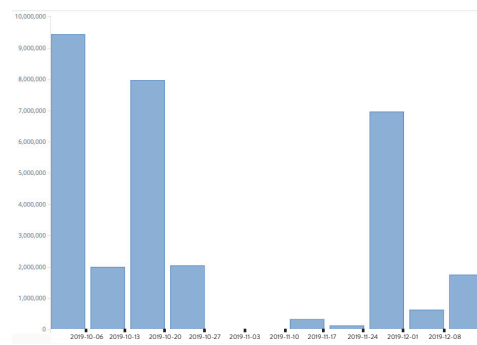


Gráfico 05 - Costanera Center

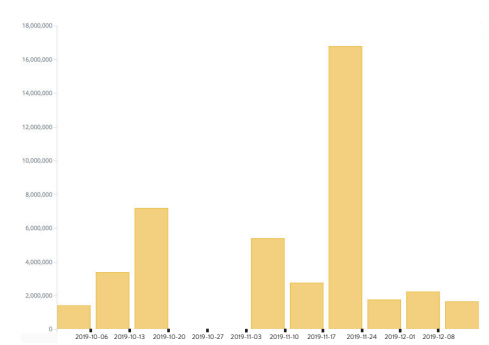
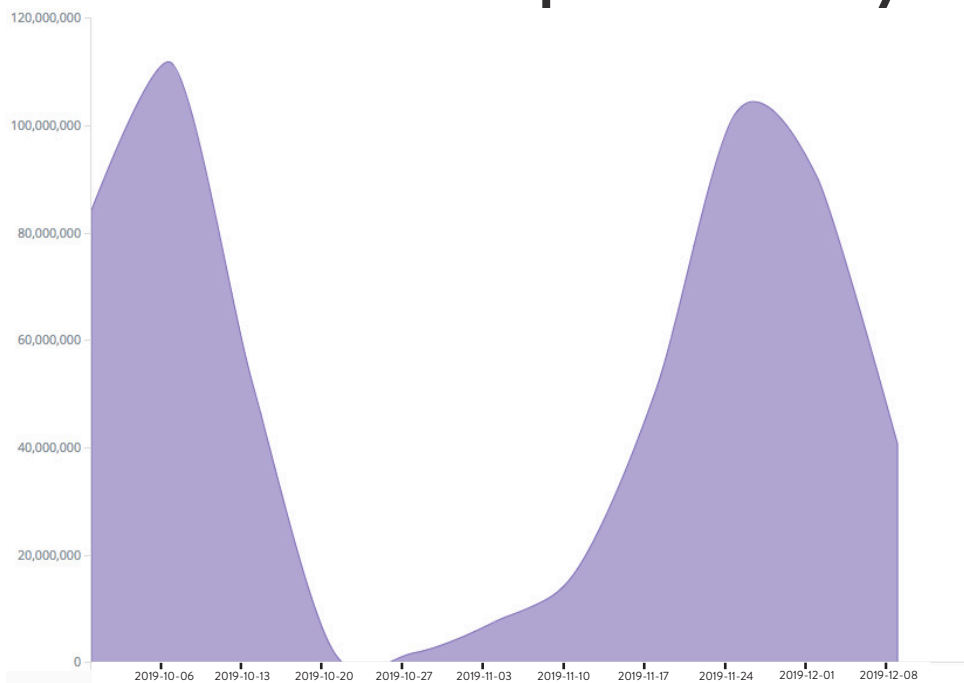


Gráfico 06 - Mall Plaza

Pre Estallido Social versus Post Estallido Social

↓ 72% VALORIZACIÓN

# Industria Supermercados y minimarkets



La industria de Supermercados y minimarkets tuvo una baja del 14% comparando *Pre Estallido Social* versus *Post Estallido Social*. Las marcas que reflejaron un comportamiento distinto fueron Jumbo, Lider y Unimarc.

Gráfico 07 - Valorización semanal industria Supermercados y minimarkets

## Top Supermercados y minimarkets

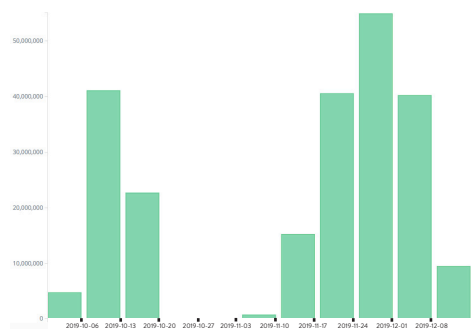


Gráfico 08 - Jumbo

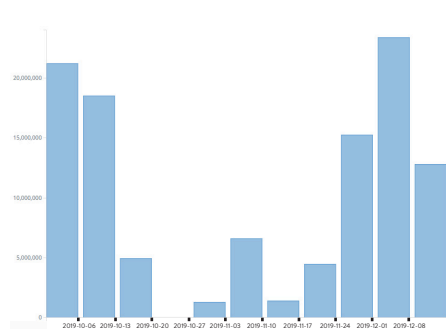


Gráfico 09 - Lider

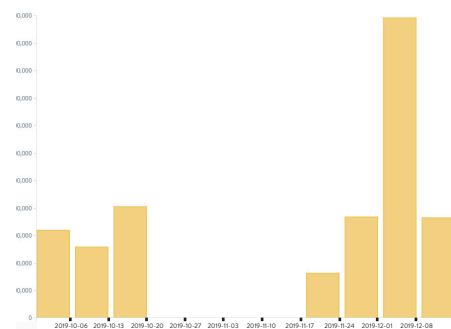
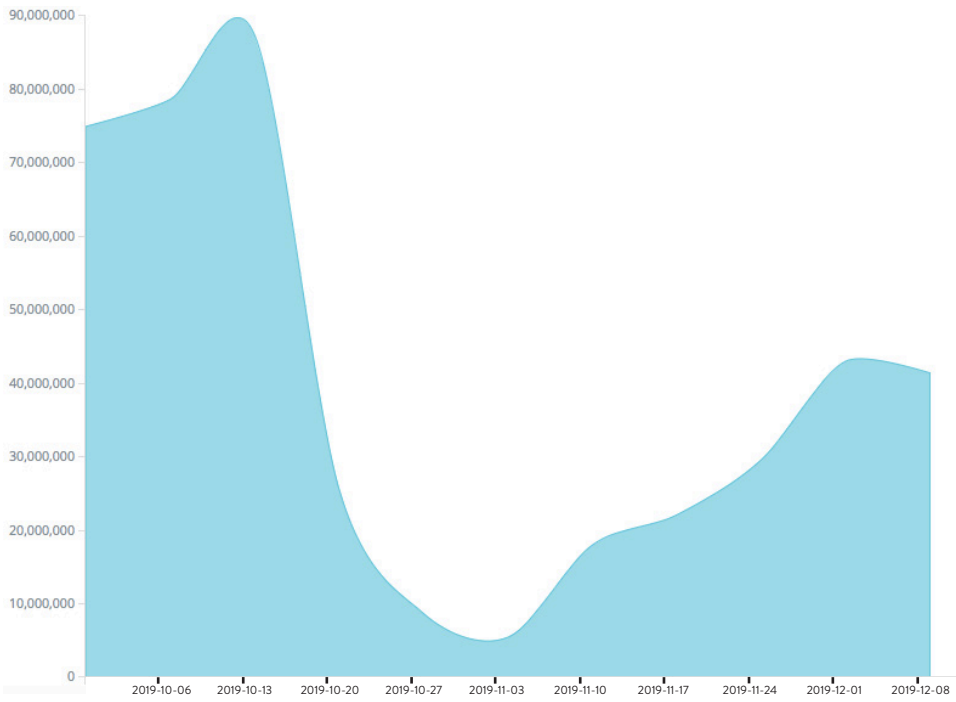


Gráfico 10 - Unimarc

Pre Estallido Social versus Post Estallido Social

↓ 14% VALORIZACIÓN

# Industria Finanzas - bancos



La industria de Bancos tuvo una baja del 58% comparando *Pre Estallido Social* versus *Post Estallido Social*. Las marcas que que reflejaron un comportamiento distinto fueron Banco Santander, Banco Estado y Banco de Chile.

Gráfico 11 - Valorización semanal industria Finanzas - bancos

## Top Finanzas - bancos

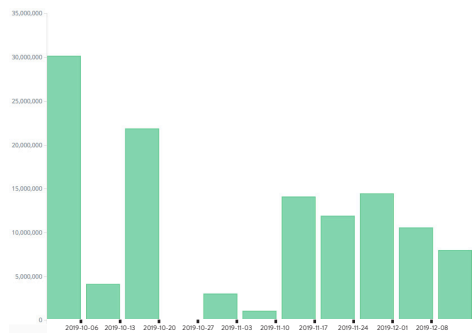


Gráfico 12 - Banco Santander

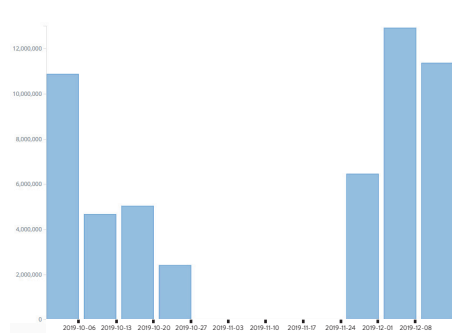


Gráfico 13 - Banco Estado

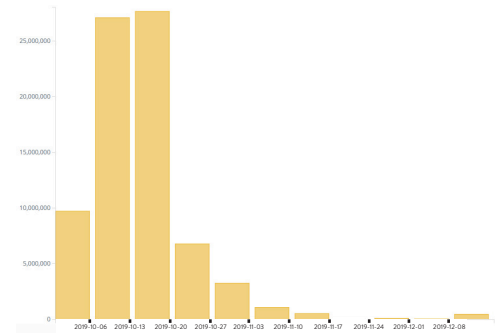
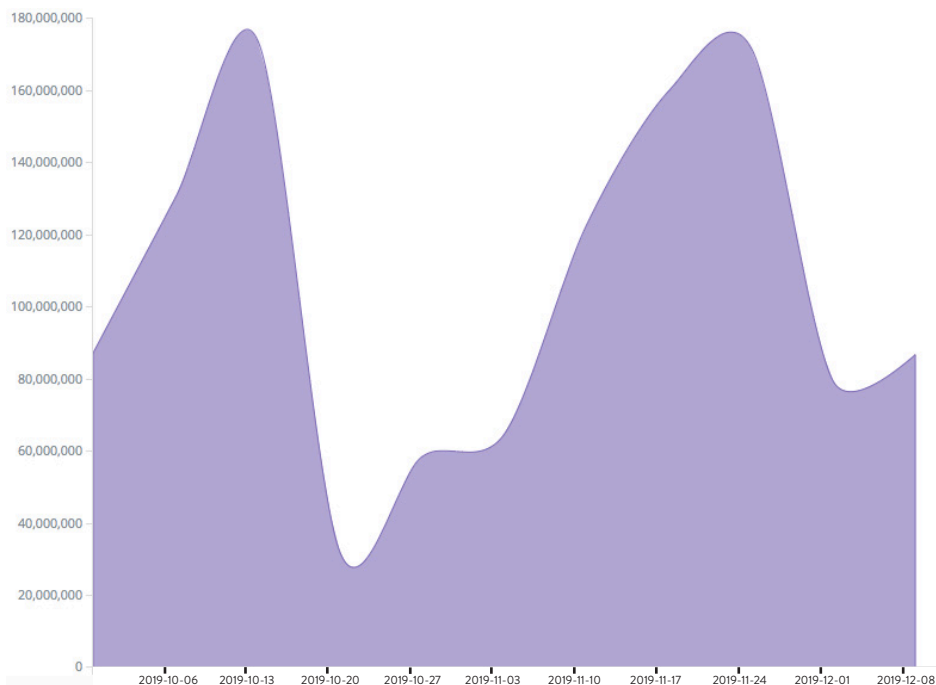


Gráfico 14 - Banco de Chile

Pre Estallido Social versus Post Estallido Social

**↓ 58% VALORIZACIÓN**

# Industria Automóviles



La industria de Automóviles tuvo una baja del 4% comparando *Pre Estallido Social* versus *Post Estallido Social*. Las marcas que reflejaron un comportamiento distinto fueron Nissan y Hyundai.

Gráfico 15 - Valorización semanal industria Automóviles

## Top Automóviles

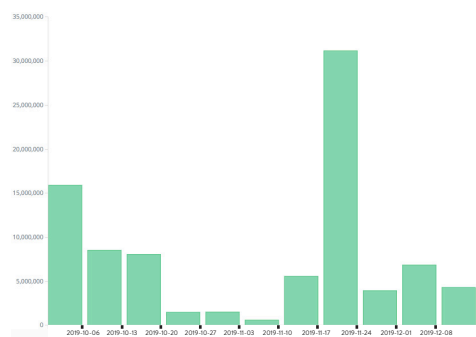


Gráfico 16 - Nissan

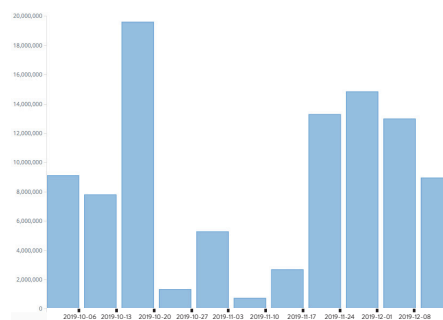


Gráfico 17 - Hyundai

Pre Estallido Social versus Post Estallido Social

↓ 4% VALORIZACIÓN



[www.admetricks.com](http://www.admetricks.com)