

# Informe Actividad Vía Pública Santiago 1er. Semestre 2020

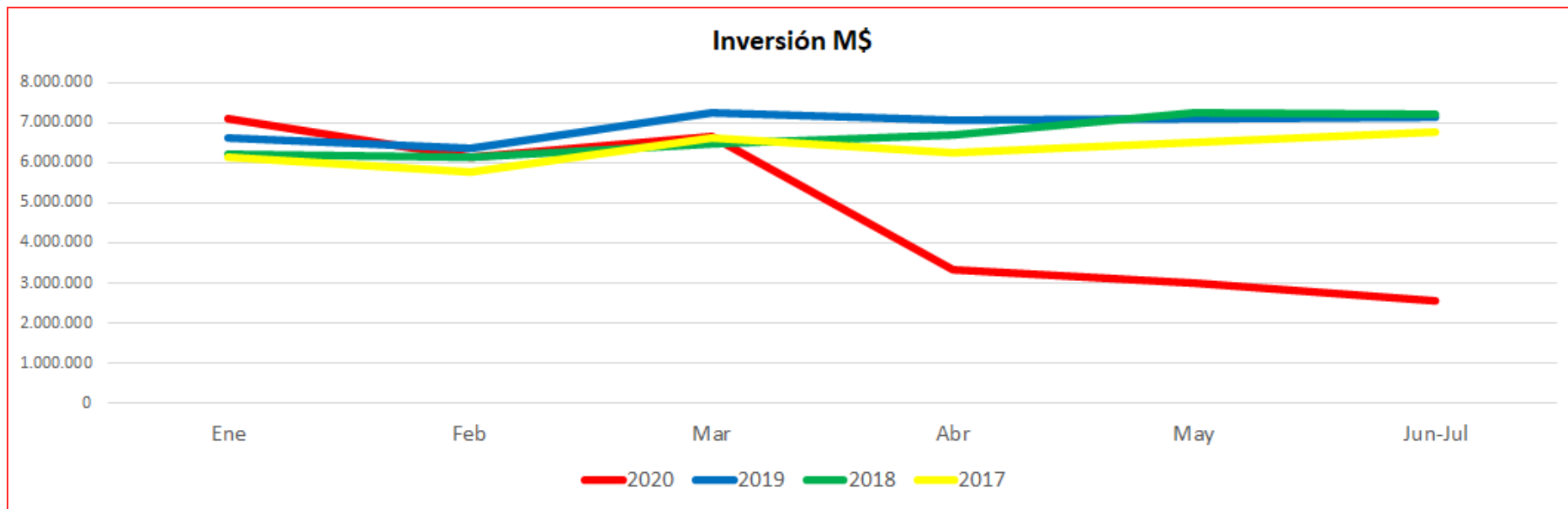
[www.outdooresearch.cl](http://www.outdooresearch.cl)

Av. del Valle Sur 576, of 705, ciudad empresarial, Huechuraba. Santiago-Chile



OUTDOORESEARCH<sup>1</sup>

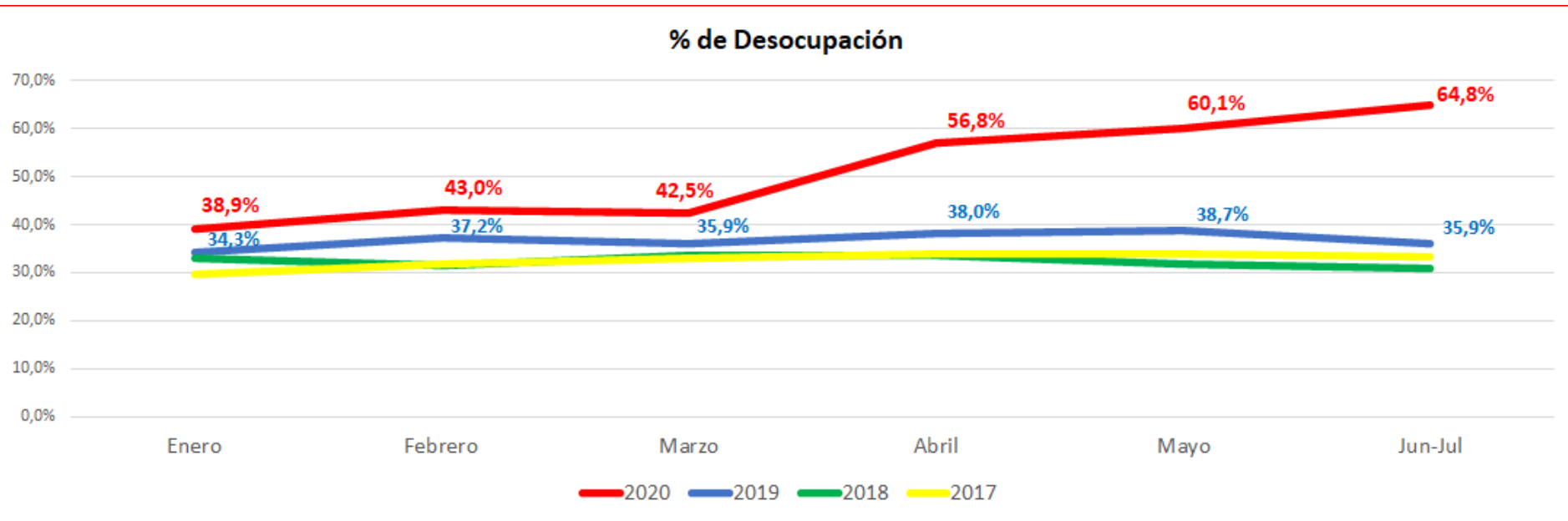
# Fuerte caída en la inversión, -30,7% el 1er. Semestre



Desde Marzo los efectos de las cuarentenas se hacen notar, con una caída de un 58,2% en la inversión en el 2do. trimestre.

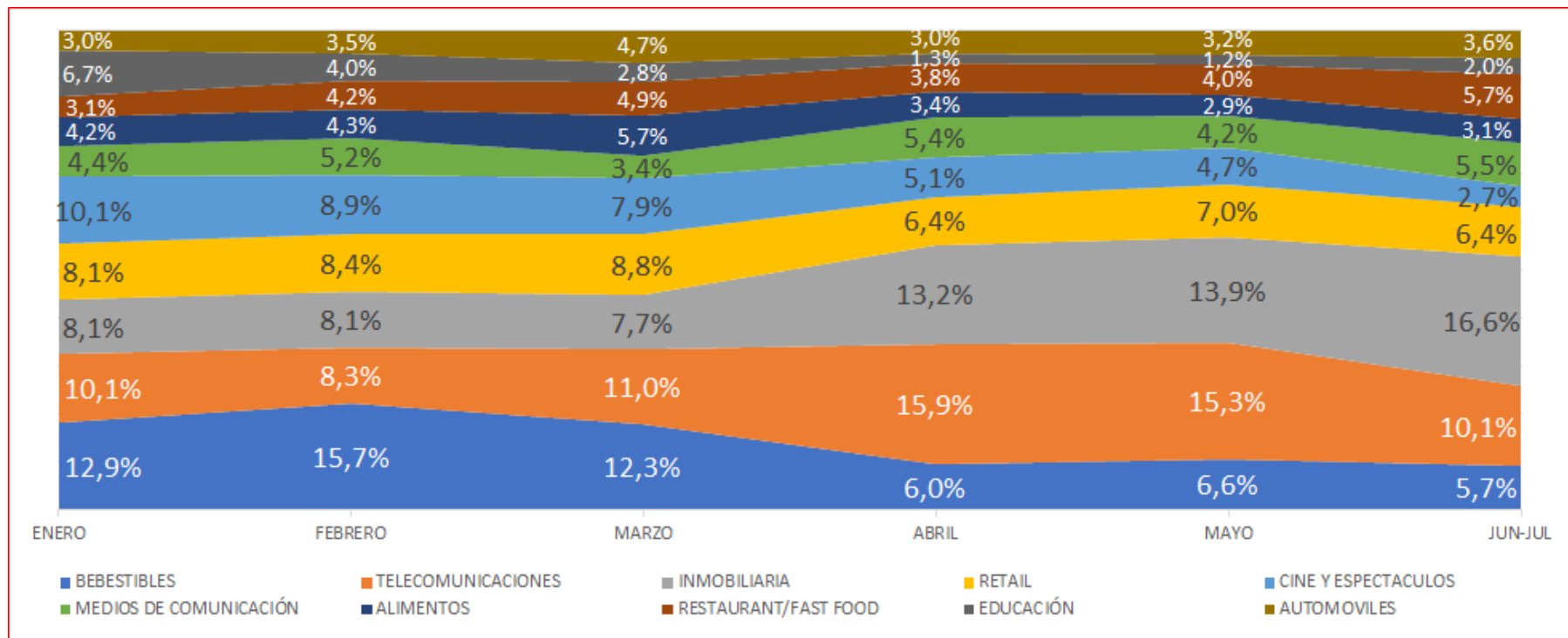
El promedio de marcas activas también cae un 29,2%, con 426 activas en durante el 1er. semestre. Durante Jun-Jul las marcas activas disminuyen a 298.

# La desocupación alcanza máximos históricos



Durante el 1er. semestre hubo en promedio 943 elementos mensuales sin publicidad, un 40,4% más que el 2019. En el 2do. trimestre el promedio sube a 1.119 un 62,2% más que el año anterior.

# Evolución Share of Investment Principales Categorías

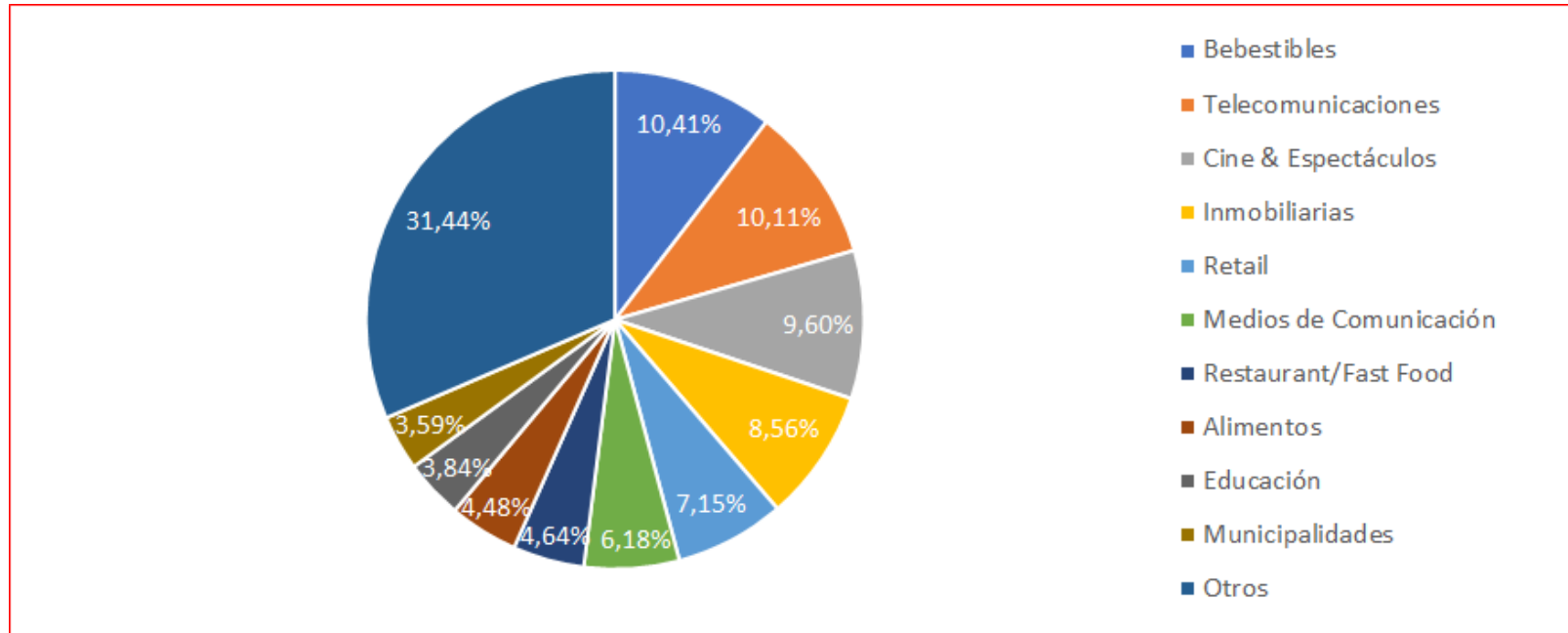


Telecomunicaciones, Inmobiliarias y Medios de Comunicación son las categorías que más crecen en participación. Automóviles, Retail y Cine & espectáculos las que más caen.

Las otras categorías representan en promedio un 33,6% de la inversión y en Jun-Jul un 38,8%.

# 10 Principales Categorías

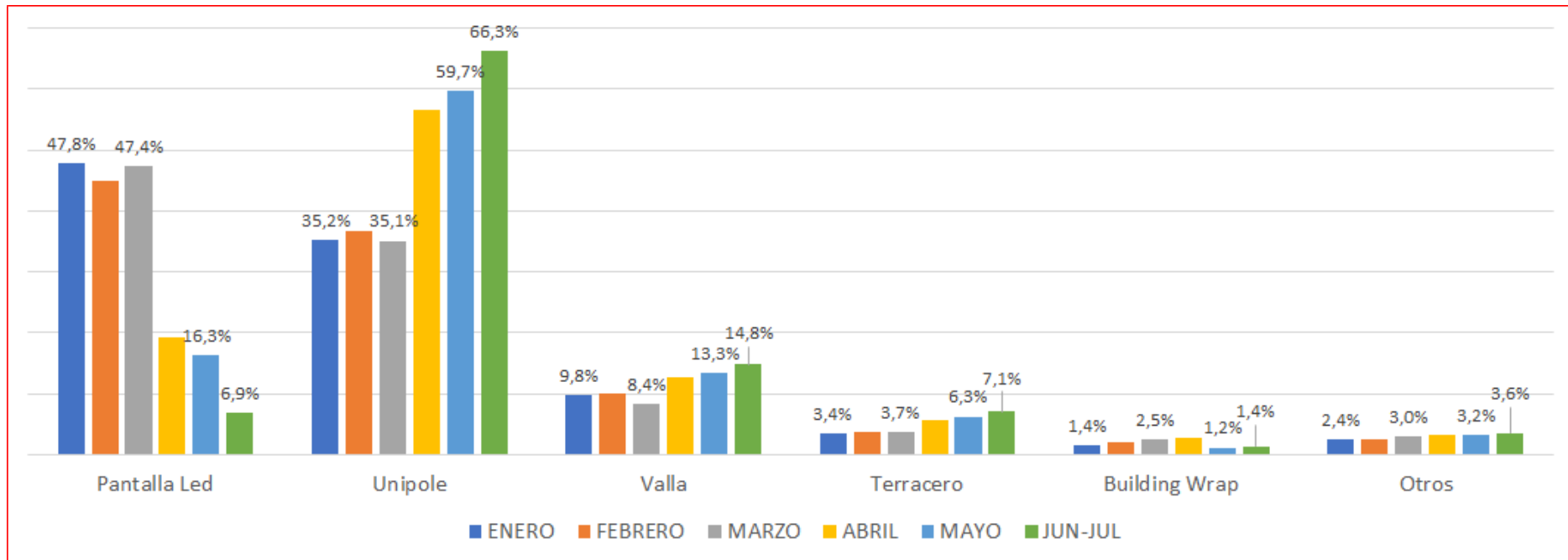
## Share N° de Elementos Acumulados



Bebestibles, por su estacionalidad en el verano, lidera con 1.094 elementos y una disminución del 10,5% respecto el 2019.

Las mayores caídas se registran en Automóviles (-68,3%), Servicios Financieros (-49%) y Retail (-41,5%).

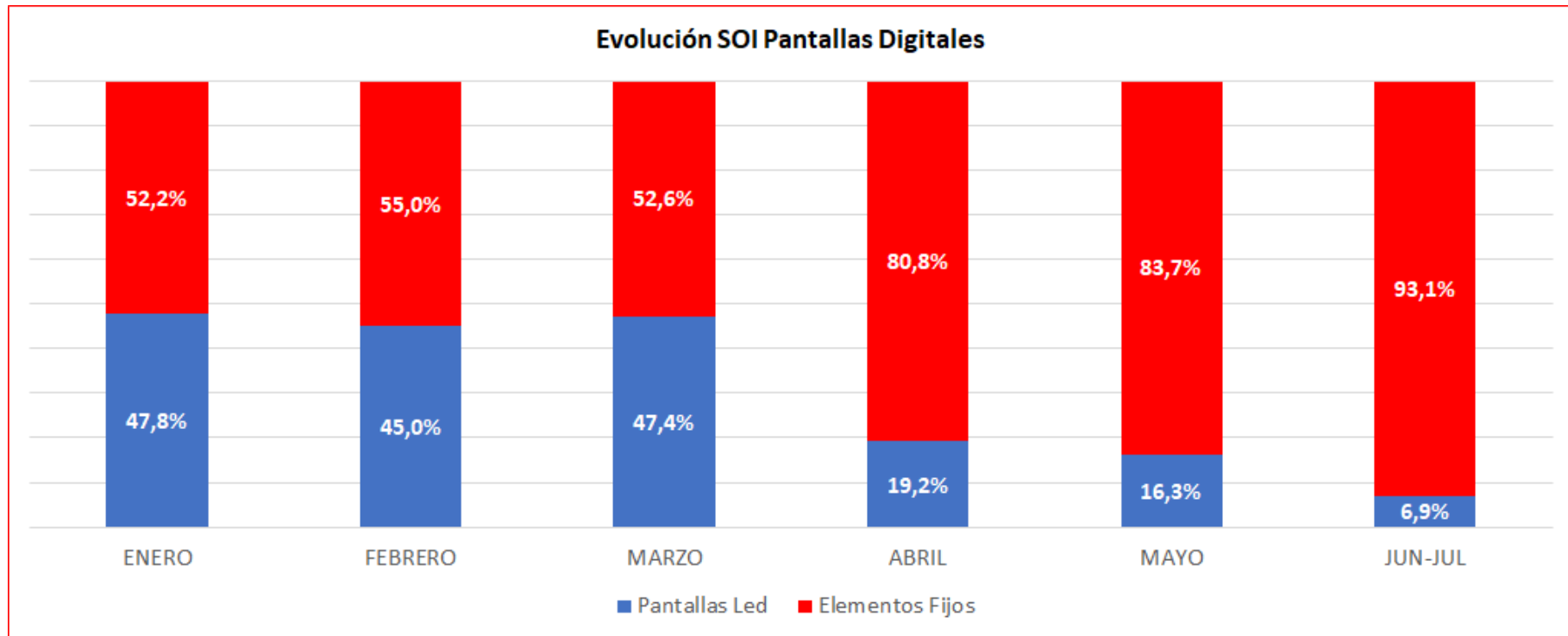
# Inversión por Formatos



Fuerte caída de la inversión en pantallas que disminuyen su peso relativo en 40,5pp en el año.

Los Unipoles, el formato que menos cae en inversión, aumentan su peso relativo en 31,2pp.

# Abrupta disminución del peso de la pantallas en la inversión

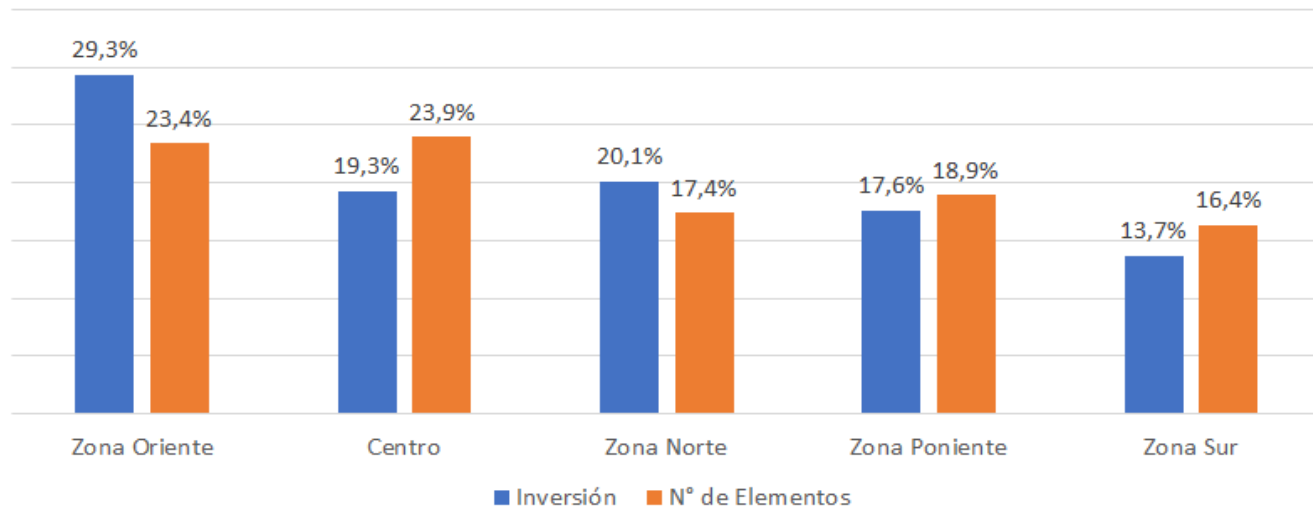


En promedio representaron un 30,4% de la inversión en comparación a los 42,2% del 1er. semestre del 2019. En los últimos 2 meses el efecto es más fuerte.



# Participación por Zonas

## Distribución de Letreros v/s Inversión por Zonas



Fuerte caída de la inversión en la Z. Oriente (-40,8%) por el gran peso de las pantallas led. Todavía concentra el 29,3% de la inversión (4,5% menos que el 2019), con un 23,4% de los elementos.

La inversión cayó en todas las zonas destacando también el Centro (-36,2%) y la Z. Norte (-24,7%).



# Principales Comunas

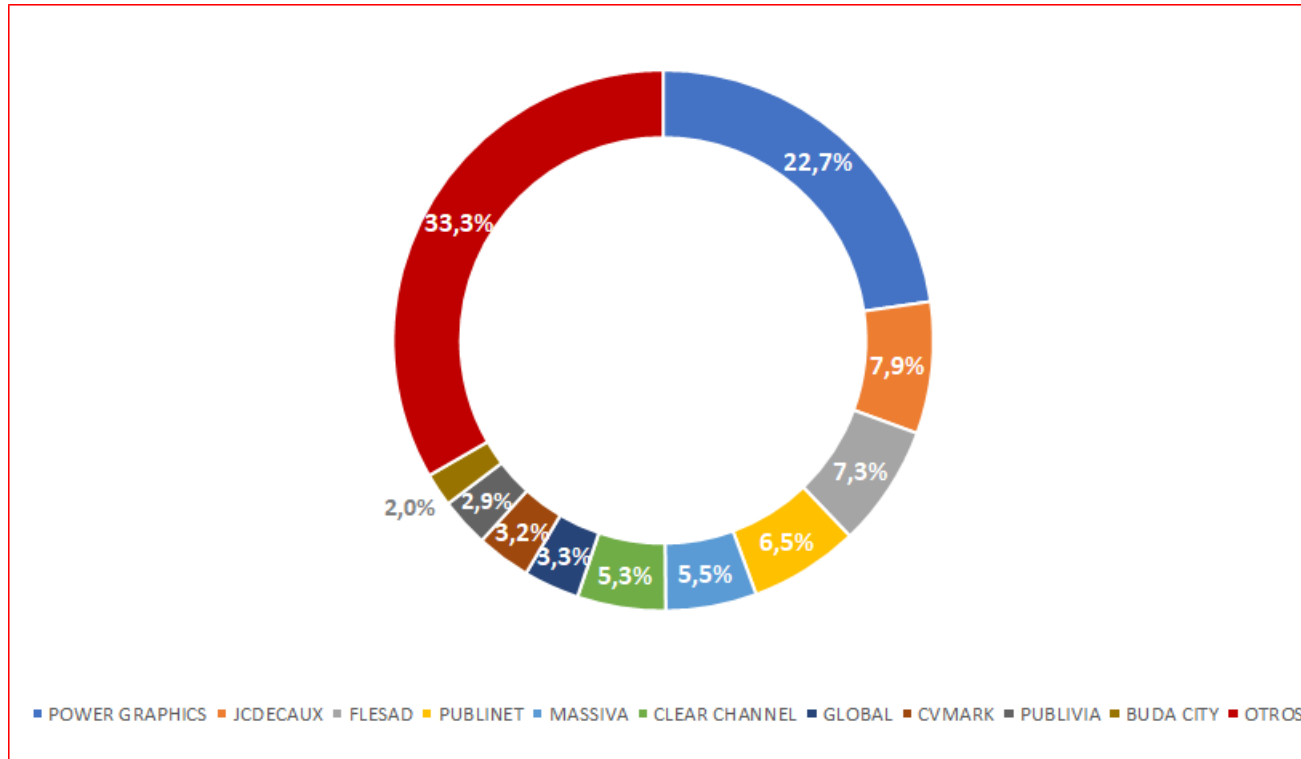
COMUNA	% Inversión
<b>Las Condes</b>	<b>8,6%</b>
Vitacura	7,5%
<b>Pudahuel</b>	<b>7,0%</b>
Ñuñoa	6,9%
<b>Huechuraba</b>	<b>6,0%</b>
Quilicura	5,5%
<b>La Florida</b>	<b>5,1%</b>
Puente Alto	4,6%
<b>Colina</b>	<b>4,5%</b>
Macul	4,2%

COMUNA	% Elementos
<b>Ñuñoa</b>	<b>7,9%</b>
Pudahuel	6,3%
<b>La Florida</b>	<b>6,0%</b>
Maipú	5,7%
<b>Puente Alto</b>	<b>5,6%</b>
Quilicura	5,4%
<b>Colina</b>	<b>5,1%</b>
Vitacura	4,9%
<b>Las Condes</b>	<b>4,9%</b>
Santiago	4,4%

Las Condes y Vitacura siguen liderando en inversión pese a ser las comunas que más disminuyen en inversión durante el 2020. Suben en importancia Puente Alto y Colina que entran al Top10 y salen Maipú y Quilicura.

# Principales Proveedores

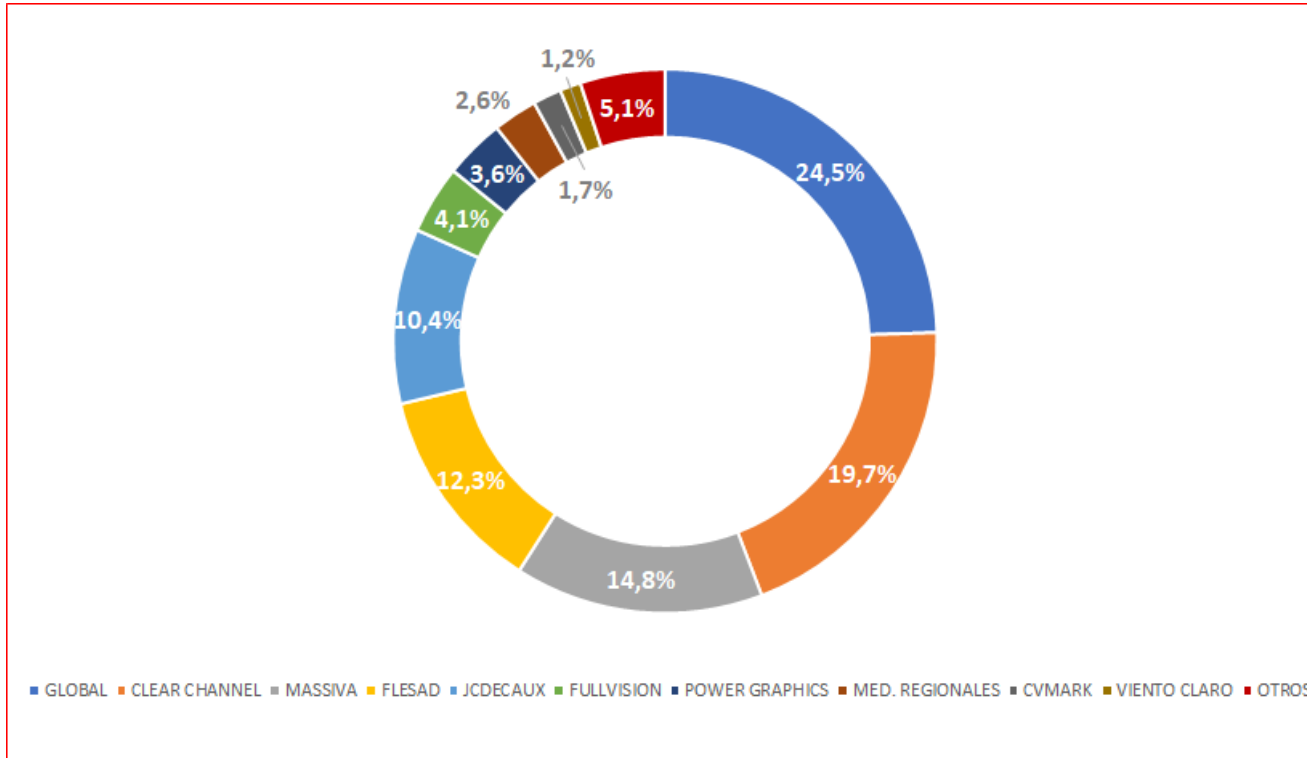
## Market Share N° Clientes en Elementos Fijos



Por N° de clientes los que ganan participación de mercado son Flesad, Buda City y Otros, mientras que los que pierden son JC Decaux, Massiva y Global.

# Principales Proveedores

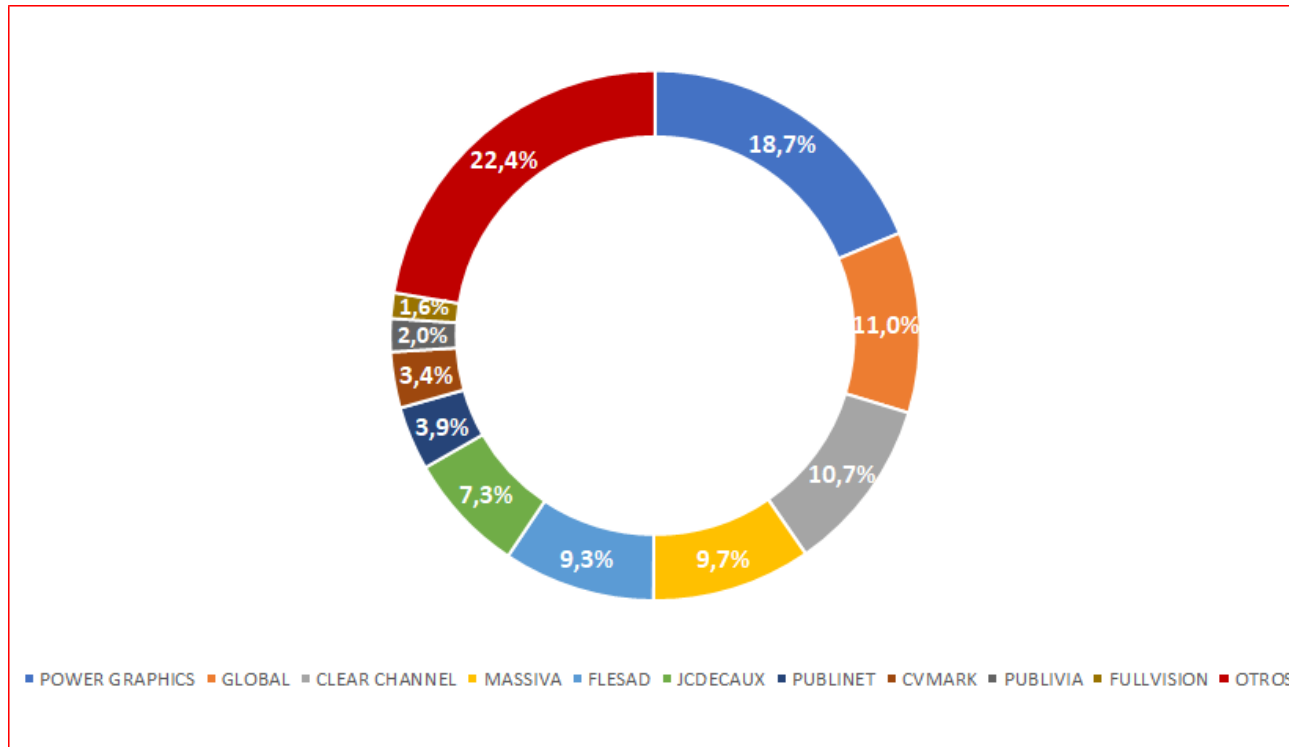
## Market Share N° Clientes en Pantallas Led



En clientes por pantallas los que más ganan participación de mercado son Global y Flesad y los que más pierden son Massiva y Clear Channel.

# Principales Proveedores

## Market Share Inversión Elementos Fijos & Pantallas Led



En inversión, en comparación con el 2019, todos caen destacando Massiva, Medios Regionales, Clear Channel y JC Decaux.

# Principales Marcas

MARCA	% Inversión
WOM	4,21%
MC DONALDS	3,05%
VTR	2,14%
ENTEL	1,97%
CLARO	1,68%
BE CAPITALS	1,11%
ENEA	1,10%
AMAZON PRIME VIDEO	1,04%
FALABELLA	0,95%
PEPSI	0,94%
NECTAR WATTS	0,93%
JUSTICIATRABAJADOR.CL	0,91%
UNIDOS	0,87%
BEKRON	0,84%
ESCUDO	0,75%

MARCA	% Elementos
MC DONALDS	2,96%
WOM	2,96%
VTR	2,77%
ENTEL	1,92%
CLARO	1,31%
AMAZON PRIME VIDEO	1,14%
MASSIVA	1,01%
JUSTICIATRABAJADOR.CL	0,94%
BE CAPITALS	0,93%
CLEAR CHANNEL	0,85%
NECTAR WATTS	0,81%
GLOBAL VIA PUBLICA	0,77%
BANCO DE CHILE	0,72%
COCINA VIVA	0,67%
PARQUE COUSINO MACUL	0,65%

Wom sigue siendo el líder en inversión. Destaca el crecimiento de Entel y la aparición de Be Capitals, Amazon, Justiciatrabajador.cl y Bekron.

En N° de elementos se mantienen los 3 primeros lugares respecto el 2019.

## ¿Quieres más información ?

Sobre campañas, marcas, categorías, proveedores, comunas, capacidades ociosas, y planes de publicidad en vía pública, contáctanos o pídelo a tu agencia.

**Matías Arentsen P.**

[marentsen@grupodirecto.cl](mailto:marentsen@grupodirecto.cl)

+569 7987 3890

**José Miguel Lasota T.**

[jmlasota@grupodirecto.cl](mailto:jmlasota@grupodirecto.cl)

+569 9322 8808

[outdoor.grupodirecto.cl](http://outdoor.grupodirecto.cl)

OUTDOORESEARCH realiza un levantamiento todos los meses del 100% de los elementos sobre 10 m2 de la ciudad de Santiago. Valores a Tarifa. Especialistas en verificar, auditar y estudiar los planes de publicidad de Vía Pública en Chile. © 2020, Grupo Directo. Todos los derechos reservados.