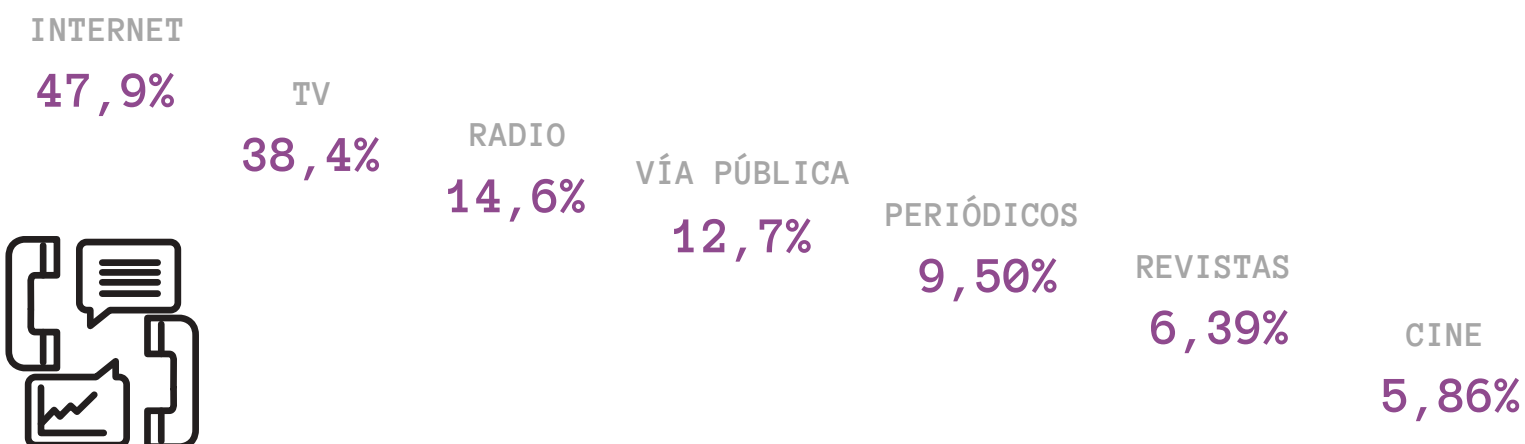


DÍA DE LA PUBLICIDAD

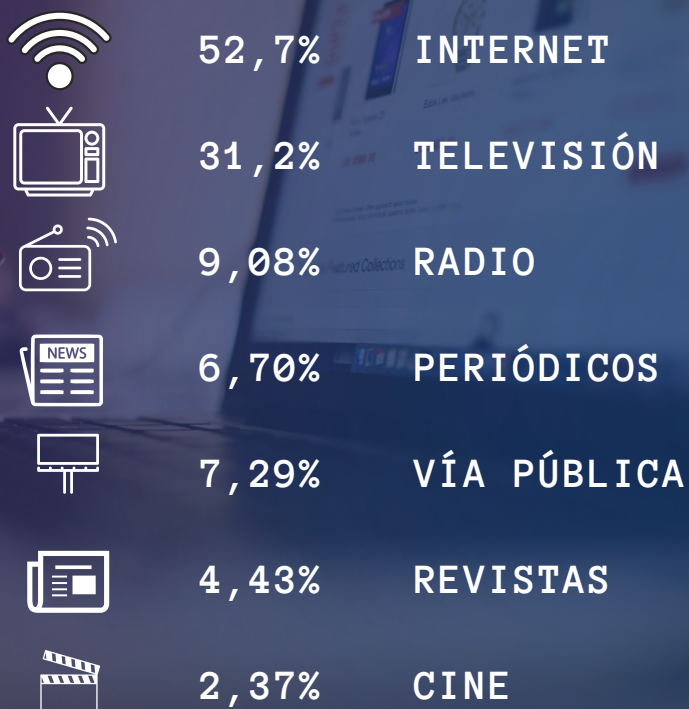
TGI

Actitudes de los chilenos frente a la publicidad

MEDIOS DE MAYOR ATENCIÓN A LA PUBLICIDAD



Medios más útiles para la decisión de compra



ACTITUDES EN RELACIÓN A LOS MEDIOS

	TV	INTERNET	RADIO	REVISTAS	PERIÓDICOS
ENTRETENER	69,9%	59,5%	36,5%	24,7%	21,0%
INFORMAR	49,1%	43,9%	44,5%	18,0%	40,6%
DISTRAERSE DE TAREAS HABITUALES	45,4%	50,1%	27,1%	18,4%	15,4%
PASAR EL TIEMPO	42,9%	47,1%	21,0%	14,7%	16,8%

FAMILIA	60,3%
AMISTADES	59,2%
EXPERIENCIA PREVIA	58,9%
INTERNET	58,6%
TELEVISIÓN	30,9%
PERIÓDICOS	21,5%
RADIO	18,4%



PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN QUE AYUDAN/INFLUYEN EN LAS DECISIONES DE COMPRA CUALQUIER PRODUCTO

ALGUNOS CHILENOS ESTÁN DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES

UN 22,6 % AFIRMA:

“ME PARECE QUE LA PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN ES INTERESANTE Y OFRECE ALGO DE QUÉ HABLAR

MIENTRAS QUE EL 31,7% ESTÁ DE ACUERDO CON QUE “LA PUBLICIDAD INFLUYE EN SUS DECISIONES DE COMPRA”

POR ÚLTIMO, UN 19,8% DECLARA QUE:

“ME INTERESARÍA RECIBIR PUBLICIDAD EN MI TELÉFONO CELULAR O SMARTPHONE”