



Alamys

Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos

Evolución Negocio Publicitario

28° Comités Técnicos – Barcelona 2023

Fernando Reyes T. Gerente División Negocios
Metro de Santiago S.A.

Agenda

 Negocios no Tarifarios en Metro de Santiago

 Evolución del negocio publicitario

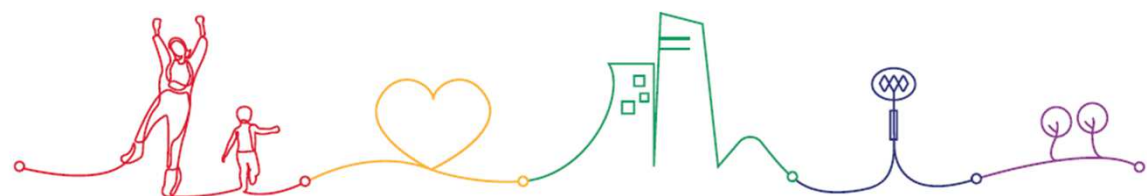
 Tendencias

 Iniciativas





Alamy | Uniendo
Destinos

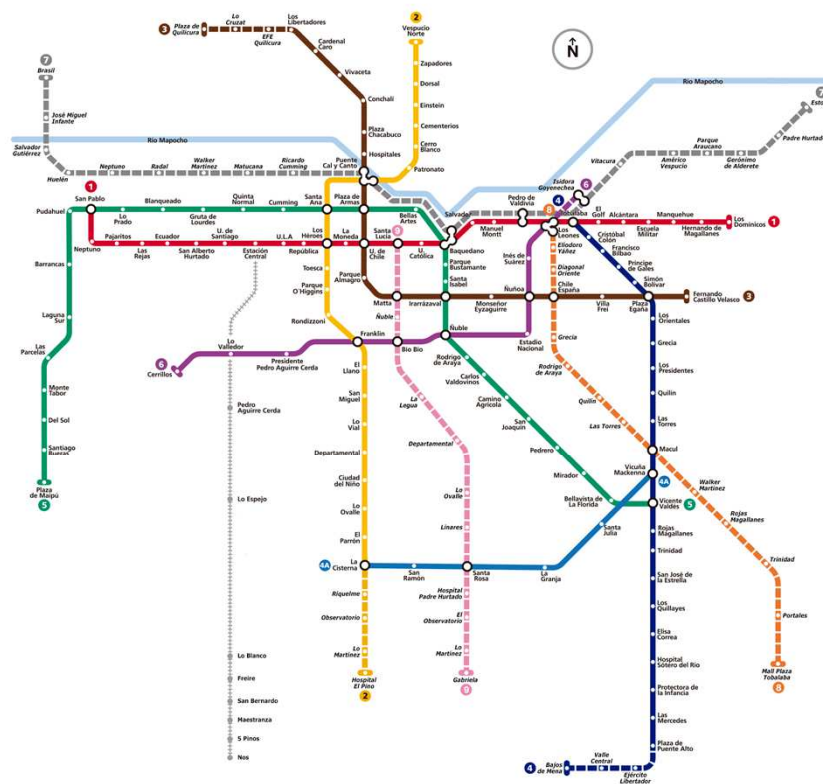


Acercar a las personas a vivir una mejor ciudad



La Ciudad y Metro

Alamyrs | Uniendo Destinos



140
KMS
RED

136
ESTACIONES

07
LÍNEAS

06
INTERMODALES



231
TRENES

**+53% VIAJES SE
REALIZAN EN L5 Y L1**

PASAJEROS (DÍA LABORAL)



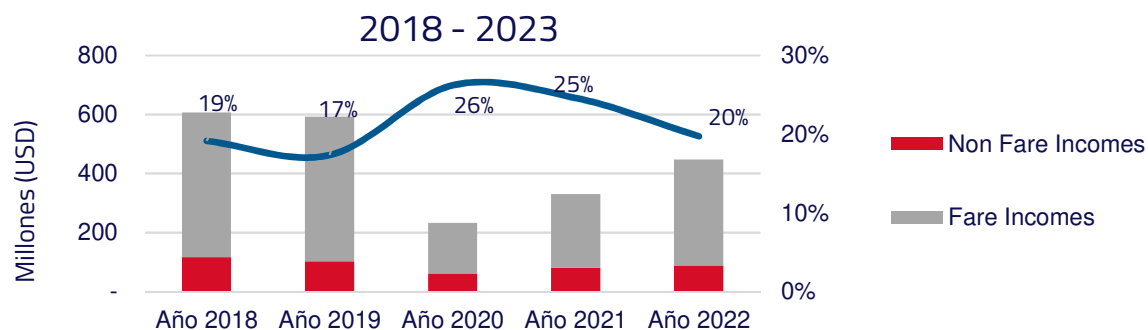
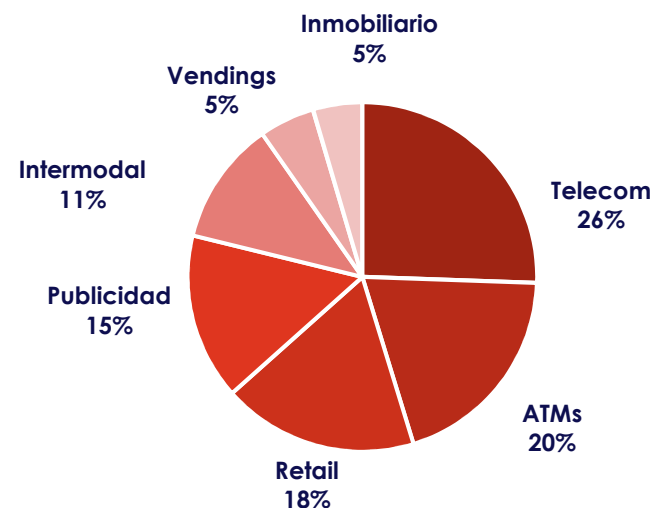
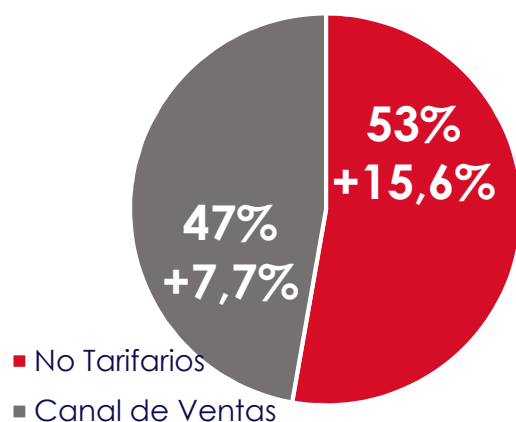
2.76 millones de pax < Jun19
2,16 millones de pax Vie 26.05.23

PROYECTOS DE EXPANSIÓN

- 7 nuevas estaciones por extensiones L3 y L2 (9 km).
- 21 nuevas estaciones de Línea 7 (24,8 kms).
- 2 nuevas líneas en etapa de diseño (Líneas 8 y 9).

Negocios No Tarifarios en Metro de Santiago

Negocios No Tarifarios 2022
~ 88 (MM USD) +11,6% c/r A/A





Evolución del Negocio Publicitario

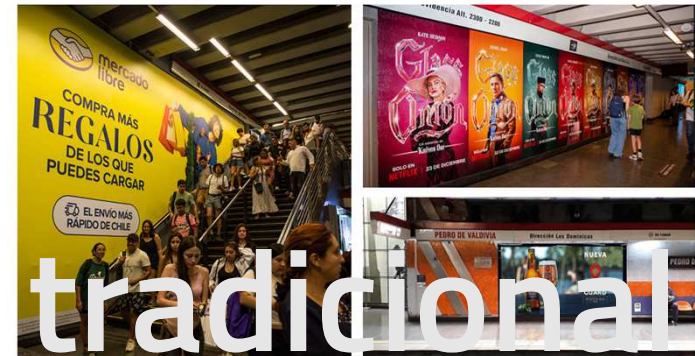
446
SOPORTES
EN ESTACIONES

80
PANELES
ACCESO

107
ESTACIONES

7
LINEAS

OOH



27
ESTACIONES
PUERTAS
DE ANDÉN

8
TRENES
BRANDEADOS

25
MUROS



11
PANTALLAS
MONUMENTALES
13 X 2
(10 ESTACIONES)

28
PANTALLAS
GRAN
DIGITAL
(20 ESTACIONES)

105
PANTALLAS
ANDÉN
(35 ESTACIONES)

23
PANTALLAS
TRIPLES
(8 ESTACIONES)



D-OOH



67
PALETA
DIGITAL
(24 ESTACIONES)

83
TOTE
DIGITAL
(34 ESTACIONES)

2
INNOVA
DIGITAL
(2 ESTACIONES)



~5%
OFERTA
DIGITAL
(36 ESTACIONES)

1
DSP

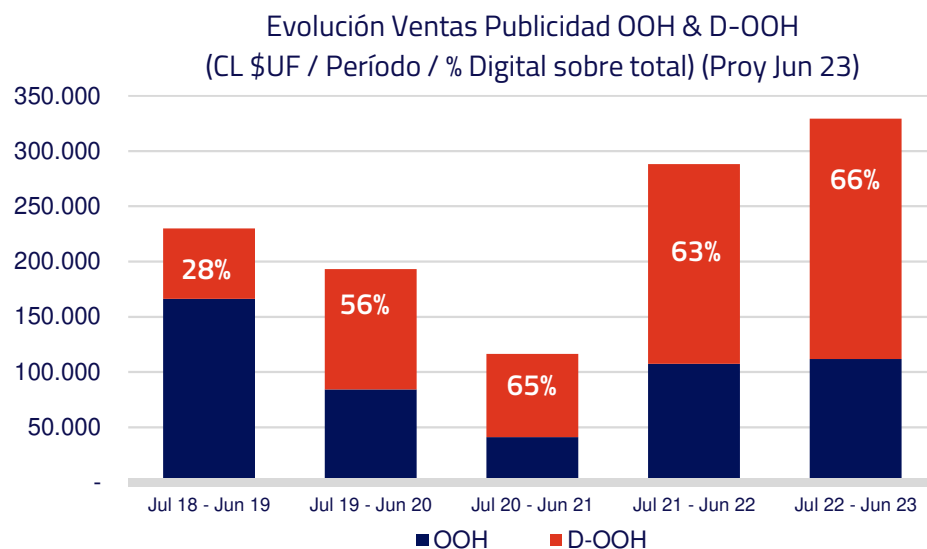
100%
COBERTURA
DIGITAL
(36 ESTACIONES)

*p*D-00H

Alamyrs | Uniendo
Destinos



Algunas métricas...



Junio 2023: Proyección tendencia 1Q23..



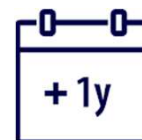
PARTICIPACIÓN MERCADO 2022:



1,5% de inversión en medios en Chile.

16% de inversión en OOH Chile.

2022 V/S 2021 (NOMINAL)



Total Medios: +9,8%

OOH: +41,6%

Metro: +58%

VARIACION POR TIPO DE SOPORTE

| | | 2019 | 2022 |
|------|-------------|------|------|
| OOH | Tradicional | 9% | 9% |
| | Especial | 43% | 25% |
| DOOH | MetroTV | 4% | 1% |
| | Pantallas | 44% | 66% |

Cientes / Rubros 2022

TOP CLIENTES

TOTAL

| | CUENTA |
|----|--------------------------------|
| 1 | A.F.P. MODELO S.A. |
| 2 | TELEFONICA MOVIL DE CHILE S.A. |
| 3 | FALABELLA RETAIL S.A. |
| 4 | DIAGEO CHILE LTDA. |
| 5 | SOUTH PACIFIC MOTOR CHILE S.A. |
| 6 | SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO |
| 7 | UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHILE |
| 8 | WOM S.A. |
| 9 | PEDIDOS YA CHILE SPA |
| 10 | BANCO FALABELLA |
| 11 | ANDES FILMS SPA |
| 12 | BANCO SANTANDER CHILE |
| 13 | WARNER BROS. (SOUTH) INC. |
| 14 | CERVECERA CCU CHILE LTDA. |
| 15 | IKSO SPA |
| 16 | SODIMAC S.A. |
| 17 | DECATHLON CHILE SPA |
| 18 | UNILEVER CHILE S.A. |
| 19 | CENCOSUD RETAIL S.A. |
| 20 | COCA COLA DE CHILE S.A. |

DIGITAL

| | CUENTA |
|----|------------------------------------|
| 1 | FALABELLA RETAIL S.A. |
| 2 | TELEFONICA MOVIL DE CHILE S.A. |
| 3 | SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO |
| 4 | PEDIDOS YA CHILE SPA |
| 5 | UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHILE |
| 6 | SODIMAC S.A. |
| 7 | CENCOSUD RETAIL S.A. |
| 8 | WARNER BROS. (SOUTH) INC. |
| 9 | DIAGEO CHILE LTDA. |
| 10 | BANCO SANTANDER CHILE |
| 11 | BANCO FALABELLA |
| 12 | SKY AIRLINE S.A. |
| 13 | UNILEVER CHILE S.A. |
| 14 | COCA COLA DE CHILE S.A. |
| 15 | ANDES FILMS SPA |
| 16 | SONY MUSIC ENTERTAINMENT CHILE S |
| 17 | DECATHLON CHILE SPA |
| 18 | CERVECERIA CHILE S.A. |
| 19 | INVERSIONES S S L TRES LIMITADA |
| 20 | POLLA CHILENA DE BENEFICENCIA S.A. |

TOP RUBROS

TOTAL

| | RUBRO |
|----|-------------------------------------|
| 1 | Financiero y Seguros |
| 2 | Bebidas Licores Cervezas |
| 3 | Grandes tiendas y Supermercados |
| 4 | Telefonia |
| 5 | Educacion |
| 6 | Internet |
| 7 | Alimentacion |
| 8 | Higiene Personal y Belleza |
| 9 | Electro y Tecnologia |
| 10 | Cine |
| 11 | Automotriz |
| 12 | Vestuario y Calzado |
| 13 | Otros Servicios y Productos |
| 14 | Entretencion y Eventos |
| 15 | Gobierno y Campanas Publicas |
| 16 | Medios |
| 17 | Higiene Domestica |
| 18 | Deporte |
| 19 | Transporte |
| 20 | Restaurantes Cafeterias y Fast Food |

DIGITAL

| | RUBRO |
|----|-------------------------------------|
| 1 | Grandes tiendas y Supermercados |
| 2 | Financiero y Seguros |
| 3 | Bebidas Licores Cervezas |
| 4 | Alimentacion |
| 5 | Telefonia |
| 6 | Internet |
| 7 | Educacion |
| 8 | Electro y Tecnologia |
| 9 | Cine |
| 10 | Entretencion y Eventos |
| 11 | Otros Servicios y Productos |
| 12 | Medios |
| 13 | Gobierno y Campanas Publicas |
| 14 | Higiene Personal y Belleza |
| 15 | Higiene Domestica |
| 16 | Vestuario y Calzado |
| 17 | Transporte |
| 18 | Restaurantes Cafeterias y Fast Food |
| 19 | Productora |
| 20 | Deporte |

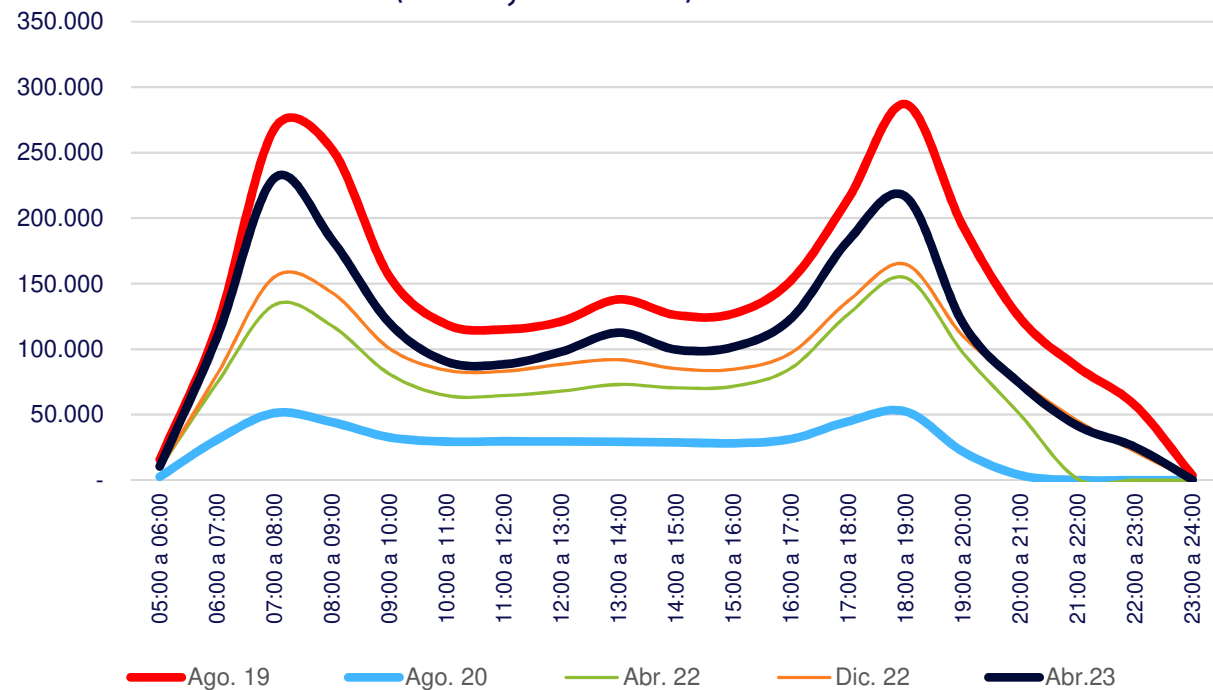
Evolución de Afluencias

Hoy Día Laboral:

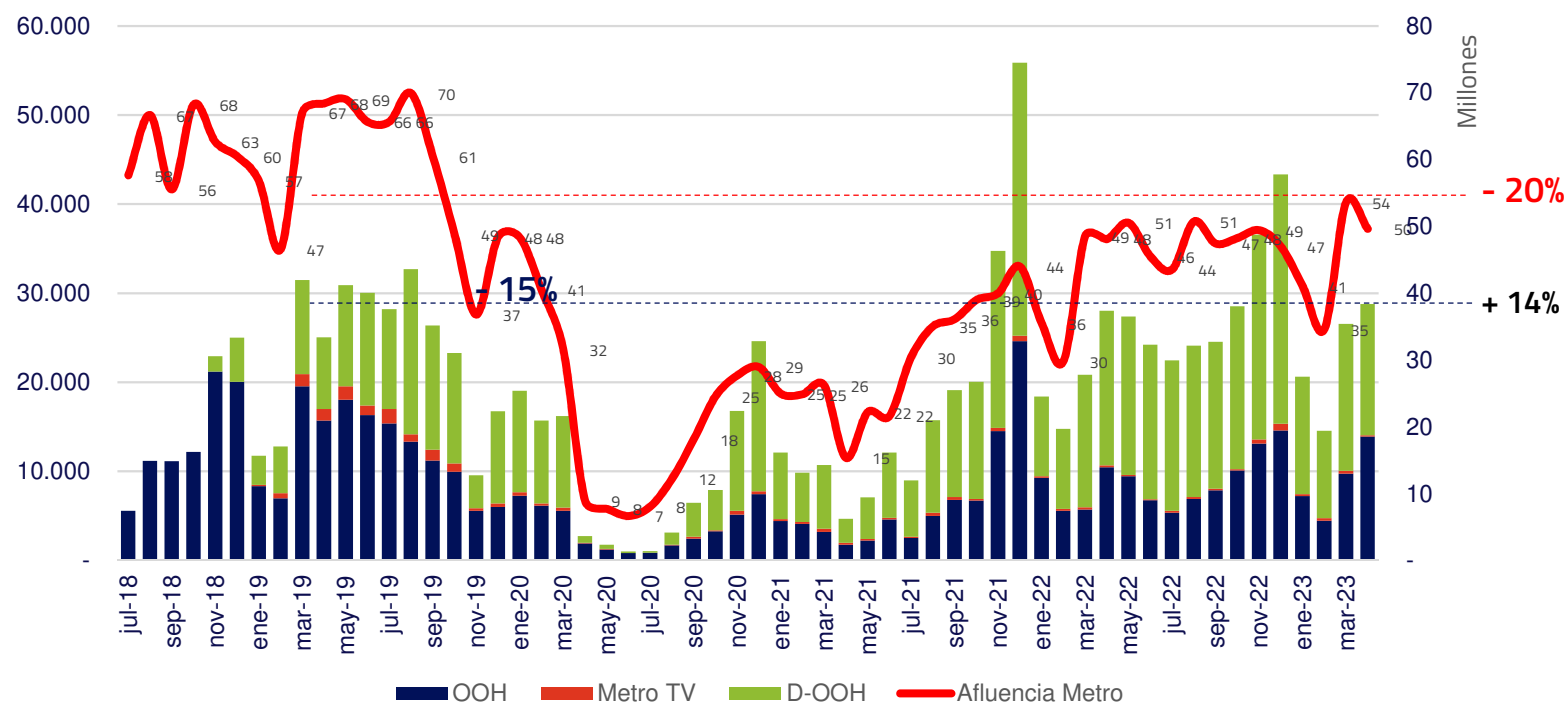
-19% en relación al
escenario Pre-Covid.

- Punta AM: -14%
- Punta PM: -20%
- Valle: -17%

Evolución horaria de Afluencia, Día Laboral Promedio
(# Pasajeros / Mes)



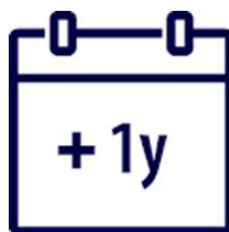
Afluencias v/s Ventas Publicidad (\$CL UF/Mes v/s MM Pax Mes)



- Afl: Abril 23: -20% c/r Abril 19
- Vtas Publicidad: Abr 23: +14% c/r Abril 19
-10% c/r Ago 19



Proyecciones 2023



- Ingresos METRO: +25% c/r año 2022 → MM USD 9,1
- Ventas de Publicidad: +14% c/r año 2022 → MM USD 16

Recuperación de afluencias de no más de -15% c/r a Ago 2019.



- Juegos panamericanos 2023.
- Mejoras en participación outdoor.
- Contracción económica → Más ofertas.
- Programmatic será más que un piloto en D-OOH.





Tendencias

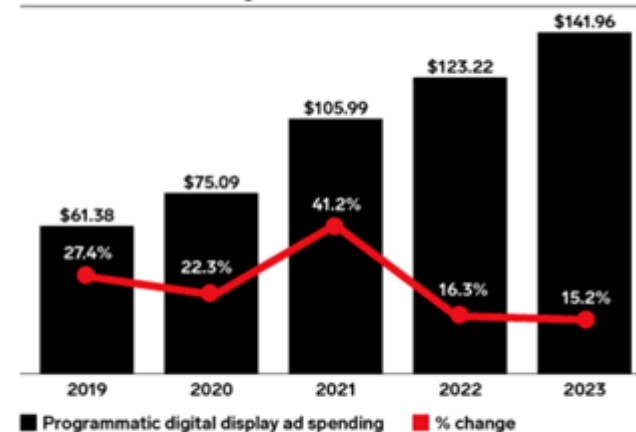


1. Programmatic



- No Cookies Policy (o restricción)
- D-OOH → On Line

US Programmatic Digital Display Ad Spending, 2019-2023
billions and % change



Note: digital display ads transacted or fulfilled via automation, including everything from publisher-erected APIs to more standardized RTB technology; includes native ads and ads on social networks like Facebook and Twitter; includes advertising that appears on desktop/laptop computers, mobile phones, tablets, and other internet-connected devices
Source: eMarketer, Nov 2021

271226

eMarketer | InsiderIntelligence.com

¿Por qué D-OOH en el “transit”?

Peaje & medio de acceso

- Métricas de uso:
 - Cantidades.
 - Horarios
 - Dónde
- Caracterización de los pasajeros:
 - Frecuencia
 - Segmentos
 - Comportamiento



Ubicación y formato de los elementos

- Ubicación frente al validador.
- Formato de gran visualización.
- Operación híbrida:
 - Algunos slots con programmatic
- Algunas ubicaciones requieren estudios de caracterización de pasajeros.



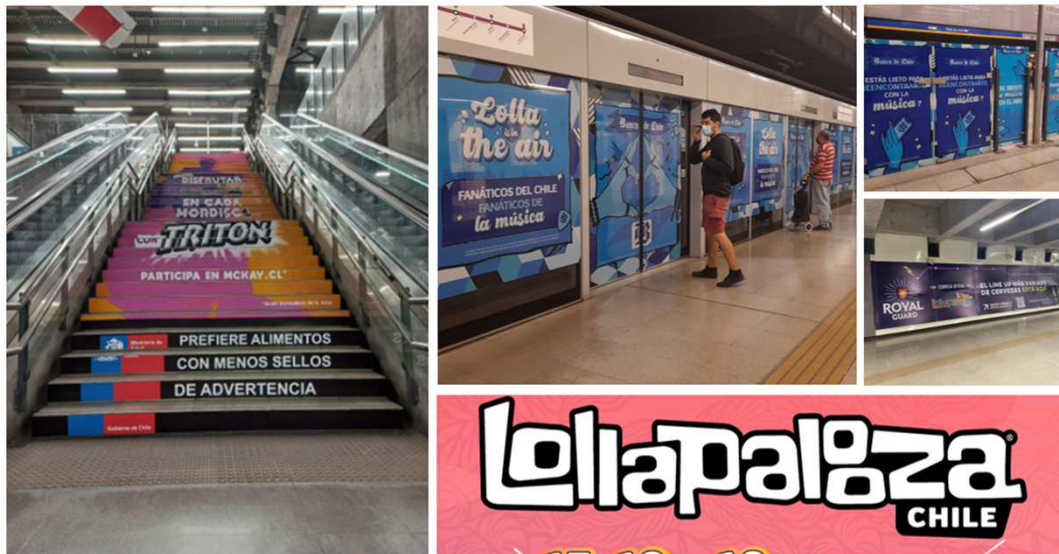
1. ¿Cómo funciona Programmatic?

Nuestro Actual
Ecosistema Programático

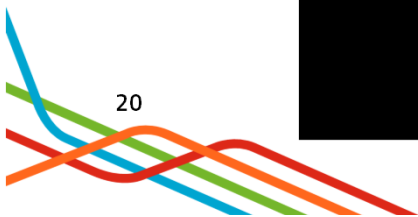
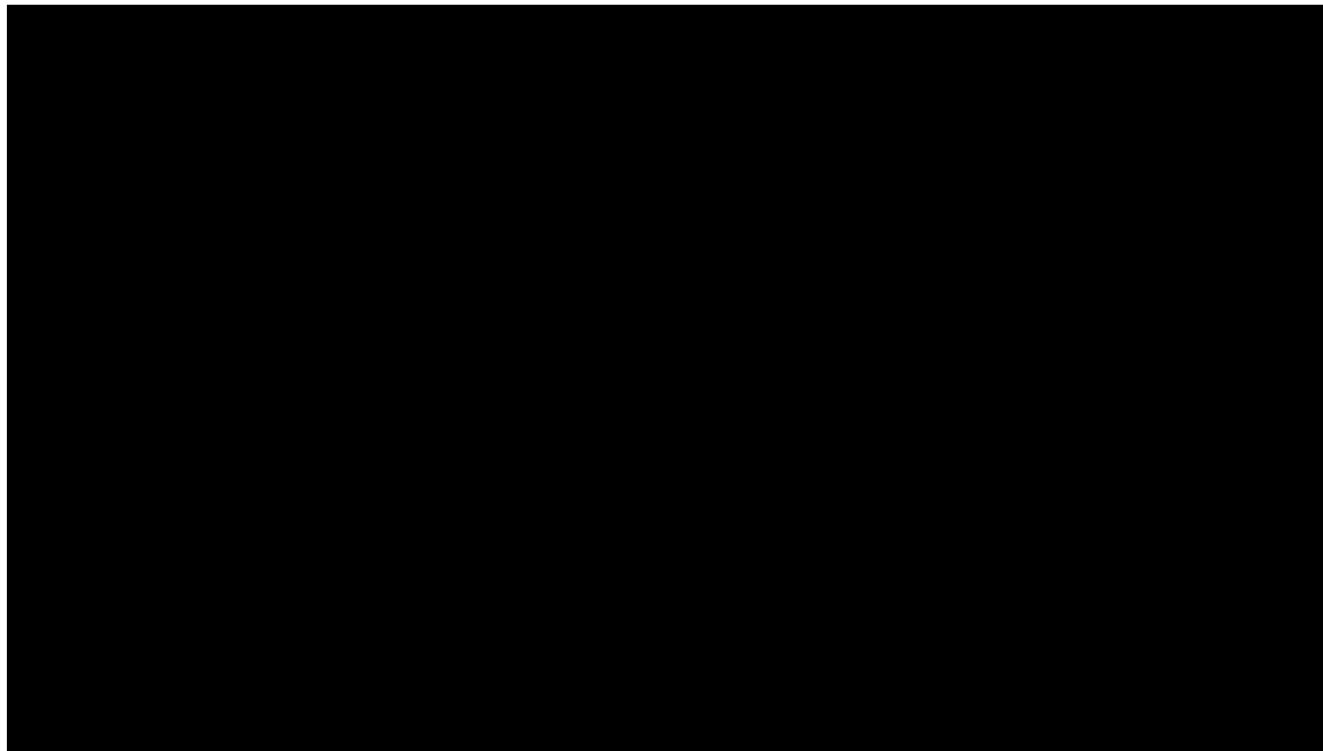


2. Relevantes en la ciudad

Alamy | Uniendo Destinos

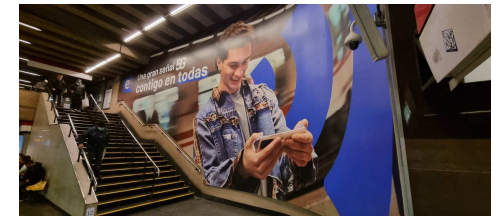
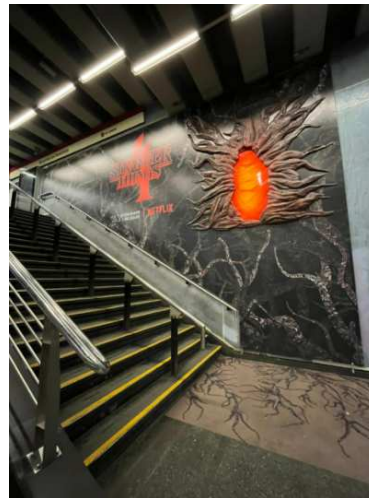


3. Relevantes en el consumo (Día de la Madre, Black Friday)

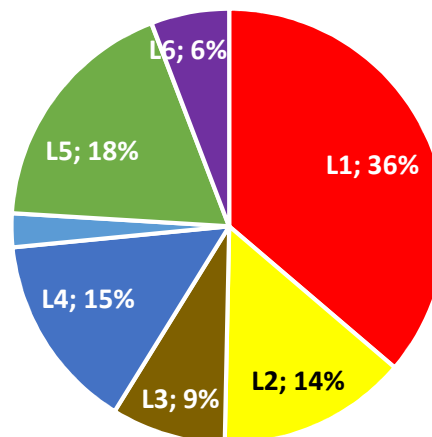
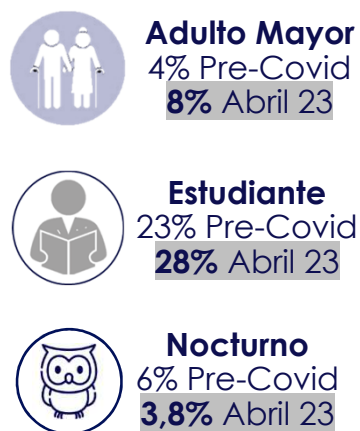


4. Oportunidades en lanzamientos (Streaming, Cine, Fintech, 5G)

● Campaña Merlina / Interior trenes / Nov 22



6. Nuevos comportamientos (Horarios, geográfico, segmentos)



| Top 15 Estaciones DL Prom | Ingresos Salidas |
|---------------------------|------------------|
| Estacion Central | 120K |
| Manquehue | 120K |
| La Cisterna | 80K |
| Pedro de Valdivia | 80K |
| Tobalaba | 80K |
| Plaza de Maipú | 70K |
| Universidad de Chile | 70K |
| Plaza de Puente Alto | 70K |
| Escuela Militar | 70K |
| Las Rejas | 70K |
| La Moneda | 70K |
| Los Dominicos | 70K |
| Los Libertadores | 70K |
| Plaza de Armas | 60K |
| Santa Lucia | 60K |

Semana Sab/Dom
85%/15%

(*) No considera combinaciones



Iniciativas

Eventos

SECCIONES

CNN CHILE

EN VIVO

PAÍS

METRO DE SANTIAGO

11.05.2023 / 11:17

Maratón de Santiago 2023: Metro adelantará su horario de apertura en las líneas 1 y 2 este domingo

Como parte de las medidas para facilitar la llegada y salida de las y los deportistas, ambas rutas estarán abiertas desde antes que un domingo habitual.



DESTACAMOS



Minutos Constituyentes, capítulo 8: El ABC del Consejo Constitucional

Conoce lo mejor del aniversario de MANPOWER GROUP 60 AÑOS



DTP Metropolitano

Quiénes Somos


STPM

Tarjeta bip!

Programas de Operación

Estás aquí: Inicio / Quiénes Somos / Noticias / Autoridades llaman a usar el transporte público para el festival Lollapalooza

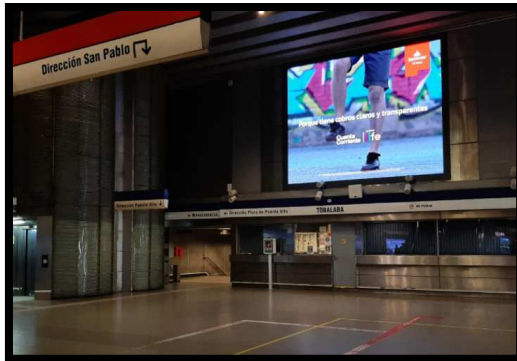
Autoridades llaman a usar el transporte público para el festival Lollapalooza 2023



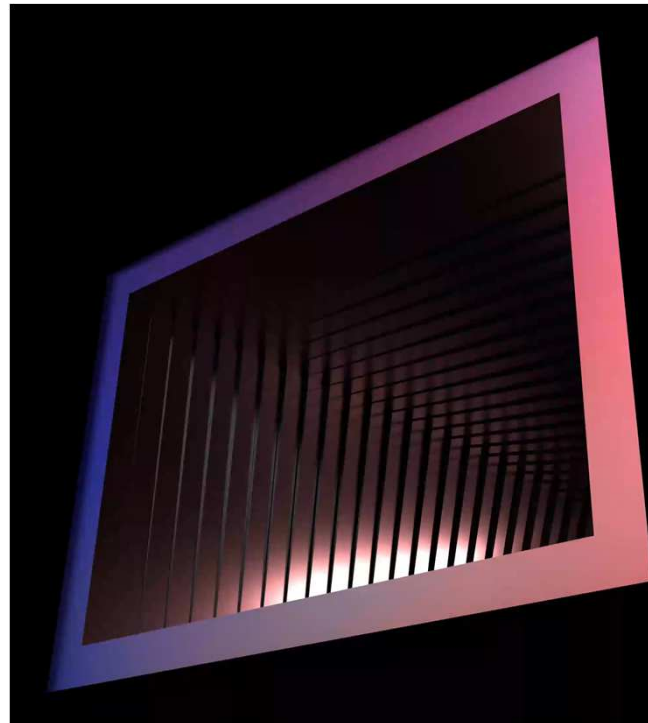
- El Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, junto con Metro y DTPM, reforzaron la oferta para el evento que comienza este viernes en el Parque Cerrillos.
- Seis estaciones de la Línea 6 extenderán su funcionamiento hasta la 01:00, mientras los buses dispondrán de 35 salidas adicionales con dirección a puntos importantes de la ciudad, como Plaza Italia, Los Héroes, Maipú y Puente Alto.

Santiago, 15 de marzo de 2023. Este viernes comienza en Cerrillos una nueva versión de Lollapalooza, uno de los

Innovación digital



https://youtu.be/92elgS_LupE



Publicidad de calidad, tiene alta tracción en RRSS

LATERCERA

TENDENCIAS Ciudad Anime ...

¿Qué representan estos personajes de animé en el Metro de Santiago?

Un nuevo aviso publicitario se tomó los trenes de la Línea 1 de la capital, para así promocionar series de animación japonesa en el streaming. A pesar de que la mayoría de los cibernautas han manifestado su aprobación en redes sociales, también hay otros que acusan que estas caricaturas podrían incentivar a la violencia. Pero, ¿en qué se diferencian estos personajes de otros que figuran en películas de acción o de terror? Esto dijo un grupo de seguidores acérrimos.

Alexis Paiva Mack 7 DIC 2022 08:10 AM Tiempo de lectura: 6 minutos



¿Qué representan estos personajes de anime en el Metro de Santiago? Fotos: Twitter.

ANIME IMPULSE



#crunchyroll

#motorolaedge30neo
#temporadadetreneres
#trenbrandeado

Relación entre medios publicitarios y oferta retail



Relación entre medios publicitarios y oferta retail

