

Especialistas en **medir**
y **verificar** la publicidad en **Vía Pública**

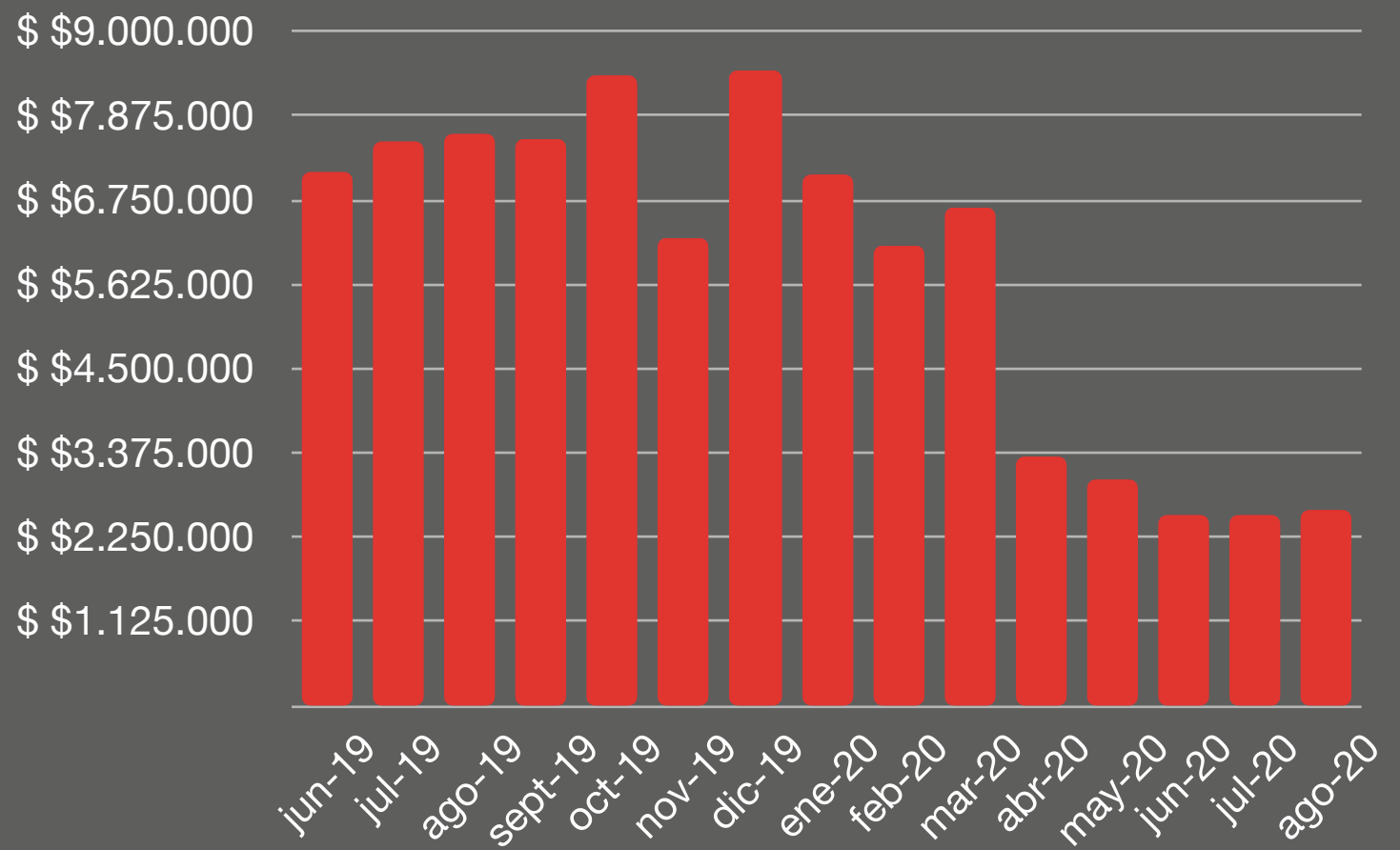
Resumen **Agosto**

Fase 2 Post Cuarentena: Primeros Efectos del desconfinamiento.

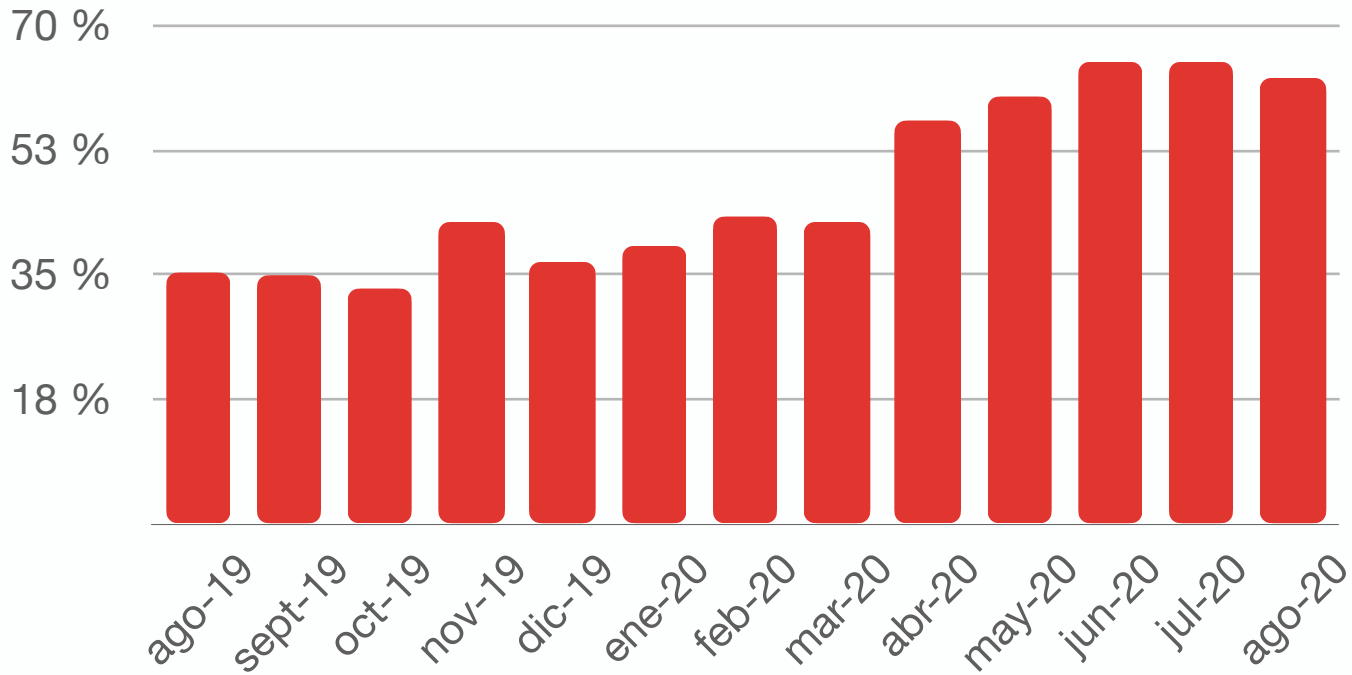
- Se observa una leve recuperación durante agosto, alcanzando una inversión de **MM\$2.627,1** (**3,3%** mayor julio) pero **65%** menor que Agosto del 2019.
- La leve recuperación se refleja en las Pantallas Led (**116%**) y seguida por las Vallas (**9,7%**). También se ven disminuciones en los Building Wraps (**-85,7%**), Pasarelas (**-20%**) y los Terraceros (**-10%**).
- La cantidad de marcas activas creció un **6,7%** respecto de julio (**318** marcas), un **50,7%** menos que agosto del 2019.
- La tasa de desocupación sigue alta pero con un cambio de tendencia. En agosto llegó a un **62,5%** con **1.152** elementos vacíos. Esto se traduce en un **2.3%** menos que en julio y un **27%** más que el mismo período del año anterior.
- Por categorías, las Inmobiliarias lideran con un **16,8%** de la inversión, seguida por Telecomunicaciones (**8,8%**) y Restaurant / Fast Food (**6,8%**). Entran al ranking las categorías Servicios Financieros y Productos para el Hogar, y salen Cine & Espectáculos y Educación.
- Por marcas, McDonalds lidera con **65** elementos, seguida por Clear Channel (**27**), y WOM y Our Second Chance con **25** c/u. Las marcas que más crecen son Our Second Chance (**+25**) y McDonalds (**+22**), mientras que WOM (**-7**) y ONU Mujeres (**-6**) las que más disminuyen.
- Los clientes promedio por pantalla crecen un **84,3%** llegando a **1,2** marcas, aún lejos de las **8,1** marcas promedio que se observaban en agosto de 2019.

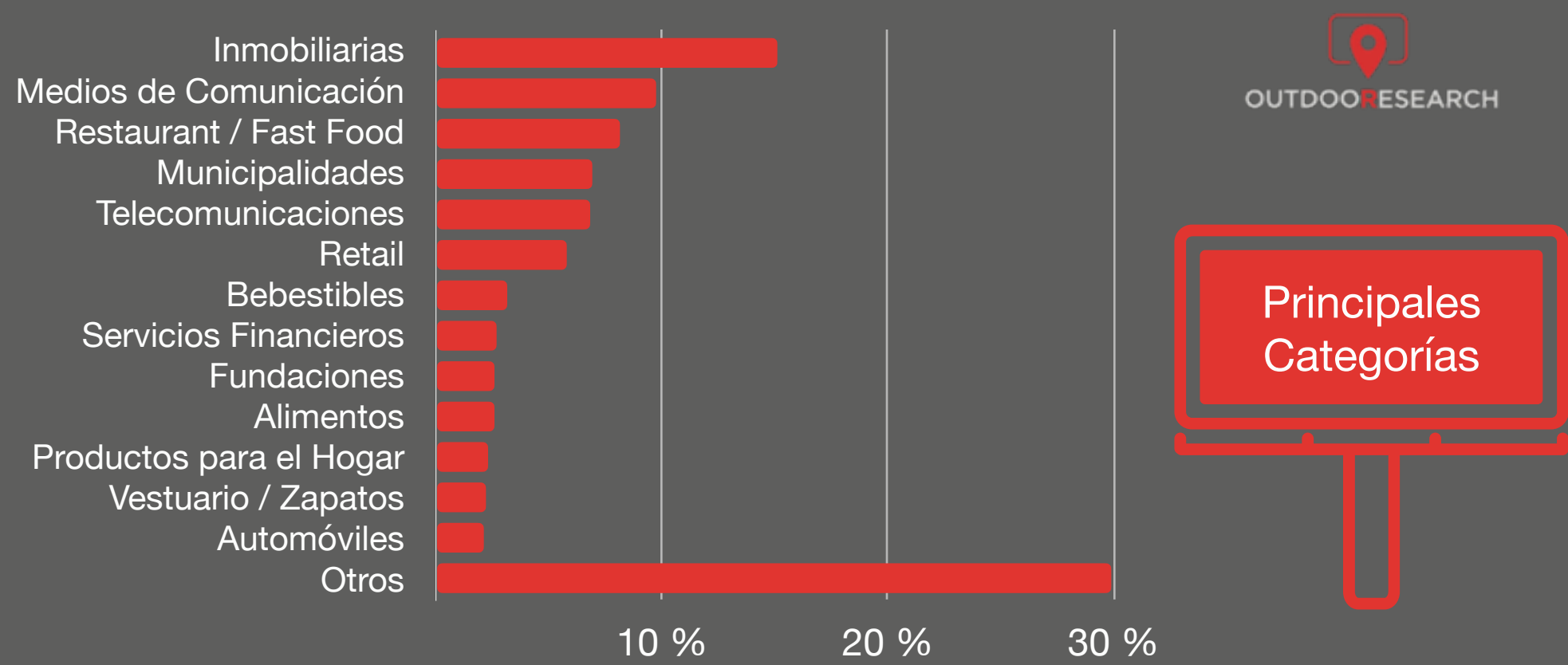


Inversión M\$ en vía pública



% Desocupación por mes





Principales Marcas

Marca	Nº de Elem.
MCDONALDS	65
CLEAR CHANNEL	27
OUR SECOND CHANCE	25
WOM	25
ENEA	22
MUNICIPALIDAD DE LAS CONDES	21
BEKRON	16
MASSIVA	16
BE CAPITALS	14
DIRECTV	14
UP ULTRAPURE OMEGA 3	14

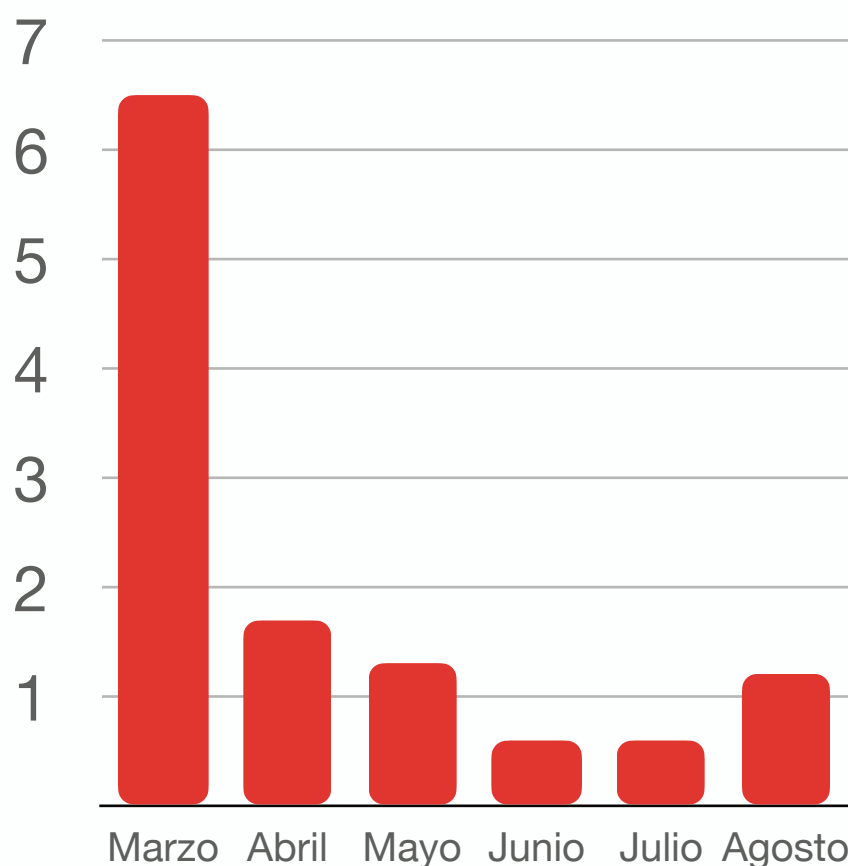
Mayores Crecimientos

Marca	Nº de Elem.
OUR SECOND CHANCE	25
MCDONALDS	22
UP ULTRAPURE OMEGA 3	14
DIRECTV	8
ENEA	7
BARTER	6
BEKRON	6
LED VÍA PÚBLICA	6
VIRUTEX	6
WADOS	6

Mayores Disminuciones

Marca	Nº de Elem.
WOM	-7
ONU MUJERES	-6
ESCUELA NAVAL	-4
SANDALS RESORT	-4
AVANZA PARK	-3
CERESITA	-3
RED METROPOLITANO DE MOVILIDAD	-3
UNIDOS	-3
URSUS TROTTER	-3
ZEUZ	-3

Cientes Promedio
por Pantalla



MÁS INFORMACIÓN

Si quieres más información de tu marca y categoría, participaciones de mercado o información de proveedores y elementos por comunas, contáctanos o pídelo a tu agencia de publicidad.

Matías Arentsen P.
matias.arentsen@gmail.com

José Miguel Lasota T.
jmlasota@hotmail.com

outdooresearch.cl


OUTDOORESEARCH

OUTDOORESEARCH realiza un estudio y levantamiento mensual del 100% de los elementos sobre 10 m2 de la ciudad de Santiago y cada 3 meses de todo Chile. Todos los derechos reservados. IQTECH ESTRATEGIA Y TECNOLOGIA LIMITADA