

Efecto del COVID-19 en Publicidad Online

Empresas Inmobiliarias



Debido a la pandemia Coronavirus (COVID-19) que afecta hoy en el mundo, la inversión Publicitaria Digital se ha visto afectada y las marcas han tenido que ajustar su inversión publicitaria y sus estrategias de marketing.

Es por esto que te presentamos el informe del impacto en la inversión en Publicidad Online, donde podrás encontrar la inversión total de Chile en los tiempos de Coronavirus y cuál fue el comportamiento de la industria Inmobiliaria.

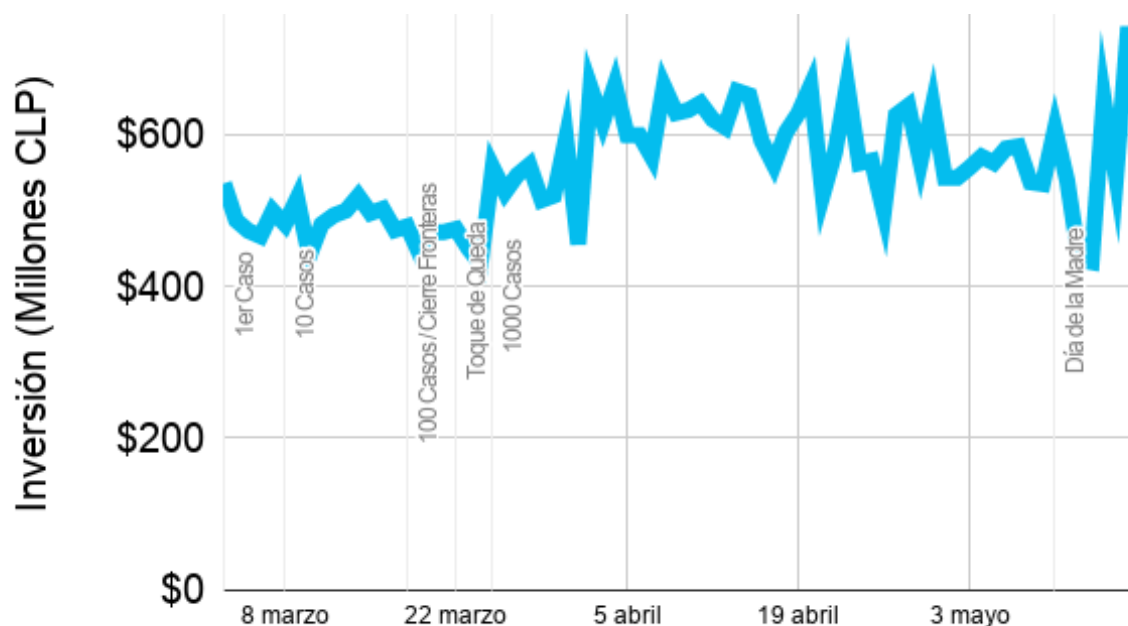
Se identificaron cinco fechas importantes las cuales se analizaron:

- **1º Caso:** 03/03/2020
- **10 Casos:** 08/03/2020
- **100 Casos:** 16/03/2020
- **Cierre Fronteras:** 16/03/2020
- **Toque de Queda:** 22/03/2020
- **Día de la Madre:** 10/05/2020

Durante el mes de marzo la inversión total de Chile presentó un promedio de inversión diaria de CLP \$ 496 Millones, luego el mes de abril aumentó un 22% de la inversión diaria promedio con CLP \$605 Millones, sin embargo el mes de mayo disminuyó

un 7% con respecto al mes de abril. A pesar de presentar un alza la semana anterior al día de la madre, el promedio de inversión diaria luego del 10 de mayo hasta el 17 de mayo fue de CLP \$560 Millones aproximadamente.

Gráfico 1 - Inversión Total



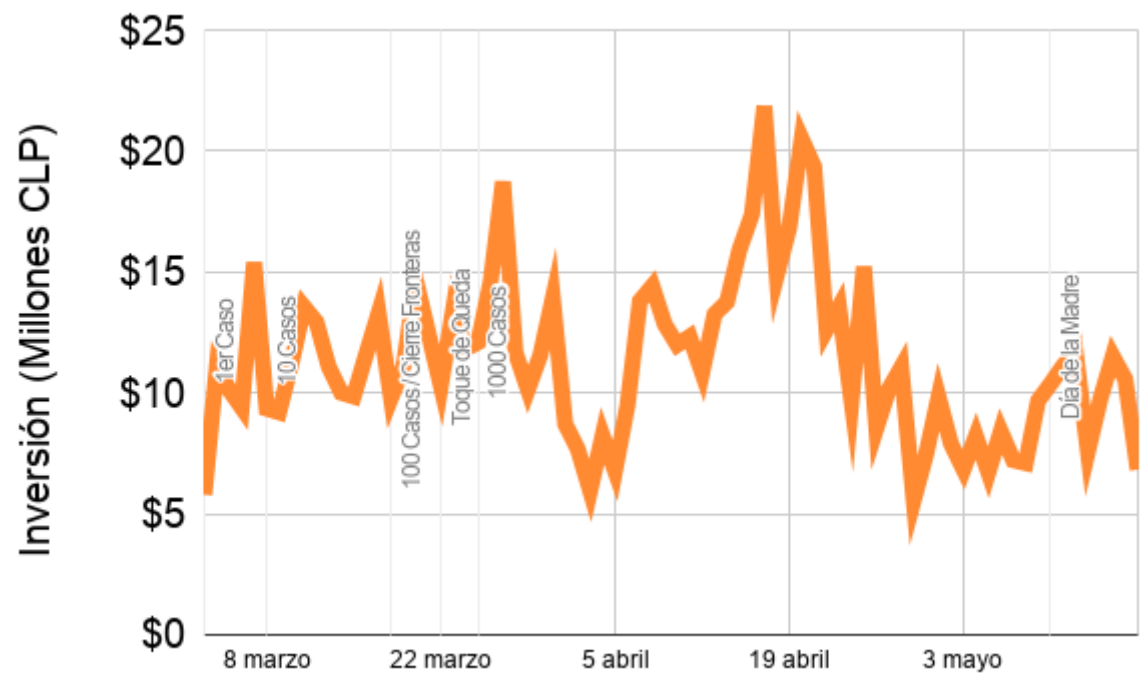
Industria Empresas inmobiliarias



La industria Empresas Inmobiliarias desde el comienzo de la Pandemia se mantuvo en su inversión, sin embargo al inicio del mes de abril presentó una baja del 43% con respecto a los últimos cinco días de marzo. Luego aumentó la inversión llegando a un peak de CLP

\$21,9 Millones el día 17 de abril, esto debido a campañas promocionales. Desde principios de mayo la inversión presenta una estabilidad con un promedio de CLP \$8,9 Millones.

Gráfico 2 - Inversión Industria Empresas Inmobiliarias



Industria Empresas inmobiliarias

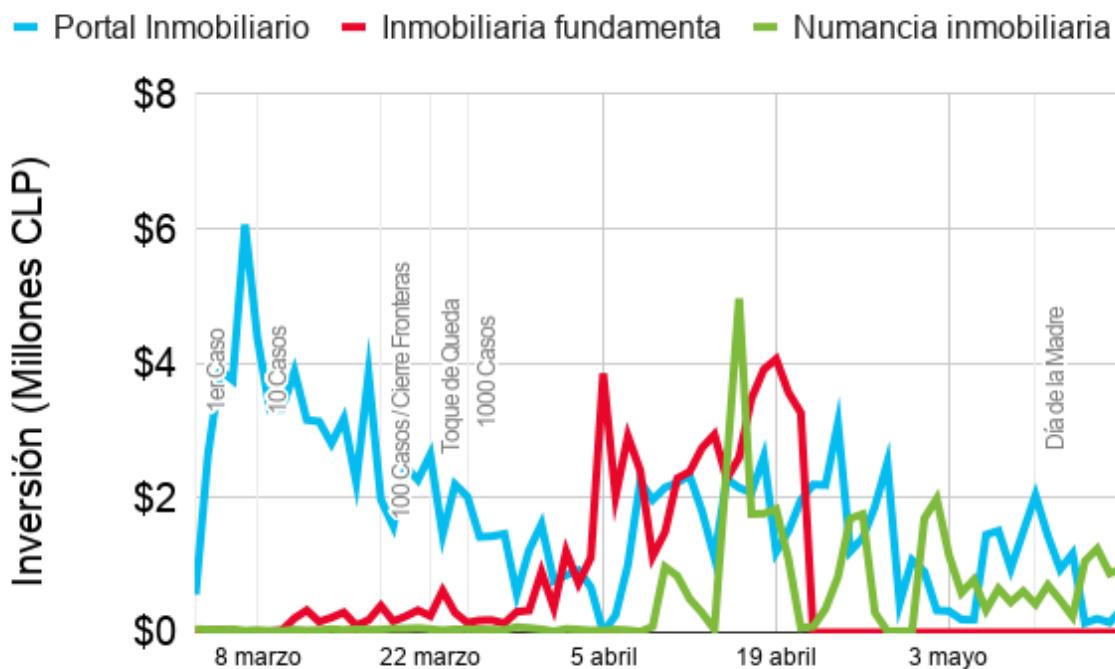
Por Marca



Si bien **Portal Inmobiliario** presenta ciertos peak el mes de marzo, los meses siguientes de abril y mayo disminuyó paulatinamente su inversión. En cambio **Inmobiliaria Fundamenta** desde el comienzo de la pandemia no presentó inversión Publicitaria Digital, sin embargo alcanzó su mayor peak el día 19 de abril debido a campañas de sus proyectos en venta, pero luego

su inversión nuevamente llegó a cero. Por otro lado **Numancia Inmobiliaria** mantuvo su inversión desde el inicio de la Pandemia hasta mediados de abril presentando un peak el día 16 de abril debido a dos de sus campañas promocionales tales como “#muévete” y “reserva y gana”. Luego su promedio de inversión diaria fue de CLP \$830 Mil.

Gráfico 3 - Inversión Industria Empresas Inmobiliarias por marca





www.admetricks.com