

*Participaciones
de Mercado*

MINI
BOOK
Beureka
Abril 2013

MINI BOOK eureka

Eureka Discovery Tools, consultora dedicada al manejo estratégico de la información.

Apoyamos a las empresas en su constante necesidad de comunicar e informar, preocupándonos tanto del **contenido** como de la forma.

Buscar, analizar, editar y diseñar
4 etapas fundamentales de nuestro trabajo.

Número 31

Participaciones
de Mercado IV

Abril 2013

Temario

Participaciones de
Mercado

Previsión

Tecnología

Turismo

Medios

Para mayor información
visite nuestro sitio web
www.eurekadt.com

Claudia Lazo E.
Directora Ejecutiva
claudialazo@eurekadt.com

Beatriz Bonet V.
Editora General
beatrizbonet@eurekadt.com

MINI
BOOK **eureka**
DISCOVERY TOOLS

Participaciones de Mercado

US\$ 76.000 millones movió la industria del comercio en el país durante el año 2011.

63% de las ventas en Chile se concentran en el comercio formal de alimentos, principalmente supermercados.

| Fuentes: CNC, El Pulso |

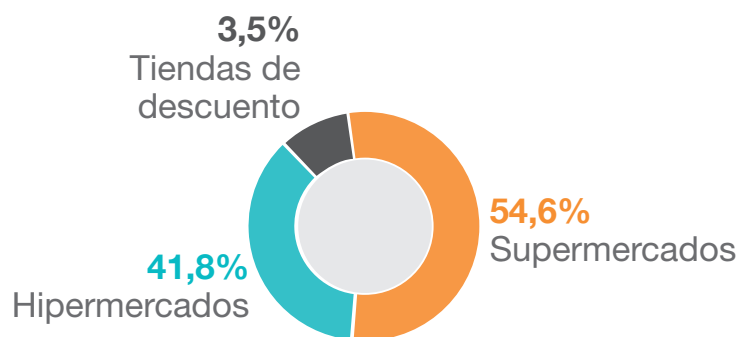
Supermercados

Según empresa (US\$ 13.662,8 millones)

	%
Walmart Chile	33
Cencosud	25
SMU	22
Tottus	6
Otros	14

| Fuente: Feller Rate, 2011 |

Ventas según categoría



Participación de mercado según categoría

Supermercados

	%
SMU	35,5
Cencosud	23,6
Walmart	10,5
Otros	30,4

Hipermercados

	%
Walmart	57,1
Cencosud	32,4
Falabella	8,7
Otros	1,8

Tiendas de descuento

	%
Walmart	92,9
Otros	7,1

| Fuentes: Euromonitor, El Pulso, 2011 |

Supermercados

Según región

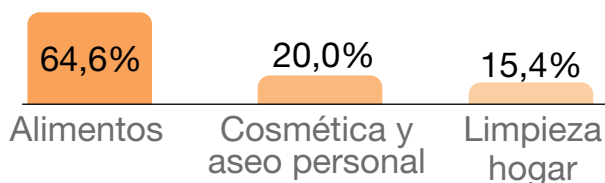
	Nº
Arica y Parinacota	5
Tarapacá	11
Antofagasta	34
Atacama	22
Coquimbo	38
Valparaíso	141
Metropolitana	541
O'Higgins	76
Maule	59
Biobío	139
La Araucanía	65
Los Ríos	28
Los Lagos	57
Aysén	3
Magallanes	14

Al concluir el año 2011, la industria de supermercados tenía un total de **1.233 locales** en todo el país.

| Fuentes: INE, El Pulso, 2011 |

Boleta promedio anual

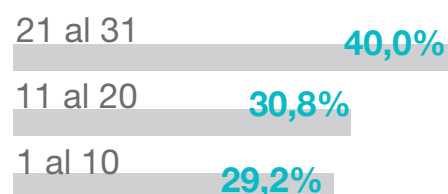
Total canasta | \$ 569.738



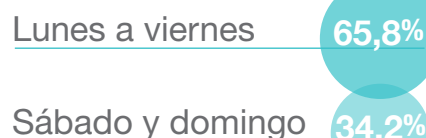
| Fuentes: Kantar W., La Tercera, jul. 2011 - jun. 2012 |

Concentración de la compra

Según días del mes



Según día de semana



| Fuentes: Kantar W., La Tercera, 2012 |

Penetración de supermercados Según país

	m2/mil hab.
EE.UU.	472
Alemania	275
Francia	266
España	198
Reino Unido	143
Chile	105
Argentina	73
México	68
Colombia	48
Perú	38

| Fuente: El Pulso, 2012 |

Participaciones de Mercado

MINI
BOOK
eureka

Grandes tiendas



Falabella



Paris



Ripley



Hites



La Polar

No incluye información de otros participantes como Johnson's, Corona y Tricot.

| Fuente: Feller Rate, 2011 |

Mercado Mayorista (US\$ 3.000 millones)

	%
SMU Mayorista	35
Rabié	21
Fruna	14
Adelco	10
Otros	20

Cigarrillos Según volumen

33,7%	23,5%	12,8%	30,0%
Pall Mall	Belmont	Lucky Strike	Otros

El sector vendió **US\$ 2.511** millones en 2011, un 18,6% más que el año anterior.

Tres marcas conforman el **70%** de cigarrillos vendidos en el país.

| Fuentes: Cadem Smart, El Mercurio, 2012 |

| Fuentes: Euromonitor, El Mercurio |

Casinos (US\$ 594,8 millones)

	%
Monticello	27,6
Rinconada	13,0
Marina del Sol	12,2
Enjoy Antofagasta	9,7
Dreams Temuco	7,1
Dreams Punta Arenas	5,1
Sol Calama	4,6
Antay	4,0
Dreams Valdivia	3,6
Gran Casino de Talca	3,5
Sol Osorno	2,6
Colchagua	2,0
Juegos del Pacífico	1,9
Gran Los Angeles	1,4
Dreams Coyhaique	0,9
Enjoy Chiloé	0,5
Termas de Chillán	0,1

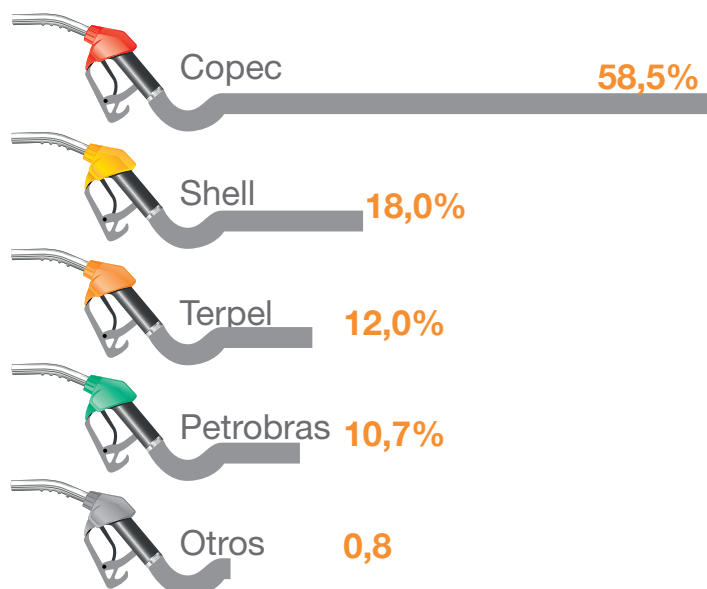
15,5% crecieron los ingresos brutos de los casinos, respecto al año 2011.

Distribución de los ingresos Según tipo de juego

	%
Máquinas de azar	79,7
Cartas	13,0
Ruletas	6,6
Dados	0,4
Bingo	0,2

| Fuente: SCJ, 2012 |

Mercado de las bencineras Venta de combustible a público



| Fuente: La Tercera, 2011 |

Agua embotellada En volumen de ventas

49,0%	Cachantún (CCU)
16,8%	Vital (Coca Cola)
9,3%	Next (Soprole)
24,9%	Otros

Tipos de agua más consumidas

	%
Con gas	52,7
Con vitaminas, minerales	27,5
Sin gas	19,2
Otros	0,4

| Fuentes: Euromonitor, La Tercera, 2012 |

Participaciones de Mercado

Ventas de música

En millones de unidades

2,80	0,11	0,06	0,07	3,04
CD	Single	Video	Otros	Total

Según valor

	MM\$
CD	4,50
Ventas digitales	2,60
Single	0,89
Cassette	0,45
Video	0,24
Otros	0,45
Total	9,13

En 2012, las ventas en unidades tuvieron un incremento de 21,6%, respecto al año anterior. Respecto a los ingresos monetarios, el alza se tradujo en 48,2%.

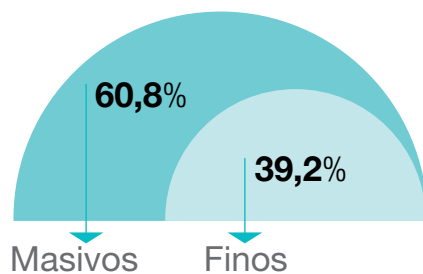
| Fuente: IFPI Chile, 2012 |



Vino

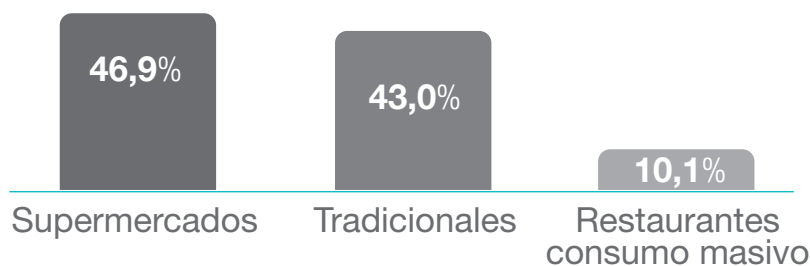
En 2011, las ventas de vino chileno en el mercado nacional ascendieron a **US\$ 510,5 millones**.

Según categoría



Según canal

Volumen total



| Fuente: Vinos de Chile |

Cines

Según recaudación (US\$ 94,7 millones)

Cinemark	38,1 %
Hoyts	30,6 %
Cinemundo	16,5 %
Movieland	9,0 %
Otros	5,6 %

Según número de espectadores (17.126.900)

Cinemark	36,9 %
Hoyts	31,9 %
Cinemundo	16,4 %
Movieland	8,6 %
Otros	6,0 %

Fuentes: CADIC, La Tercera, 2011.

Venta total vehículos livianos (338.826 unidades)

Modelos más vendidos

Marca	Modelo	%
Chevrolet	Sail	4,3
Hyundai	Accent	2,8
Kia	Rio	2,6
Chevrolet	Spark	2,4
Toyota	Yaris	1,9
Nissan	Tiida	1,9
Chevrolet	Spark GT	1,8
Kia	Morning	1,7
Renault	Samsung SM3	1,6
Hyundai	i10	1,5

Fuentes: ANAC, La Segunda, 2012 |

Motos (53.140 unidades) Según categoría

<u>54%</u> Motos de calle	<u>19%</u> Multipropósito
<u>17%</u> Scooters	<u>10%</u> Otros

Modelos usados más vendidos

<u>2.645 unid.</u> Yamaha FZ16	<u>1.355 unid.</u> Honda Invicta
-----------------------------------	-------------------------------------

Fuentes: ANIM, La Tercera, 2012 |

Participaciones de Mercado

MINI
BOOK
eureka

Banca

Colocaciones (\$ 93.355.417 millones) Según banco

	%
Chile	19,9
Santander	19,8
Estado	13,6
BCI	12,1
Corpbanca	8,2
BBVA	6,7
Scotiabank	5,2
Itaú	4,1
Security	3,0
Bice	2,9
Falabella	1,1
Internacional	0,7
Otros	1,7

2.941.210 cuentas corrientes

86,4%

Personas
naturales

13,5%

Personas
jurídicas

7.354 cuentas corrientes
con pago de intereses.

| Fuente: SBIF, junio 2012 |

E-banking Datos mensuales

4.431.362

clientes conectados

204.872.532 operaciones electrónicas

53,5%

Solicitudes de información

37,2%

Consulta de saldos

9,1%

Transferencias entre cuentas

| Fuente: SBIF, dic. 2012 |

Banca



199.766.567 cheques fueron presentados durante el año.

Uso de tarjetas de débito

13.205.569

N° tarjetas

246.751.427

N° transacciones

\$ 4.762.945 millones

Monto transado

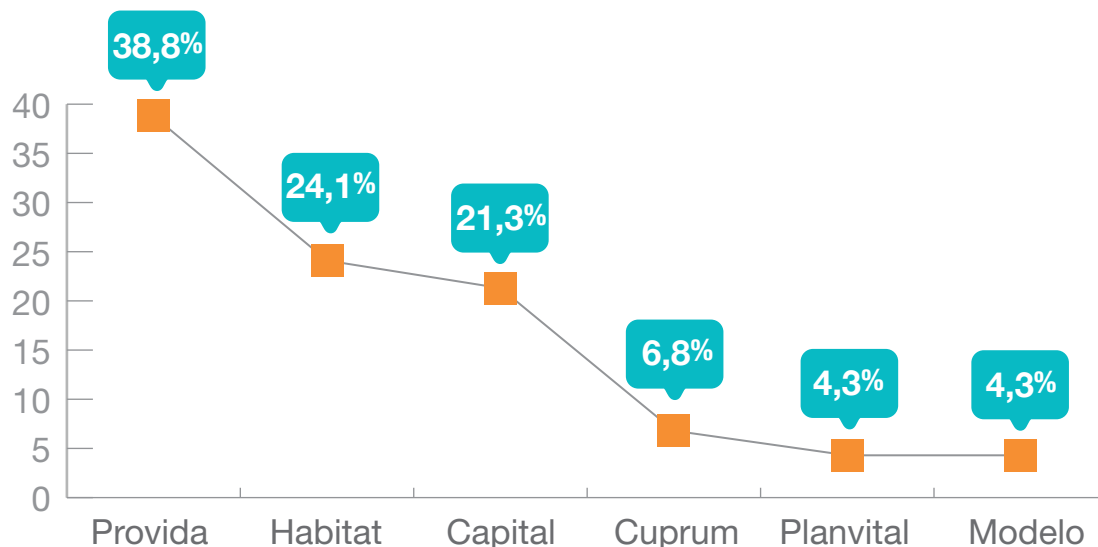
| Fuente: SBIF, 2011 |

Tarjetas de crédito vigentes (6.374.788)

Visa	50,6%
Mastercard	43,4%
American Express	4,0%
Unimarc	1,5%
Diners	0,2%

| Fuente: SBIF, oct. - dic. 2012 |

Afiliados AFP (8.957.495)



| Fuente: SAFF, 2011 |

Multifondos de Pensiones

Rentabilidad según tipo de fondo y AFP (año 2002 a 2012)

Fondo A		Fondo B		Fondo C	
	%		%		%
Habitat	6,6	Cuprum	5,7	Habitat	5,4
Provida	6,5	Habitat	5,7	Cuprum	5,3
Capital	6,5	Capital	5,7	Planvital	5,1
Cuprum	6,5	Planvital	5,6	Capital	4,8
Planvital	6,1	Provida	5,3	Provida	4,7

Fondo D		Fondo E	
	%		%
Habitat	4,9	Habitat	4,1
Cuprum	4,8	Capital	4,1
Capital	4,6	Cuprum	3,9
Provida	4,3	Provida	3,4
Planvital	4,3	Planvital	3,1

Los multifondos cumplieron 10 años y rentaron **5,3%** promedio real anual. El fondo A lideró el crecimiento.

| Fuentes: SAFF, El Mercurio |

Ahorro Previsional Voluntario APV (\$ 3.229.163 millones)

58,5%

AFP

17,3%

Seguros
de Vida

15,9%

Fondos
Mutuos

8,2%

Corredores
de Bolsa

0,1%

Fondo para
la vivienda

Las AFP han ido reduciendo su importancia en este tipo de ahorro desde 2002, cuando representaban el 100% del mercado, a sólo el **58,5%** actual, tras el ingreso de nuevos actores a este mercado.

| Fuentes: SVS, SBIF, Superintendencia de Pensiones, La Tercera, 2011 |

Seguro Obligatorio de Accidentes Personales

SOAP (3.565.728)



BCI: 32,2%

Penta Security: 21,4%

Aseguradora Magallanes: 18,3%

Mapfre: 6,6%

Consortio Nacional: 6,4%

RSA: 5,5%

Chilena Consolidada: 4,0%

Renta Nacional: 2,4%

Liberty: 1,3%

Zenit: 1,3%

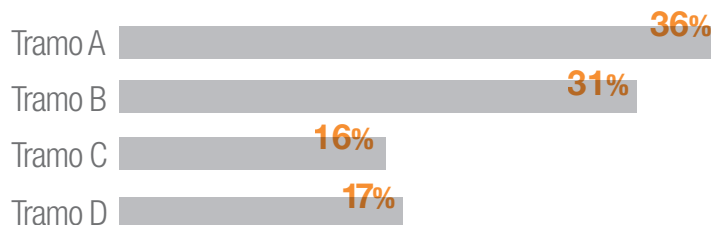
Fuente: SVS, 2011



23456 7890

Cotizantes FONASA (12.700.000)

Según tramo



| Fuente: La Tercera, 2011 |

ISAPRES

Cotizantes vigentes (1.488.589)

Según institución

	%
Consalud	21,4
Banmédica	21,0
Cruz Blanca	19,4
Colmena Golden Cross	16,1
Masvida	13,2
Vida Tres	4,7
Ferrosalud	0,7
Otras	3,0

2.878.204

Beneficiarios vigentes

| Fuente: Superintendencia de Salud, 2011 |



Seguros de vida (US\$ 6.063 millones)



Seguros generales (US\$ 3.608 millones)

	%
Incendio y terremoto	34
Vehículos motorizados	24
Transporte*	4
SOAP	3
Casco	1
Otros	34

* Terrestre, aéreo, marítimo

| Fuente: SVS, 2011 |

Cajas de Compensación (5.835.391 total afiliados)

Trabajadores (4.436.230)

Según caja

55,8%	20,7%	10,2%	9,6%	3,5%
Los Andes	La Araucana	Los Héroes	18 de Septiembre	Gabriela Mistral

Pensionados (1.399.161)

Según caja

41,6%	26,6%	18,3%	9,0%	4,2%
Los Héroes	Los Andes	La Araucana	18 de Septiembre	Gabriela Mistral

| Fuente: SUSESO, 2012 |

Telefonía fija (3.366.325 líneas en servicio) Según empresa

	%
Telefónica	55,0
VTR	19,5
Entelphone	5,8
Telsur	4,7
Claro	3,9
Telmex	2,8
Telesat	2,6
Manquehue	2,5
Otros	2,8

19,4% Penetración por cada 100 habitantes.

65,4% Penetración en hogares.

Telefonía móvil (22.399.969 abonados) Según empresa



Abonados según tipo de plan

69,9%
Prepago

29,1%
Contrato

| Fuente: SUBTEL, 2011 |

Mercados con mayor crecimiento de sistema iOS y Android Variación julio 2011 a julio 2012

	%
China	401
Chile	279
Brasil	220
Argentina	217
Irán	196
Vietnam	193
México	193
Rusia	189
Turquía	185
India	171

Las importaciones de celulares alcanzaron un valor de **US\$ 1.171,8 millones** en 2011.

| Fuentes: Aduanas, SUBTEL, Flurry Analytics, La Tercera |

Televisión pagada (2.067.368 suscriptores)

Según empresa

	%
VTR	44,1
Claro	19,7
Telefónica	18,7
DIRECTV	11,6
Otros	6,0

Clientes según tipo de acceso



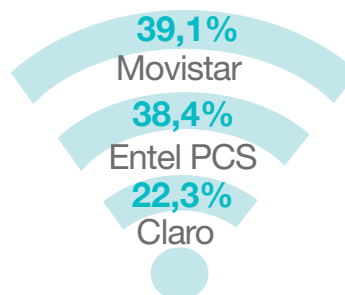
Penetración en hogares **40,1%**

Conexiones de internet fija (2.025.066)

Según empresa

	%
Movistar	41,8
VTR	37,6
Grupo Claro	9,5
Grupo GTD	7,7
Grupo Entel	1,0
Otros	2,1

Conexiones de internet móvil 3G (3.103.815)



| Fuente: SUBTEL, 2011 |

Redes Sociales

Total visitantes únicos

6.665.000
Facebook



49,7% | **50,3%**
Hombres | Mujeres

1.151.000
Twitter



49,6% | **50,4%**
Hombres | Mujeres

5.272.000
YouTube



52,0% | **48,0%**
Hombres | Mujeres

| Fuentes: ComScore, Mindshare, feb. 2012 |

Turismo receptivo (3.474.519 personas)

Procedencia turistas extranjeros



Principales destinos visitados por turistas de vacaciones

	%
Santiago y alrededores	42,4
Valparaíso / Viña del Mar	38,2
Puerto Montt / Puerto Varas	18,2
Arica	14,0
Osorno y alrededores	12,0
Pucón / Villarrica	8,8
Valdivia	7,8
San Pedro de Atacama	6,4
Otros sectores Valparaíso	6,2
Isla de Chiloé	5,3

Principales destinos visitados por turistas de negocios

	%
Santiago y alrededores	59,9
Arica	28,1
Valparaíso / Viña del Mar	6,8
Puerto Montt / Puerto Varas	3,9
Concepción	3,5
Osorno y alrededores	2,9
Antofagasta / Calama	2,1
Valdivia	2,0
La Serena / Coquimbo	1,5
Iquique	1,5

Motivo permanencia turistas extranjeros

46,2%
Vacaciones

27,0%
Visita a familiares y amigos

22,5%
Negocios

4,3%
Otros

| Fuente: SERNATUR, 2012 |

En 2012 fueron transportados **15.233.980** pasajeros en vuelos nacionales e internacionales, lo que comparado con el año anterior representa un crecimiento de **17,3%**.

Tráfico aéreo internacional
(6.899.139 pasajeros)

Según empresa

	%
LAN Airlines	54,1
TAM Líneas Aéreas	4,9
Copa Airlines	4,3
Sky Airlines	3,6
American Airlines	3,6
LAN Perú	3,1
Air France	3,0
Iberia	2,7
Air Canada	2,1
LAN Argentina	2,0
Avianca	2,0
Otros	13,7

Pasajeros salidos desde Chile
Principales destinos

	%
Argentina	24,0
Brasil	17,4
Perú	13,0
EE.UU.	10,6
España	4,9
Panamá	4,4
Uruguay	3,7
México	3,5
Colombia	3,4
Francia	3,0

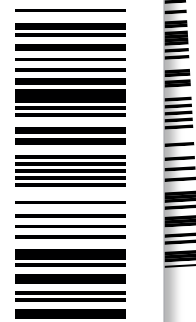
Tráfico aéreo nacional / (8.334.841 pasajeros)

Según empresa

LAN Express: **47,3%** | LAN Airlines: **28,7%** | Sky Airlines: **19,8%**

PAL Airlines: **3,2%** | Aerovías D.A.P.: **0,4%** | Aerolíneas DAMOJH: **0,2%**

PLUNA: **0,1%**



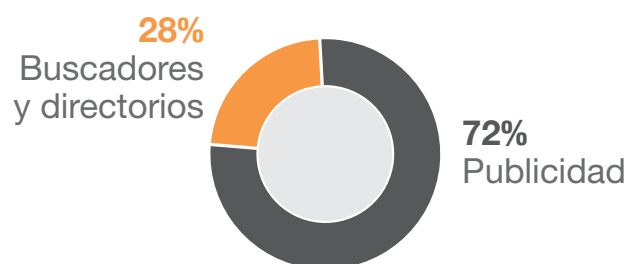
| Fuente: JAC, 2012 |

Inversión publicitaria (US\$ 1.364 millones)

Participación según medio

	%
Televisión	44,9
Diarios	26,6
Vía pública	8,6
Radios	6,8
Online	6,2
TV pago	4,6
Revistas	1,9
Cine	0,3

Inversión medios online
\$ 16.618 millones



| Fuentes: ACHAP, La Tercera, 2011 |

| Fuente: IAB, 2012 |

Los diez rubros que más invierten

- 1 | Grandes Tiendas
- 2 | Super e hipermercados
- 3 | Telefonía
- 4 | Higiene y belleza capilar
- 5 | Tarjetas de crédito
- 6 | Vehículos de pasajeros
- 7 | Medios electrónicos
- 8 | Colegios y universidades
- 9 | Limpieza en general
- 10 | Instituciones financieras

Principales avisadores

- 1 | Falabella
- 2 | Unilever
- 3 | Procter & Gamble
- 4 | Ripley
- 5 | Química Johnson & Son
- 6 | Paris
- 7 | Entel PCS
- 8 | Grupo L'Oréal
- 9 | Sodimac
- 10 | Movistar

| Fuente: Megatime, 2011 |

**Share de inversión
revistas**

	%
Cosas	23
Caras	19
Paula	7
TV-Grama	5
DeNovios	5
Qué Pasa	4
VEA	4
Vanidades	4
Capital	3
Poder & Negocios	3
Golf	3
Otras	20

**Circulación neta revistas
Promedio primer semestre 2011**

Vive! (VTR)	431.487	Mensual
Dato Avisos	80.874	Semanal
Paula	31.080	Quincenal
Caras	28.109	Quincenal
Cosas	25.677	Quincenal
The Clinic	24.559	Semanal
Tú	24.019	Mensual
Cosmopolitan	23.383	Mensual
Qué Pasa	22.385	Semanal
Maestra Básica	19.737	Mensual

| Fuentes: Valida, Megatime, 2011 |

Lectores Prensa

Santiago Chile - Viernes 05 de abril de 2013 | Nº 45.327 \$650

**Promedio segund
semestre 2011**

		Total semana	Lunes a viernes	Sábado y domingo
Matutinos	El Mercurio	357.639	302.858	494.592
	La Cuarta	375.937	365.509	402.005
	La Tercera	309.475	252.736	451.324
	LUN	312.537	304.499	332.631
Vespertino	La Segunda	72.047	72.047	--
Gratuitos	La Hora	311.112	311.112	--
	Publmetro	359.542	359.542	--

Fuentes: Valida, Mindshare

Categorías web más visitadas

	%
Redes sociales	93
Búsqueda/navegación	89
Multimedia	77
Correo electrónico	73
Directorios	69
Mensajería instantánea	64
Blogs	63
Comunidad	63
Descargas	59
Retail	59

| Fuentes: ComScore, Mindshare, 2012 |

Sitios web más visitados Total visitantes únicos

	Miles
Google	7.063
Facebook	6.654
Windows Live	5.844
YouTube	5.222
Yahoo	4.063
Blogger	3.848
Terra	3.503
Emol	3.029
Wikipedia	2.923
VEVO	2.699

| Fuente: ComScore, 2011 |

Rating hogares según canales

TV abierta

	%
Canal 13	8,84
TVN	7,68
Chilevisión	7,08
Mega	6,61
La Red	2,39
UCV	0,83
Telecanal	0,52

Un punto de rating:
19.257 hogares

Del total de horas transmitidas por TV abierta, **86%** correspondió a programación y **11,7%** a publicidad.

| Fuente: Telereport, 2011 |

TV pagada

	%
Discovery Kids	0,88
Disney Channel	0,88
Cartoon Network	0,66
Canal Fox	0,59
Disney XD	0,56
Nickelodeon	0,39
TCM	0,34
Disney Junior	0,32
TNT	0,31
24 Horas	0,30
Cinecanal	0,29
History Channel	0,27
The Film Zone	0,25
Zona Latina	0,25
Space	0,25

| Fuente: Time Ibope, 2012 |