

WE ARE

*Initiative*





# LET'S TALK

REPORTE FINAL AHORRO/EFI 121

02.10.2020

*Initiative*

---

# AHORRO

*Initiative*

# COOPERATIVA

	ESTIMADO	OBTENIDO
<b>Medio</b>	<b>COOPERATIVA</b>	<b>COOPERATIVA</b>
<b>Sitio</b>	Cooperativa +360	Cooperativa +360
<b>Sección</b>	Home+ Interiores	Home
<b>Formato</b>	Mix de Banner	Mix de Banner
<b>Impresiones</b>	2,820,413	2,334,389
<b>Clics</b>	<b>3,668</b>	<b>3,667</b>
<b>CTR</b>	<b>0.13%</b>	<b>0.16%</b>
<b>CPM</b>	\$284	\$343
<b>CPC</b>	<b>\$218</b>	<b>\$218</b>
<b>Inversión</b>	<b>\$800,000</b>	<b>\$800,000</b>

Las impresiones presentan una baja de 17%.

La tasa de clics obtuvo un CTR sobre lo estimado, un 21% más alto, lo que nos indica gran interés en la pieza


The screenshot shows the Cooperativa.cl website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Portada', 'País', 'Regiones', 'Deportes', 'Magazine', 'Mundo', 'Opinión', 'Multimedia', 'Programas', and 'Marcas & Negocios'. Below the navigation, there's a main banner for 'Feliz 18' featuring wine bottles and a '3x2' offer. To the right, there's a 'Videos + Vistos' section with three video thumbnails. Below the banner, there's a section for 'Cyberday 2020' with text about sales performance and a 'Ver ofertas' button. At the bottom right, there's a 'FONDOS MUTUOS' section with a 'Conoce más en: cajalosandes.cl/emperate' link.

Con duras críticas empleó John Boyega a Disney por el poco uso a personajes de color en la trilogía del Skywalker en "Star Wars".

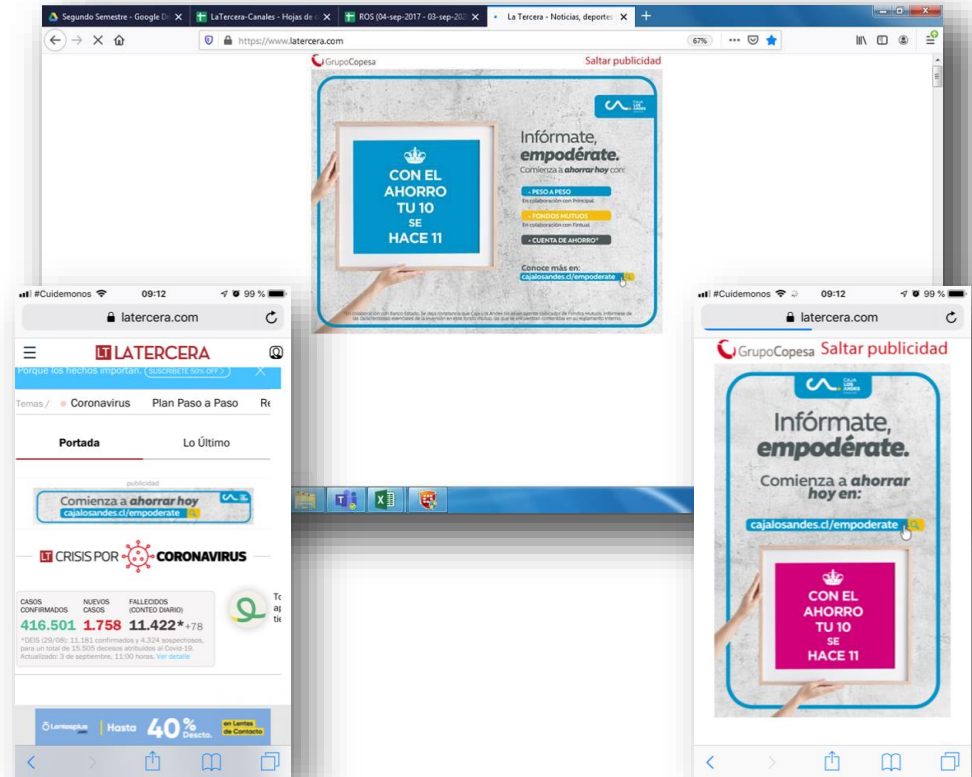
Además de su rol como Finn, también se refirió a los papeles de Oscar Isaac, Kelly Marie Tran y Naomi Ackie.

"Lo que diría a Disney es que no traiga a un personaje negro, publicite que son

# LA TERCERA

	ESTIMADO	OBTENIDO
<b>Medio</b>	<b>LA TERCERA</b>	<b>LA TERCERA</b>
<b>Sitio</b>	LaTercera.cl	LaTercera.cl
<b>Sección</b>	Home LT	Home LT
<b>Formato</b>	ITT + Barra	ITT + Barra 
<b>Impresiones</b>	<b>1,000,000</b>	<b>1,050,801</b>
<b>Clics</b>	2,850	11,798
<b>CTR</b>	0.29%	1.12%
<b>CPM</b>	<b>\$2,700</b>	<b>\$2,569</b>
<b>CPC</b>	\$947	\$229
<b>Inversión</b>	<b>\$2,700,000</b>	<b>\$2,700,000</b>

Las impresiones funcionaron de acuerdo a lo estimado, mientras que los clics han tenido un alza considerable, alcanzando un CTR de 1.12%. El ITT de auspicio del día 4 de septiembre (sumado a lo del cuadro) marco 388 mil impresiones y 1.658 click




Esta compra fue realizada por Auspicio.

CONFIDENTIAL I-Group Comunicación Publicitaria Limitada. All rights reserved. Total or partial reproduction prohibited.

*Initiative*

## BIO BIO

	ESTIMADO	OBTENIDO
Medio	BIO BIO	BIO BIO
Sitio	Biobio.cl	Biobio.cl
Sección	Home + Interiores (Mobile)	Home + Interiores (Mobile)
Formato	ITT	ITT 
Impresiones	<b>320,000</b>	<b>339,632</b>
Clics	8,000	9,784
CTR	2.50%	2.88%
CPM	<b>\$2,500</b>	<b>\$2,355</b>
CPC	\$100	\$82
Inversión	<b>\$800,000</b>	<b>\$800,000</b>

Tanto los clics como las impresiones quedaron por sobre lo estimado, lo que nos indica que el medio tuvo un buen rendimiento.

El CTR quedó un 15% sobre lo proyectado.



Esta compra fue realizada por CPM (Costo por mil impresiones)

CONFIDENTIAL I-Group Comunicación Publicitaria Limitada. All rights reserved. Total or partial reproduction prohibited.

*Initiative*

## MÁS MEDIOS

	ESTIMADO		OBTENIDO	
Medio	MAS MEDIOS		MAS MEDIOS	
Sitio	Red de Sitios		Red de Sitios	
Sección	ROS	ROS	ROS	ROS
Formato	Alto Impacto ITT	Video Outstream	Alto Impacto ITT	Video Outstream
Impresiones	<b>460,000</b>	<b>500,000</b>	<b>462,718</b>	<b>510,016</b>
Clics	5,980	2,500	9,694	1,558
CTR	1.30%	0.50%	2.10%	0.31%
CPM	<b>\$6,500</b>	<b>\$3,500</b>	<b>\$6,462</b>	<b>\$3,431</b>
CPC	\$500	\$700	\$308	\$1,123
Inversión	<b>\$2,990,000</b>	<b>\$1,750,000</b>	<b>\$2,990,000</b>	<b>\$1,750,000</b>



Ambos formatos cumplieron con las impresiones de acuerdo a lo proyectado.


En cuanto a clics destaca el ITT, ya que es un formato de alto impacto.

Esta compra fue realizada por CPM (Costo por mil impresiones)

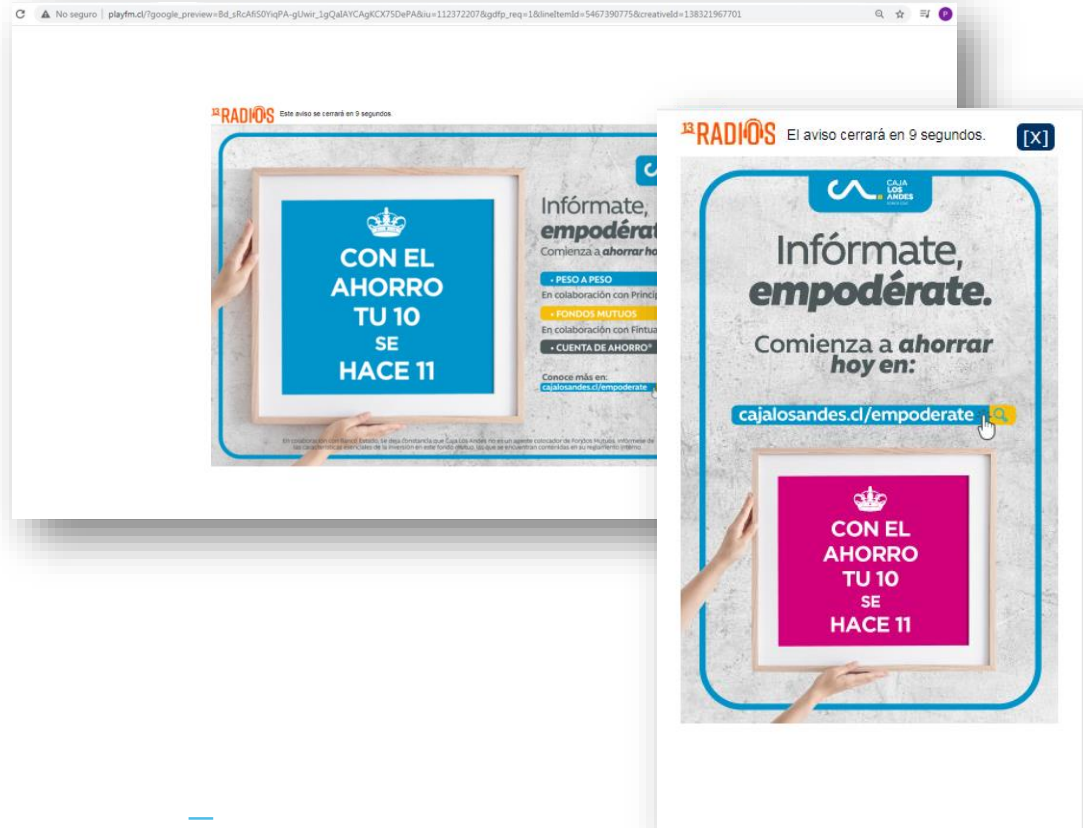
CONFIDENTIAL I-Group Comunicación Publicitaria Limitada. All rights reserved. Total or partial reproduction prohibited.

*Initiative*

# 13 RADIOS

	ESTIMADO	OBTENIDO
Medio	13 RADIOS	13 RADIOS
Sitio	Play	Play
Sección	ROS	ROS
Formato	ITT	ITT 
Impresiones	714,286	732,622
Clics	7,143	16,839
CTR	1.00%	2.30%
CPM	\$3,500	\$3,412
CPC	\$350	\$148
Inversión	\$2,500,000	\$2,500,000


Las impresiones cumplieron de acuerdo a lo estimado. En cuanto a clics, superamos en más del doble lo proyectado, lo que nos indica que el medio funcionó bien y que la campañas fue ineresante para el publico objetivo.

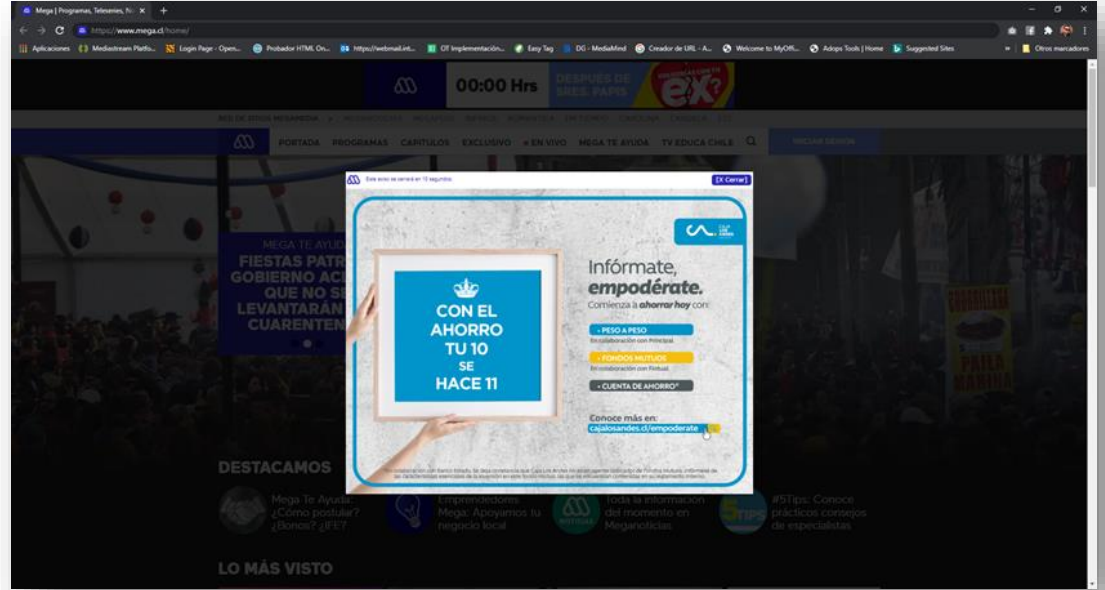


Esta compra fue realizada por CPM (Costo por mil impresiones)



# PROGRAMMATIC

	ESTIMADO	OBTENIDO
<b>Medio</b>	<b>MATTERKIND</b>	<b>MATTERKIND</b>
<b>Sitio</b>	Red de sitios	Red de sitios
<b>Sección</b>	Programmatic	Programmatic
<b>Formato</b>	ITT	ITT 
<b>Impresiones</b>	<b>500,000</b>	<b>513,471</b>
<b>Clics</b>	2,000	21,390
<b>CTR</b>	0.40%	4.17%
<b>CPM</b>	<b>\$9,000</b>	<b>\$7,222</b>
<b>CPC</b>	\$2,250	\$173
<b>Inversión</b>	<b>\$4,500,000</b>	<b>\$3,708,480</b>



Las impresiones cumplieron de acuerdo a lo estimado.

En cuanto a los clics, debido a las optimizaciones realizadas se ha alcanzado un CTR de 4.17%, muy por encima de lo estimado, lo que indica que hubo un gran interés en clicar la pieza.

El medio presentó una muy buena performance.

Esta compra fue realizada por CPM (Costo por mil impresiones)

---

**TV**

*Initiative*

<b>Campaña</b>	<b>AHORRO</b>
<b>Target :</b>	HM 25-49 ABC1C2
<b>Periodo de la campaña</b>	01/09/2020 al 29/10/2020
<b>Periodo del monitoreo</b>	28/09/2020 al 30/09/2020

<b>TARGET</b>	HM ABC1C2 25-49
<b>UNIVERSO</b>	1,277,346

CAMPAÑA	MEDIO	CANAL	EST	REAL	SPOTS		
AHORRO	TVA	LA RED	39.8	48.5	36		
		TVN	8.2	8.7	7		
		MEGA	9.3	7.1	3		
		CHV	12.5	13.3	5		
		C13	30.4	31.8	7		
	TVC	VIAX	19.5	40.3	140		
		24 HORAS	34.8	40.2	127	Var% grps	
						23%	
		<b>TOTAL</b>		<b>154.4</b>	<b>189.9</b>	<b>325</b>	

ALCANCE AL 30/09/2020					VAR% ALCANCE
PRE POST (%)		PRE POST CANTIDAD			
PRE	POST	PRE	POST		
<b>ALCANCE +1</b>	37.96	41.29	484,881	527,416	9%
<b>ALCANCE +3</b>	16.55	17.89	211,401	228,517	8%
<b>FREQ</b>	4.1	4.6			

TV Abierta	Estimado al 30/09/2020			Estimado al 30/09/2020			Variación RAT	Variación CPR
	Inversión	GRP's	CPR	Inversión	GRP's	CPR		
LA RED	3,960,000	39.8	99,502	3,125,000	48.5	64,398	22%	-35%
TVN	5,355,000	8.2	653,918	1,959,458	8.7	224,464	7%	-66%
MEGA	2,400,000	9.3	257,679	2,400,000	7.1	335,941	-23%	30%
CHV	1,959,458	12.5	156,885	1,470,000	13.3	110,427	7%	-30%
C13	5,250,000	30.4	172,860	3,960,000	31.8	124,621	5%	-28%
<b>Total TVA</b>	<b>18,924,458</b>	<b>100.2</b>	<b>188,938</b>	<b>12,914,458</b>	<b>109.5</b>	<b>117,952</b>	<b>9.3%</b>	<b>-37.6%</b>

TV Cable	Estimado al 30/09/2020			Estimado al 30/09/2020			Variación RAT	Variación CPR
	Inversión	GRP's	CPR	Inversión	GRP's	CPR		
VIAX	1,000,000	19.5	51,326	1,000,000	40.3	24,832	107%	-52%
24 HORAS	1,410,000	34.8	40,516	1,410,000	40.2	35,113	15%	-13%
<b>Total TVC</b>	<b>2,410,000</b>	<b>54.3</b>	<b>44,396</b>	<b>2,410,000</b>	<b>80.4</b>	<b>29,966</b>	<b>48.2%</b>	<b>-32.5%</b>

*Initiative*

---

# EFI 121

*Initiative*

---

# COOPERATIVA

	ESTIMADO	OBTENIDO
<b>Medio</b>	<b>COOPERATIVA</b>	<b>COOPERATIVA</b>
<b>Sitio</b>	Cooperativa +360	Cooperativa +360
<b>Sección</b>	Home+ Interiores	Home
<b>Formato</b>	Mix de Banner	Mix de Banner
<b>Impresiones</b>	3,525,521	1,385,378
<b>Clics</b>	<b>4,583</b>	<b>4,453</b>
<b>CTR</b>	<b>0.13%</b>	<b>0.32%</b>
<b>CPM</b>	\$284	\$722
<b>CPC</b>	\$218	\$225
<b>Inversión</b>	<b>\$1,000,000</b>	<b>\$1,000,000</b>

Esta compra fue realizada por clics, por lo este KPi cumplió con lo estimado, quedó bajo solo un 3%.  
La tasa de CTR quedó mucho más arriba de lo proyectado.

cooperativa.cl | Portada | País | Regiones | Deportes | Magazine | Mundo | Opinión | Multimedia | Programas | Marcas & Negocios

Topicos: Entretención | Televisión | Series

## Después de siete temporadas, Anna Faris deja la serie "Mom"

Autor: Cooperativa.cl

- La actriz anunció su salida de la comedia que protagoniza junto a Allison Janney.

Vecinos que aprenden hoy, para empoderarse mañana.

EFi 121

Vecinos que aprenden hoy, para empoderarse mañana.

LA CASA DE LA FUERZA COM...  
Nueva edición de 2020.

cooperativa.cl EN VIVO

Las + le


- 28723
- 15459
- 

La producción de la película "The Batman" se reanudó a menos de 24 horas de haber sido detenida por contagio positivo de Robert Pattinson, el protagonista de la cinta, por Covid-19.

Según *Daily Mail*, varios miembros del equipo de producción están trabajando varias horas al día para **tratar filmar algunas escenas** sin el intérprete de

Esta compra fue realizada por CPC (Costo por clics)

# LA TERCERA

	ESTIMADO	OBTENIDO
Medio	LA TERCERA	LA TERCERA
Sitio	LaTercera.cl	LaTercera.cl
Sección	Home+ Interiores	Home+ Interiores
Formato	ITT + Barra	ITT + Barra 
Impresiones	1,000,000	1,033,240
Clics	2,850	8,661
CTR	0.29%	0.84%
CPM	\$2,700	\$2,613
CPC	\$947	\$312
Inversión	\$2,700,000	\$2,700,000

Las impresiones cumplieron con lo estimado, mientras que los clics alcanzaron más del triple de lo proyectado.

La tasa de CTR quedó mucho más arriba de lo proyectado.




The screenshot shows the La Tercera website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Secciones', a search icon, and the 'LATERCERA' logo. Below the navigation is a large image of a car's interior with a 'Learn more' button. The main content area features a radio player for 'paula.' with a play button and volume icon. Below the radio player are several content tiles: a 'Motiva tu equipo' tile, an 'EFI 121' tile with the headline 'Vecinos que aprenden hoy, para empoderarse mañana.', a 'Tener cáncer y querer ser madre' article snippet, and a yellow promotional tile for 'SikaFlex 291 en Sodimac.cl'.

Esta compra fue realizada por Auspicio.

CONFIDENTIAL I-Group Comunicación Publicitaria Limitada. All rights reserved. Total or partial reproduction prohibited.

*Initiative*

# IBEROAMERICA

	ESTIMADO	OBTENIDO
<b>Medio</b>	<b>IBERO</b>	<b>IBERO</b>
<b>Sitio</b>	Activa+FM2+ R&P	Activa+FM2+ R&P
<b>Sección</b>	Home + Interiores	Home + Interiores
<b>Formato</b>	ITT	ITT 
<b>Impresiones</b>	<b>227,511</b>	<b>230,002</b>
<b>Clics</b>	2,275	9,088
<b>CTR</b>	1.00%	3.95%
<b>CPM</b>	\$5,714	\$5,652
<b>CPC</b>	\$571	\$143
<b>Inversión</b>	<b>\$1,300,000</b>	<b>\$1,300,000</b>



Las impresiones cumplieron con lo estimado, mientras que los clics alcanzaron casi 4 veces lo proyectado, por lo que podemos inferir que la campaña funcionó muy bien en este medio.  
La tasa de CTR quedó mucho más arriba de lo proyectado.

Esta compra fue realizada por CPM (Costo por mil impresiones)

CONFIDENTIAL I-Group Comunicación Publicitaria Limitada. All rights reserved. Total or partial reproduction prohibited.

*Initiative*

---

**TV**

*Initiative*

---



<b>Campaña</b>	<b>EFI 121</b>
Target :	HM 25-49 ABC1C2
Periodo de la campaña	01/09/2020 al 28/10/2020
Periodo del monitoreo	01/09/2020 al 29/09/2020

<b>TARGET</b>	HM ABC1C2 25-49
<b>UNIVERSO</b>	1,277,346

CAMPAÑA	MEDIO	CANAL	EST	REAL	SPOTS	
EFI 121	TVA	LA RED	26.5	27.5	24	
		TVN	8.2	8.5	7	
		MEGA	9.3	20.8	4	
		C13	10.4	19.5	2	Var% grps
<b>TOTAL</b>			<b>54.4</b>	<b>76.4</b>	<b>37</b>	<b>40%</b>

	ALCANCE AL 29/09/2020				VAR% ALCANCE
	PRE POST (%)		PRE POST CANTIDAD		
	PRE	POST	PRE	POST	
<b>ALCANCE +1</b>	25.72	26.68	328,533	340,796	4%
<b>ALCANCE +3</b>	12.65	9.2	161,584	117,005	-28%
<b>FREQ</b>	2.9	3.3			

TV Abierta	Estimado al 29/09/2020			Estimado al 29/09/2020			Variación RAT	Variación CPR
	Brief			Real				
	Inversión	GRP's	CPR	Inversión	GRP's	CPR		
LA RED	2,640,000	26.5	85,775	2,640,000	27.5	95,893	4%	12%
TVN	5,355,000	8.2	257,679	5,355,000	8.5	628,543	4%	144%
MEGA	2,400,000	9.3	1,531,137	2,400,000	20.8	115,383	123%	-92%
C13	2,500,000	10.4	1,531,137	2,500,000	19.5	127,994	89%	-92%
<b>Total TV</b>	<b>12,895,000</b>	<b>54.4</b>	<b>237,082</b>	<b>12,895,000</b>	<b>76.4</b>	<b>168,820</b>	<b>40%</b>	<b>-29%</b>

*Initiative*

