

Efecto del COVID-19 en Publicidad Online

ARGENTINA 

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 Argentina en los tiempos de Coronavirus y ocho de las industrias que reflejaron un comportamiento distinto, tales como Aerolíneas, Centros Comerciales, Supermercados y Minimarkets, Farmacias, Empresas de Telecomunicaciones, Higiene del hogar y Tiendas Online

Se identificaron cuatro fechas importantes las cuales se analizaron:

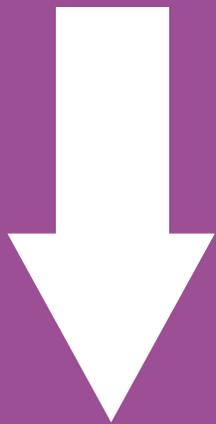
- **1º Caso:** 03/03/2020
- **10 Casos:** 10/03/2020
- **100 Casos:** 19/03/2020
- **Cuarentena Nacional:** 19/03/2020

Después del anuncio del primer caso la inversión fue creciendo sobrepasando los ARS \$100 Millones el día 12 de marzo. Sin embargo al día siguiente la inversión presentó una baja abrupta con un mínimo de ARS \$50 Millones. Si se compara los primeros siete días desde el anuncio del primer caso en Argentina versus los últimos siete días, el promedio diario de la inversión presenta una baja del 29%.

Gráfico 1 - Inversión Total

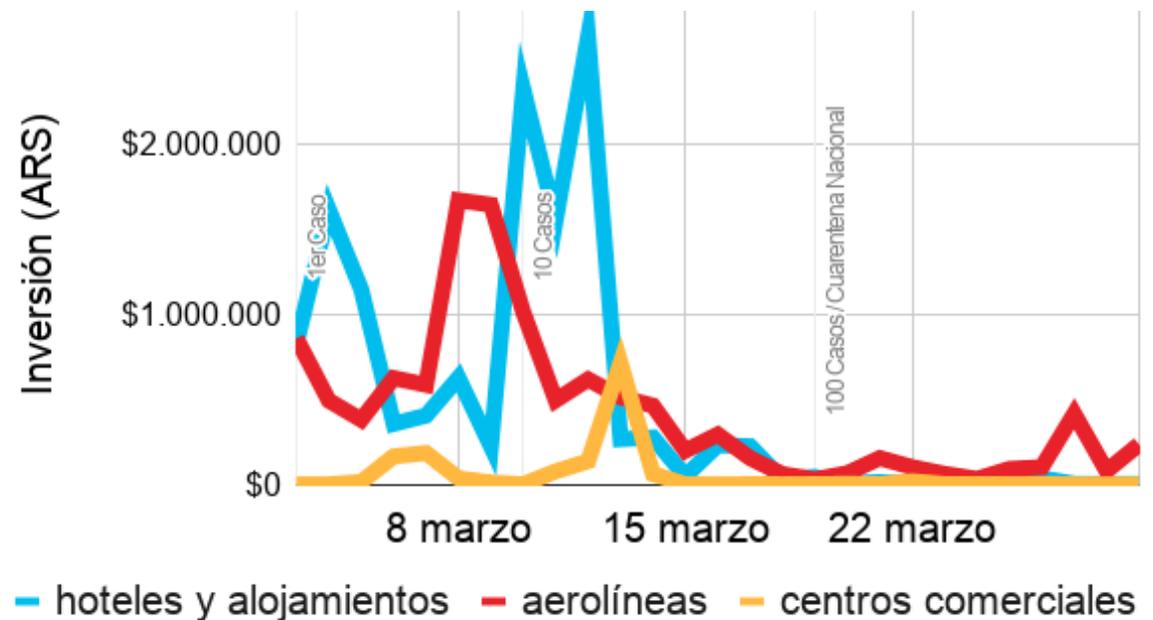


Industrias más afectadas



Tres de las industrias más afectadas por la Pandemia han sido Hoteles y Alojamiento, Aerolíneas y Centros comerciales, ya que han dejado de operar con normalidad debido a las medidas de prevención de contagio. Es por esto que las tres disminuyeron su inversión mucho antes del anuncio de Cuarentena Nacional. Sin embargo la industria de aerolíneas tuvo un peak el día 27 de marzo, debido a que se comenzó a comunicar la flexibilidad de cambio de pasajes.

Gráfico 2 - Inversión Industrias más afectadas

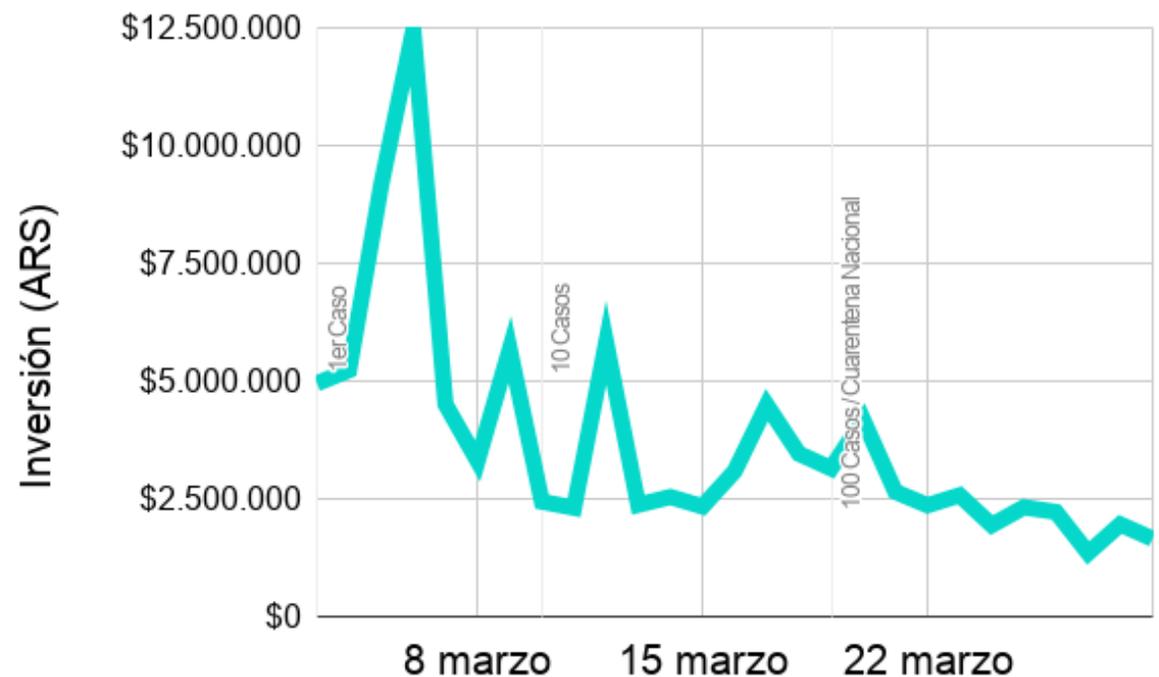


Industria Supermercados y Minimarkets



Durante los primeros días de Pandemia, la industria de Supermercados y Minimarkets presentó un comportamiento estable con algunas variantes en la inversión. Sin embargo luego de anunciar Cuarentena Nacional la industria fue disminuyendo su inversión.

Gráfico 3 - Inversión Industria Supermercados y Minimarkets

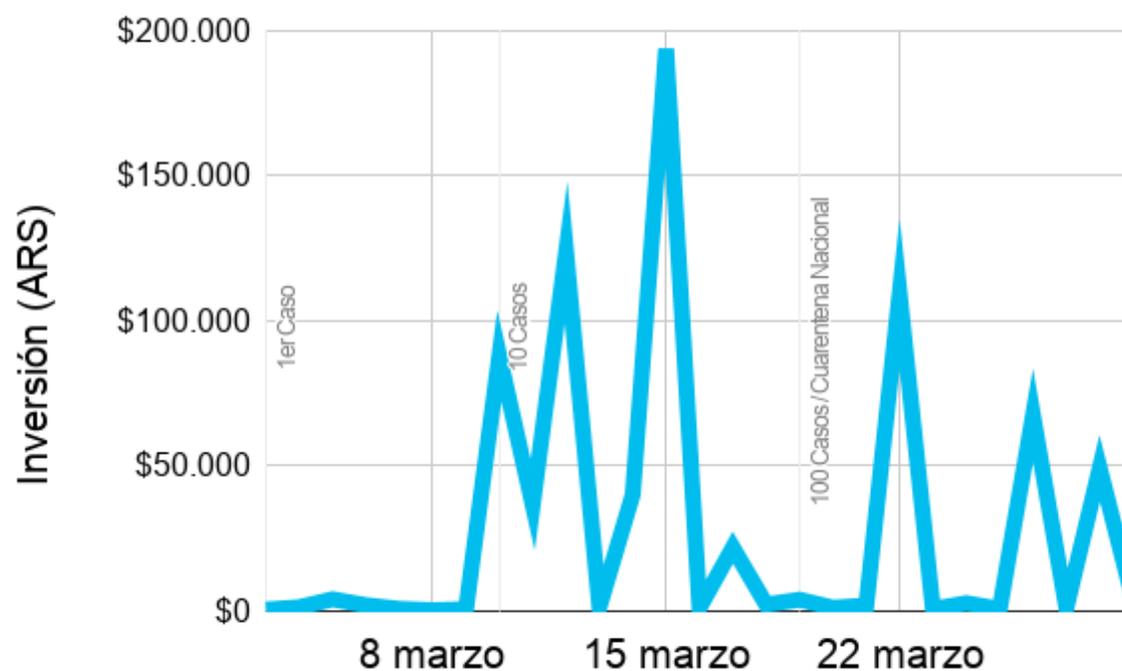


Industria Farmacias



Desde el anuncio del primer caso la industria de Farmacias mantuvo baja su inversión hasta el día 10 de marzo donde se registraron los 10 casos de contagio en el país. A medida que avanza la pandemia su inversión ha sido variable.

Gráfico 4 - Inversión Industria Farmacias

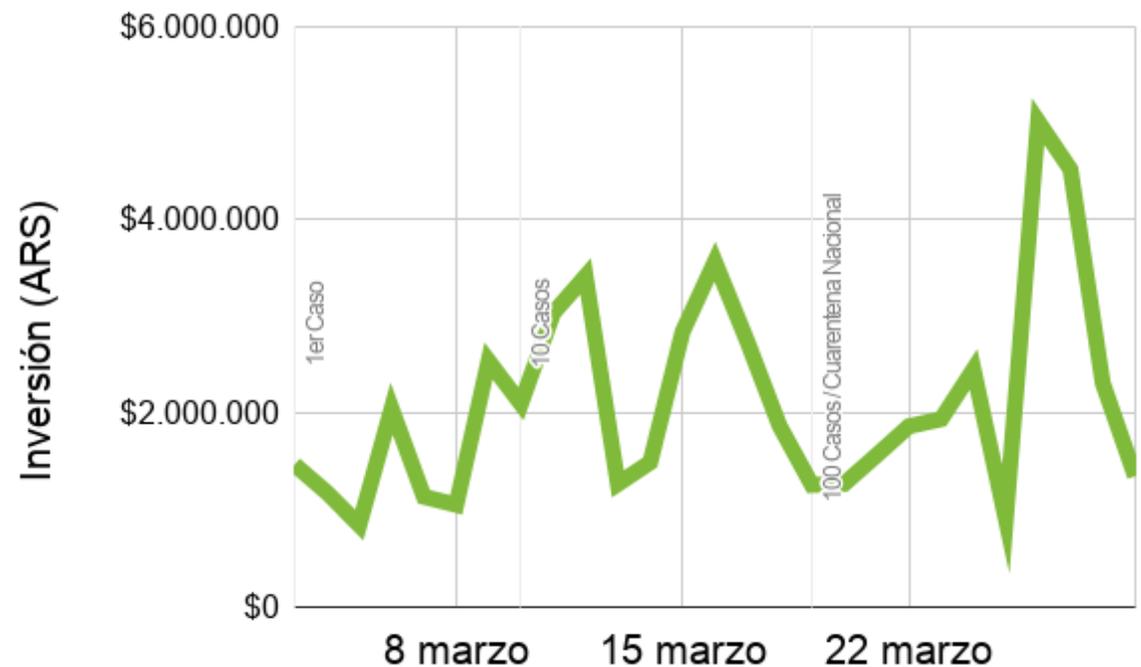


Industria Empresas de Telecomunicaciones



Las empresas de telecomunicaciones, desde el anuncio del primer caso, disminuyó su inversión para luego presentar instancias de alta inversión publicitaria, siendo el 27 de marzo el día con mayor inversión superando los ARS \$5 Millones. Ésto debido al cambio de comunicación de la industria en pro de prevenir la propagación del contagio del virus.

Gráfico 5 - Inversión Industria Empresas de Telecomunicaciones

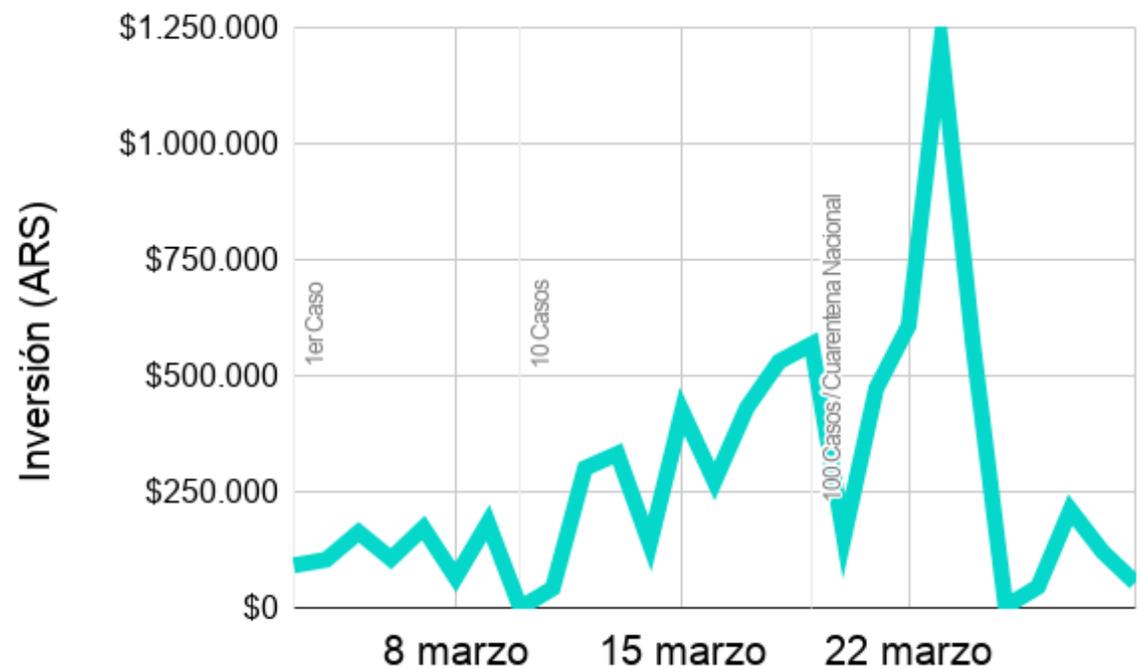


Industria Higiene del Hogar



La industria Higiene del Hogar desde el 12 de marzo ha aumentado su inversión debido a la importancia de prevenir el contagio del virus. El día 23 de marzo alcanzó un peak sobre ARS \$1 Millón, para luego volver a disminuir.

Gráfico 6 - Inversión Industria Higiene del Hogar

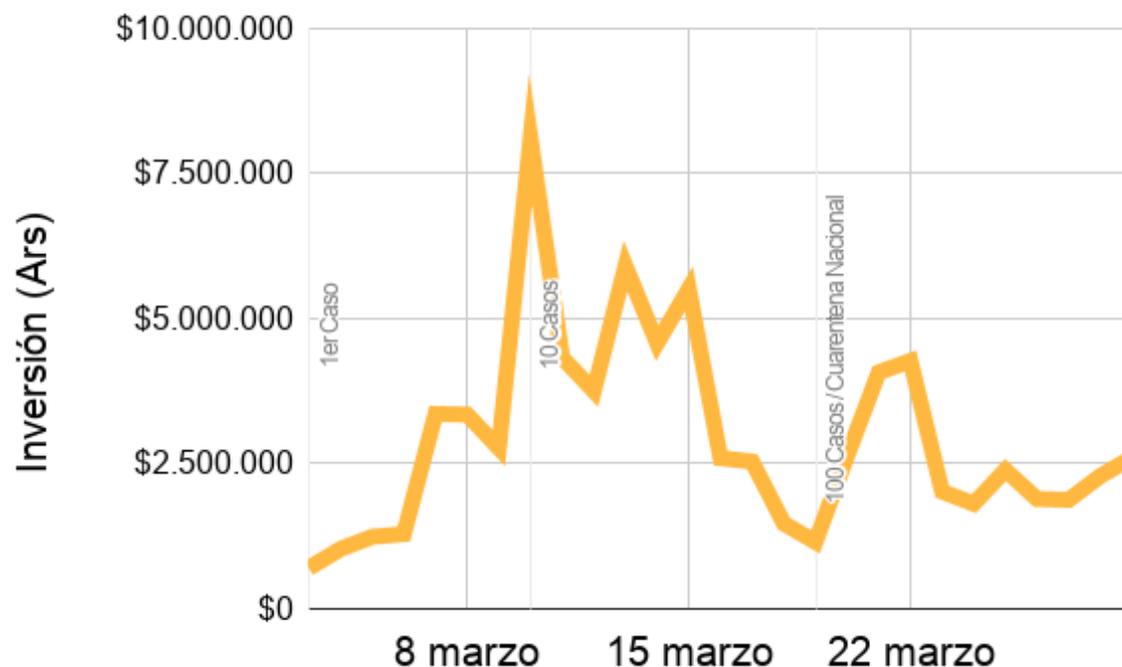


Industria Tiendas Online



Las tiendas Online han incrementado su inversión en Publicidad Digital desde el anuncio del primer caso, presentando un peak el día 10 de marzo. Ésto se debe a la contingencia nacional y a las medidas de precaución de no salir de casa. Luego del anuncio de cuarentena nacional presentó un leve incremento para continuar de manera estable los siguientes días.

Gráfico 7 - Inversión Industria Tiendas Online





www.admetricks.com