

La Industria Publicitaria y su impacto en la economía uruguaya

Resultados de la edición 2016

6 de diciembre de 2016

Equipo de Trabajo - CINVE

Flavia Rovira, Paula Cobas, Cecilia Alonso, Adriana Saavedra

audap

 cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



OBJETIVOS DEL ESTUDIO, UNIVERSO DE ANÁLISIS Y MARCO MUESTRAL

nudap



Objetivos

Analizar la evolución del mercado publicitario y la participación de las diferentes agencias: publicidad, medios , BTL y digitales, a través de los siguientes indicadores:

La **contribución directa** de la **actividad de las Agencias** a la economía uruguaya en términos de **Valor Agregado y al empleo**.

La incidencia de la **Inversión Publicitaria** en el PIB.

El aporte de las **Agencias** en cuanto a **ingresos brutos, inversión en medios, ocupación, remuneraciones**.



Universo de estudio:

Agencias de publicidad, Agencias digitales, Agencias de medios y BTLs, medios de comunicación y otros agentes.

Fuentes de información

Fuentes primarias: Encuesta a agencias de publicidad, agencias digitales, agencias de medios y BTLs. Realizada por **cinve** para AUDAP en 2016.

Fuentes secundarias:

- Fuentes oficiales: ECH (INE), EAE (INE), Cuentas Nacionales (BCU).
- Fuentes privadas (IBOPE)

The logo for AUDAP, consisting of the lowercase letters 'audap' in a teal, sans-serif font.The logo for cinve, featuring a stylized 'C' made of red and orange segments, followed by the text 'cinve' in red, and 'CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS' in smaller black text below it.

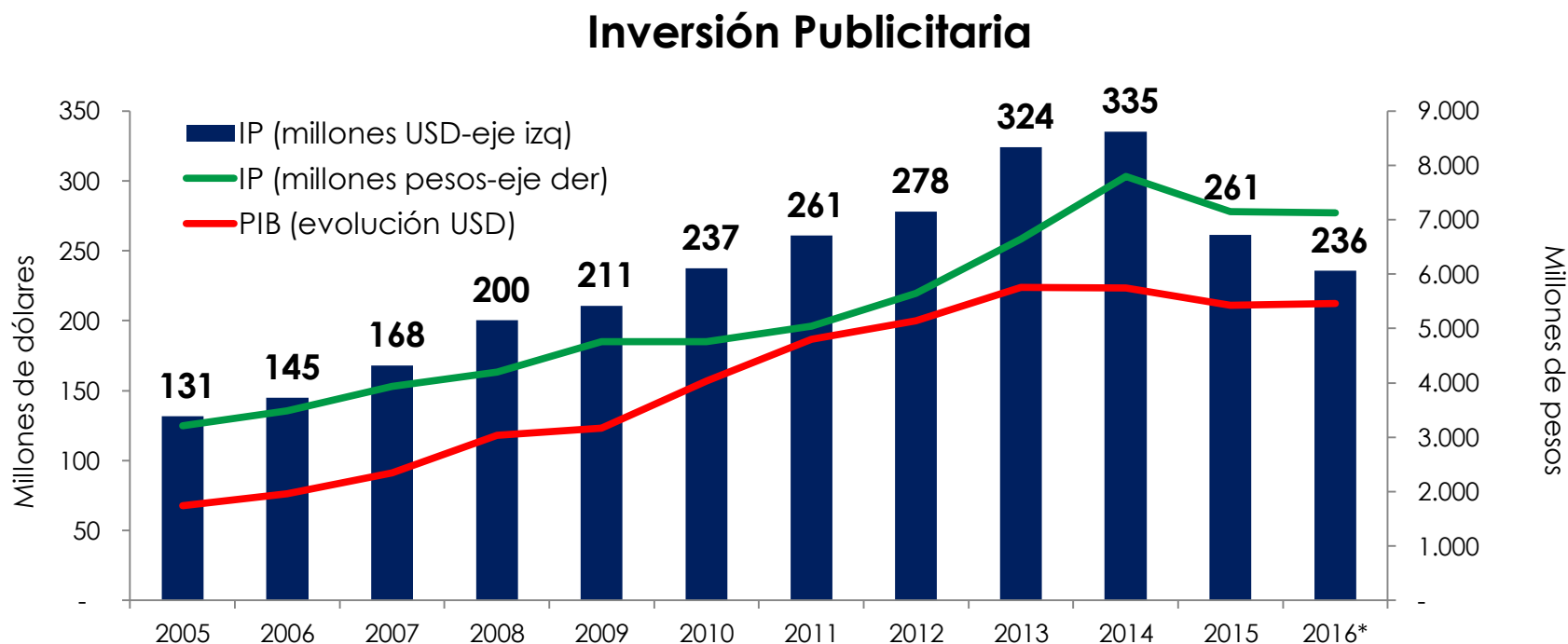
INVERSIÓN PUBLICITARIA Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA NACIONAL

nudap

 cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Luego de la caída del 2015, se estima que en 2016 **la Inversión Publicitaria se reducirá un 10 % adicional** medida **en dólares** y se mantendrá estable medida en pesos.



Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** -AUDAP; IBOPE, INE y BCU

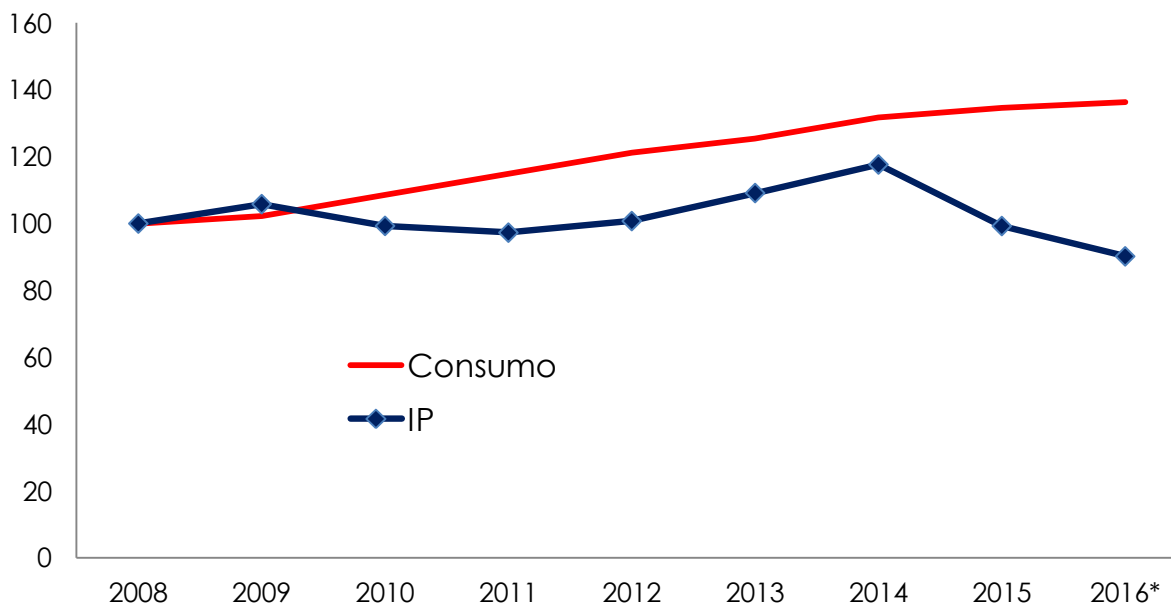
audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

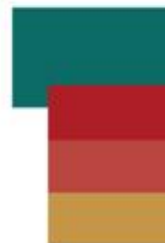


En términos reales, la inversión en publicidad se separó de la tendencia del **consumo**, estimándose una **caída real de la IP para 2016 de un 9%**.

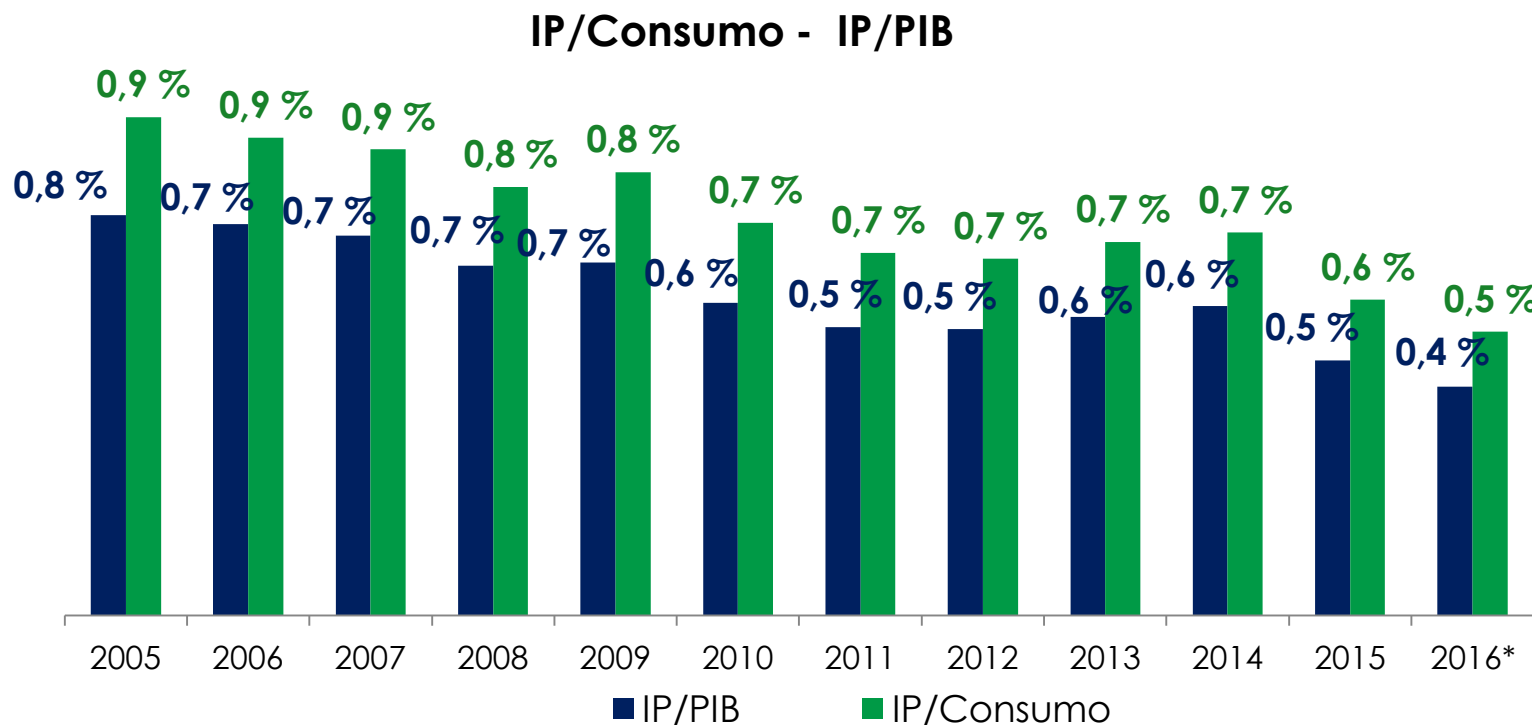
Inversión en publicidad y consumo (pesos constantes)



Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** -AUDAP; IBOPE, INE y BCU



Consistente con esta evolución, se observa una **caída en 2015 y 2016** en el ratio de IP respecto al **PIB** y al **Consumo**



Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** -AUDAP; IBOPE, INE y BCU

audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



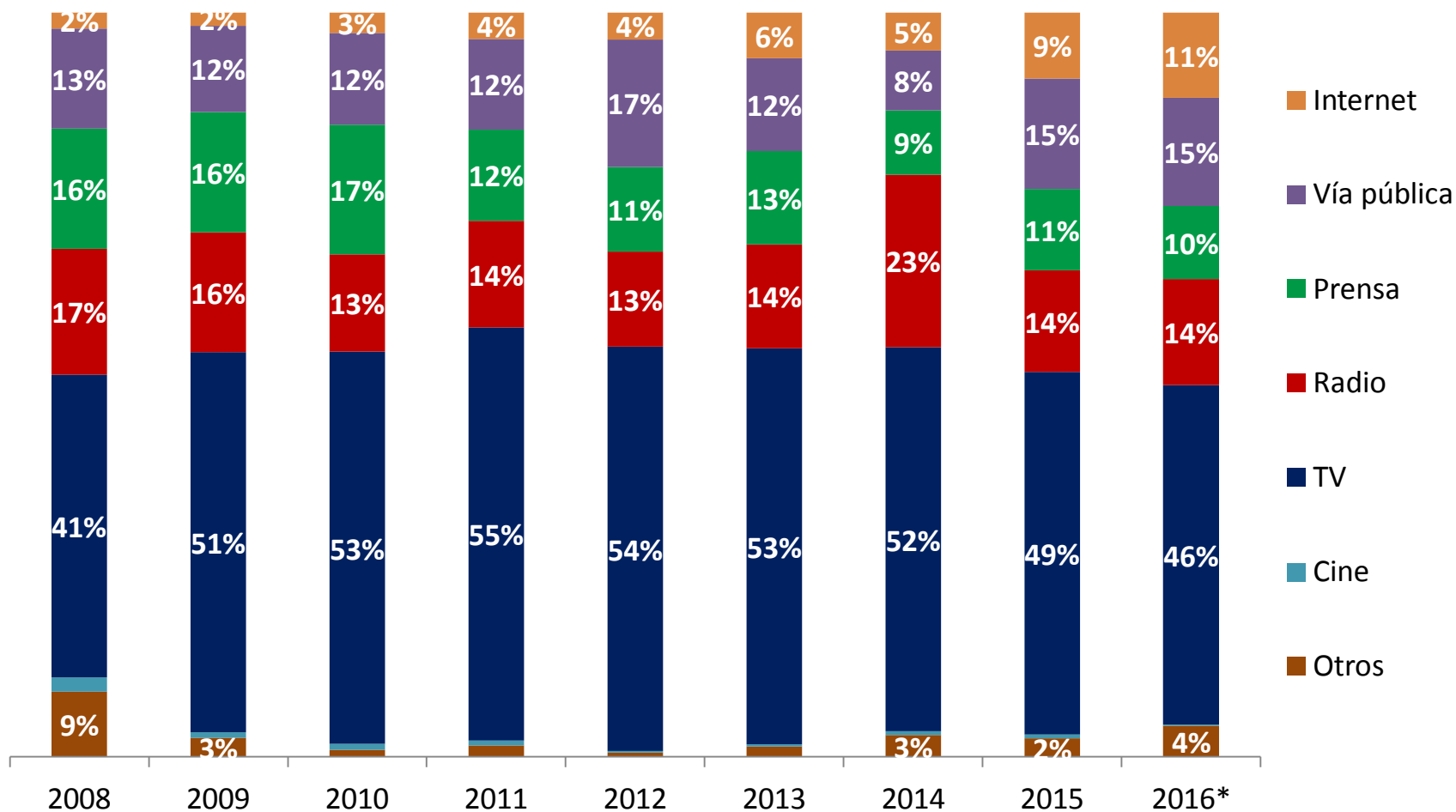
INVERSIÓN EN MEDIOS

nudap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



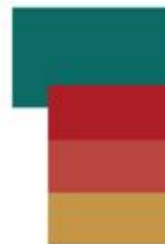
Distribución de la inversión según medio: Agencias de Publicidad y de Medios



audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** - AUDAP

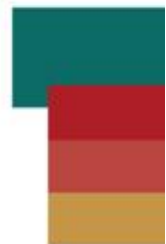


En la edición 2016 de la Encuesta de Actividad Publicitaria, se relevó por primera vez la distribución de Inversión según medio incluyendo, además de **Agencias de Publicidad y de Medios**, a las **Agencias de Publicidad Digital**.

A partir de este relevamiento **conjunto** de los tres tipos de agencia se constata un aumento de la inversión en publicidad por medio de **internet**, la cual alcanzaría aproximadamente **un 23% del total de inversión publicitaria** en 2016 .



Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** - AUDAP



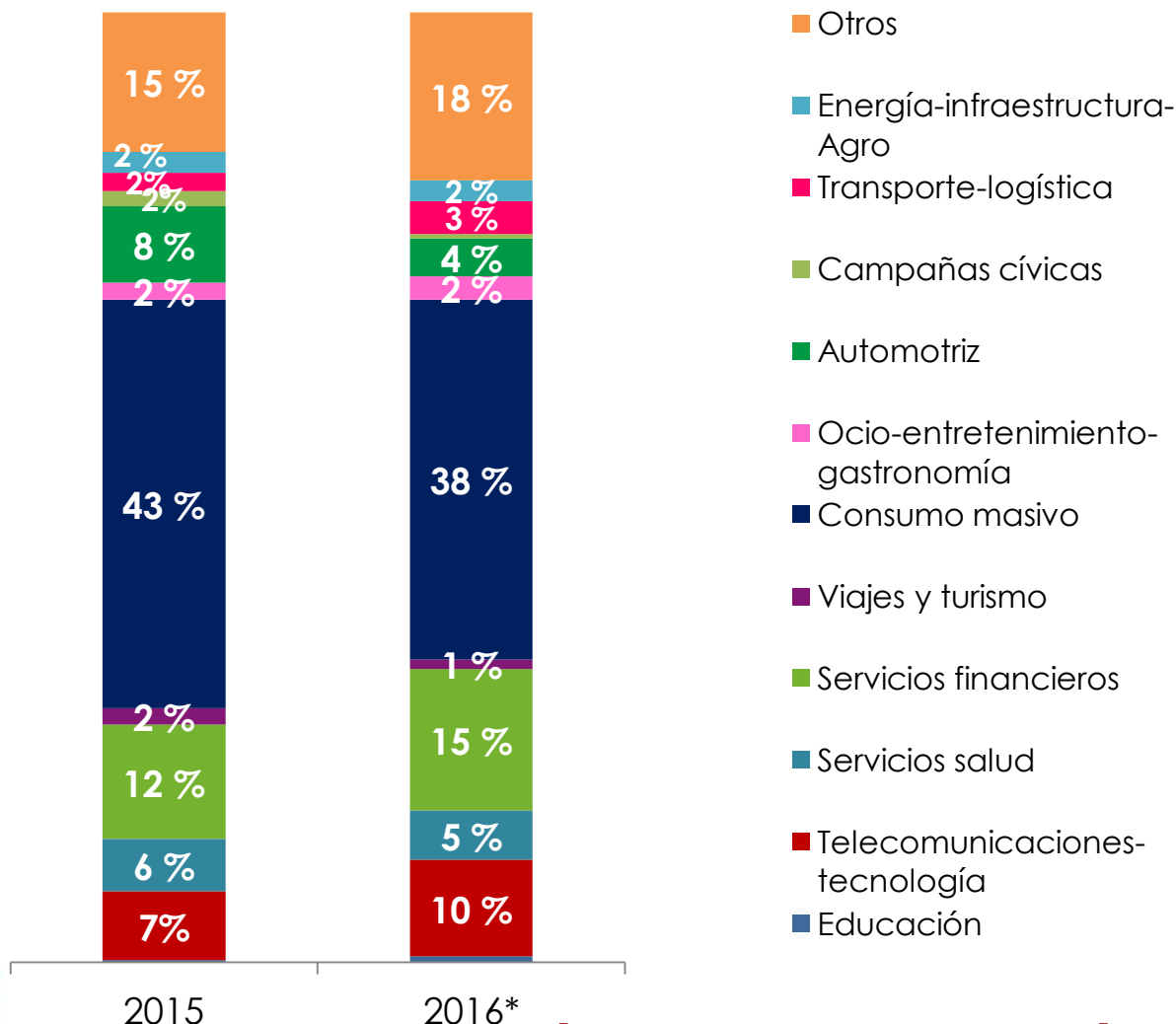
DISTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD

nudap

 cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Distribución de la actividad según anunciante. Agencias de publicidad

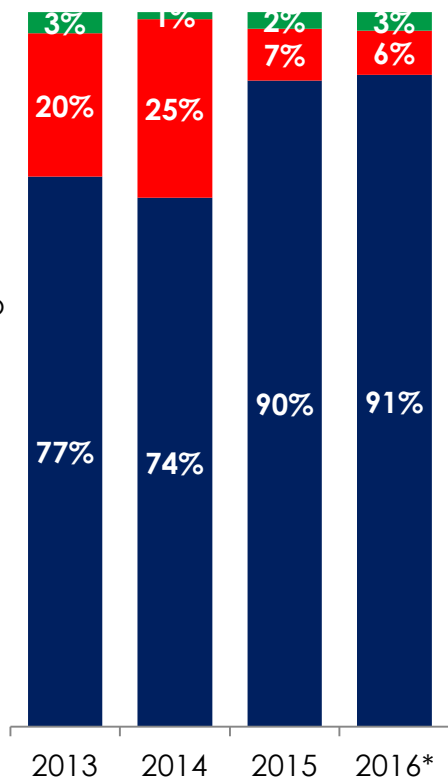


Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** - AUDAP

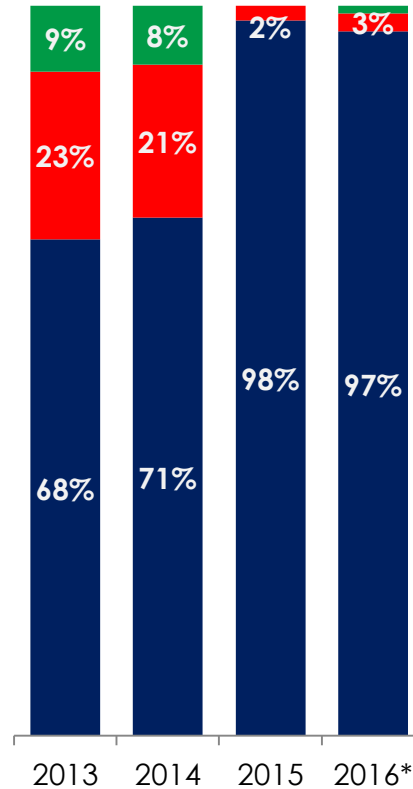


Distribución de las ventas según mercado

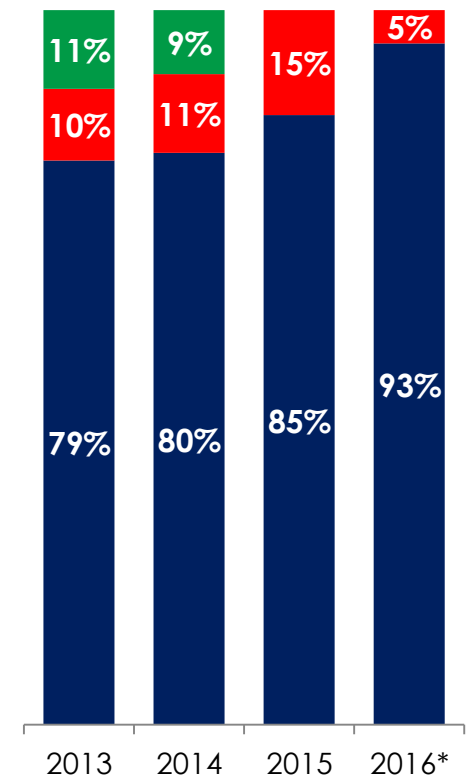
Agencias Publicidad



Agencias Medios



Agencias Digitales



- Mercado Externo
- Sector público
- Sector privado



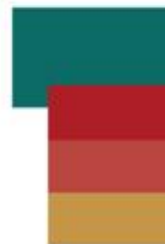
Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** - AUDAP



CARACTERÍSTICAS DEL EMPLEO DE LAS AGENCIAS

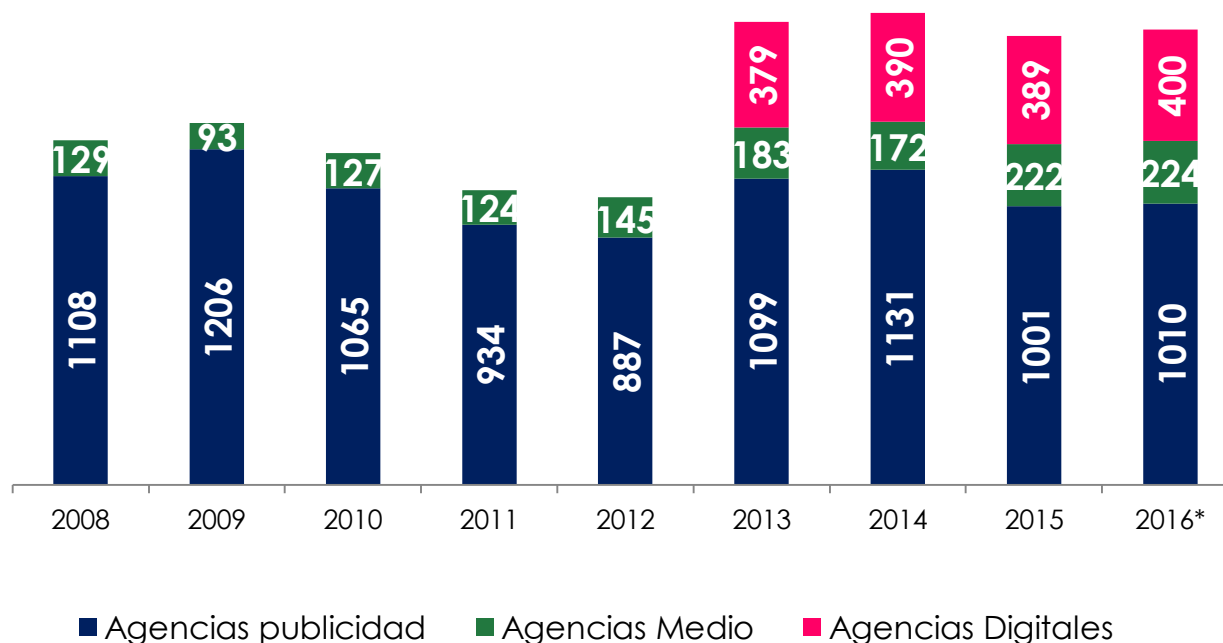
nudap

 cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



En cuanto a **empleo**, contratación de personal en 2016 se mantiene **relativamente estable** respecto a 2015.

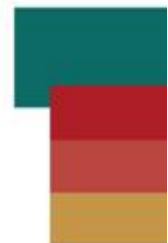
Contratación de personal



audap

Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** -AUDAP, BCU e INE

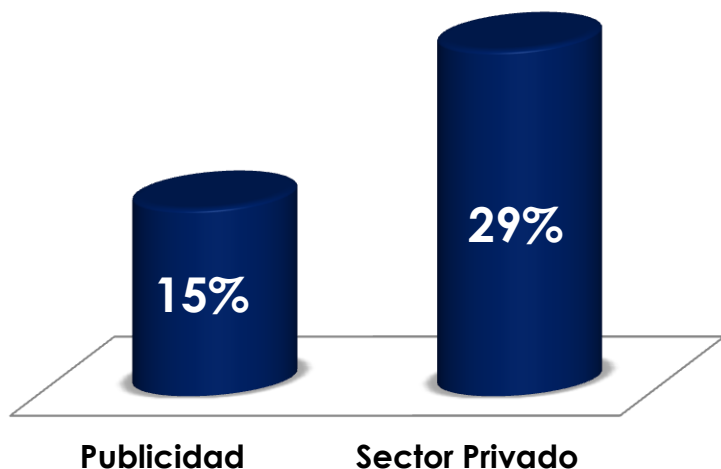
cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



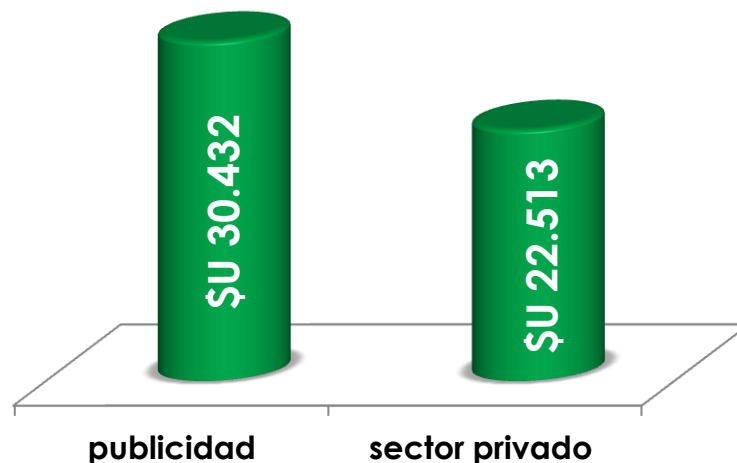
Indicadores de Informalidad e Ingreso del sector publicidad:

En términos relativos al sector privado, el personal ocupado en el sector de publicidad **presenta mayores ingresos y menor tasa de informalidad**

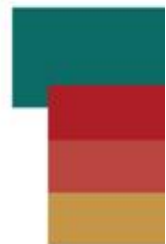
Informalidad



Salario promedio

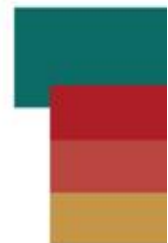
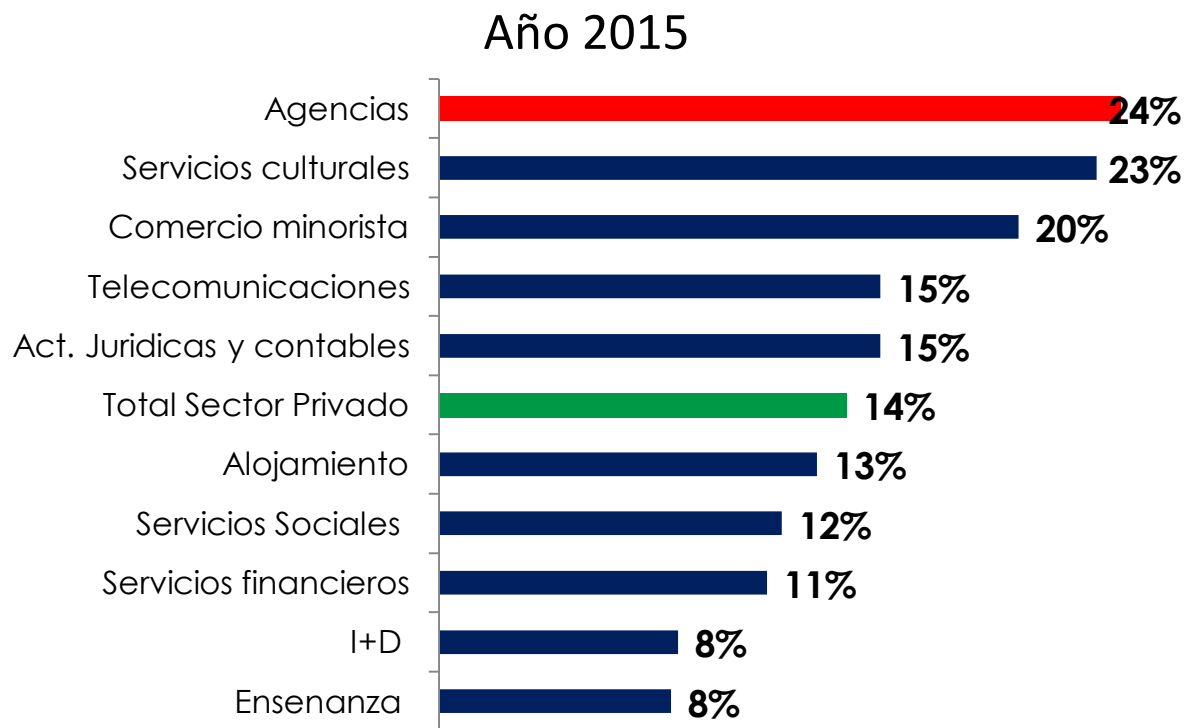


Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: INE ECH 2015



Proporción de ocupados menores de 25:

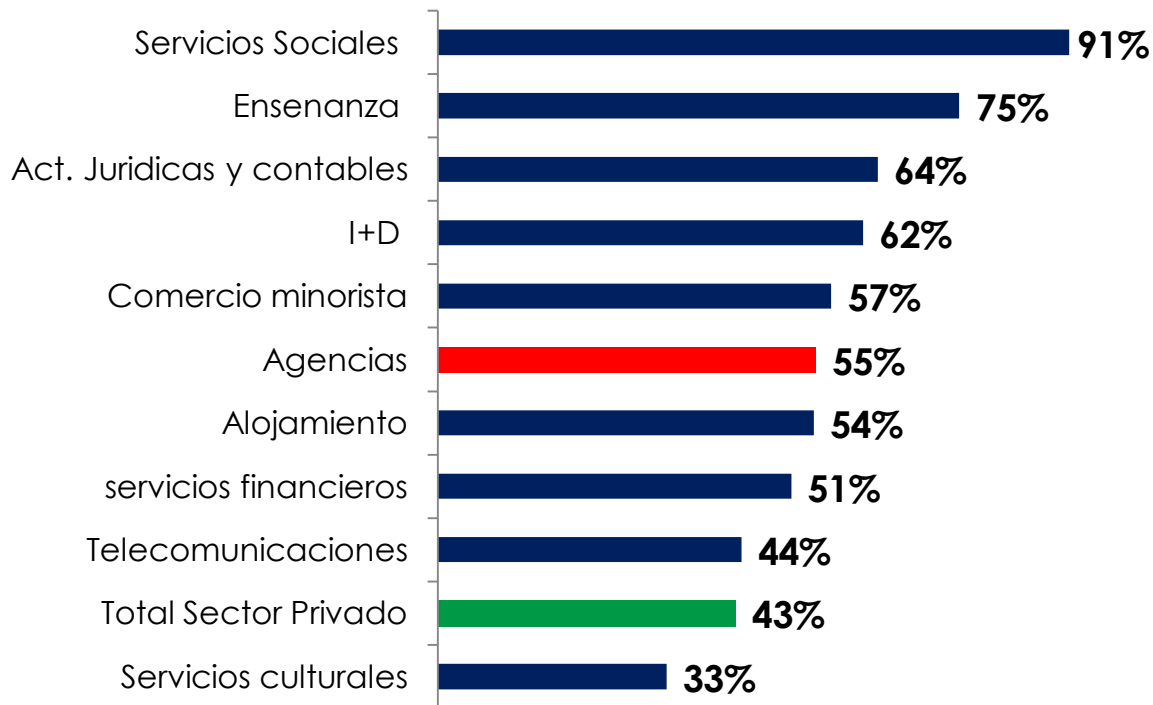
Las agencias se caracterizan por contratar una **proporción alta de personal menor a 25 años**, tanto en comparación con el sector privado como con otras actividades relacionadas a servicios.



Proporción de mujeres ocupadas:

El 55% del personal de las agencias son mujeres, un porcentaje mayor al promedio del sector privado pero comparable al de otras actividades de servicios.

Año 2015

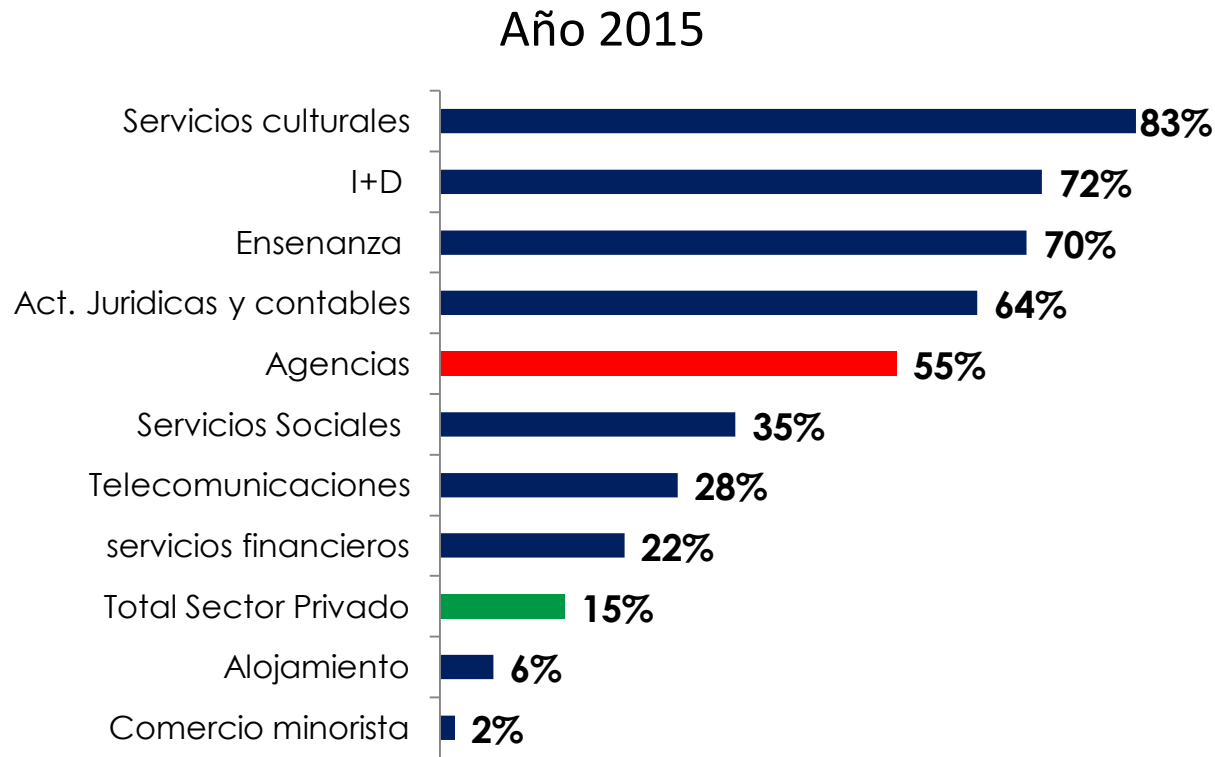


Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** –AUDAP. INE: ECH 2015



Proporción de profesionales y técnicos ocupados:

Los profesionales y técnicos representan un 55 % de la población ocupada en las agencias, **más del doble al promedio del sector privado**.



audap

Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** –AUDAP. INE: ECH 2015

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



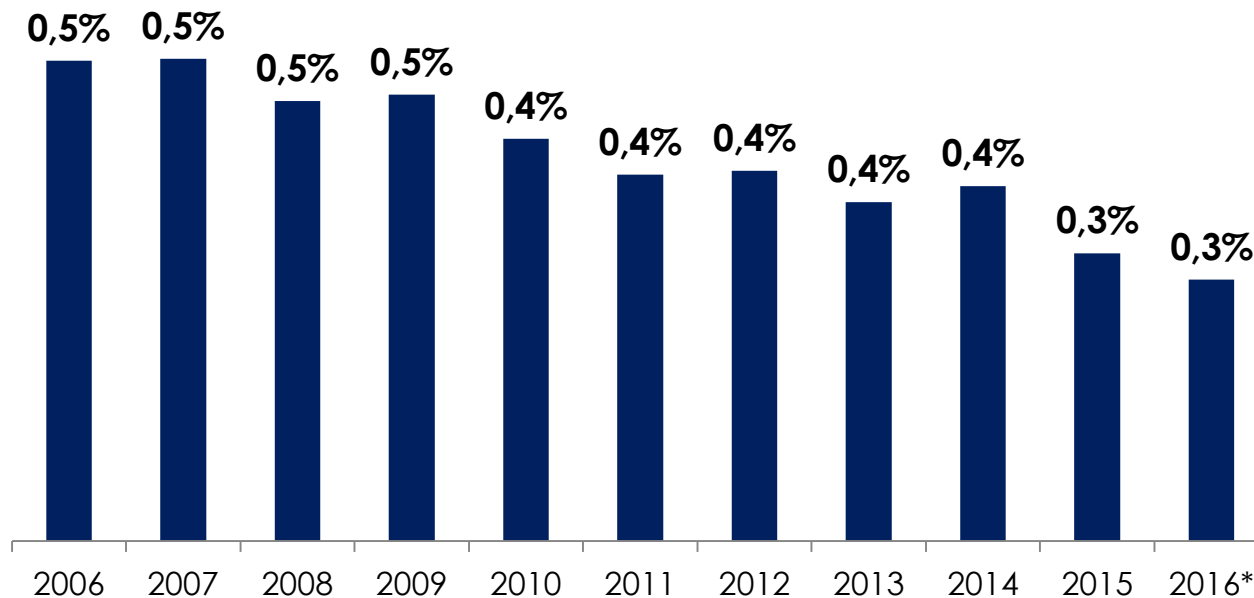
CONTRIBUCIÓN AL PIB

nudap



La **contribución** de la Actividad Publicitaria **al PBI** continúa la **tendencia descendente**.

Contribución al PIB de la Actividad Publicitaria



Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve**-AUDAP, IBOPE, INE y BCU

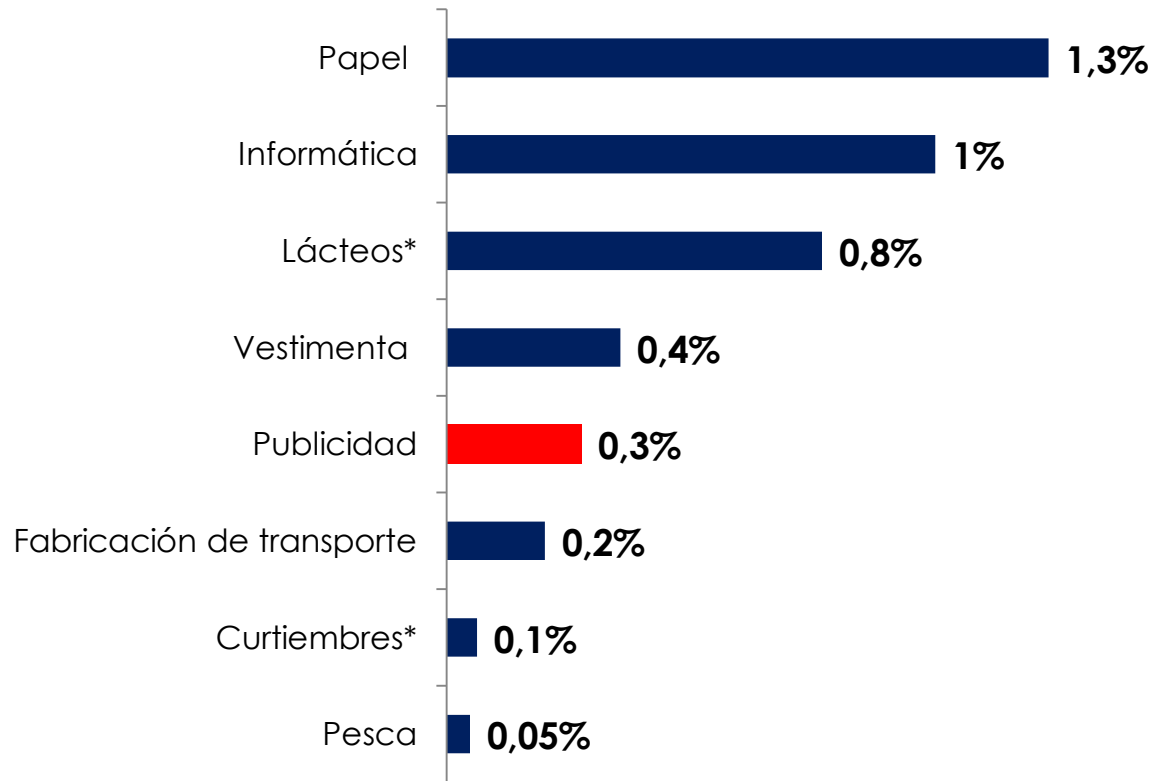
*Dato proyectado

audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Contribución al PIB: comparación con otros sectores seleccionados. (Año 2015)



Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve**-AUDAP, IBOPE, INE y BCU

*Referencias al año 2013

audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

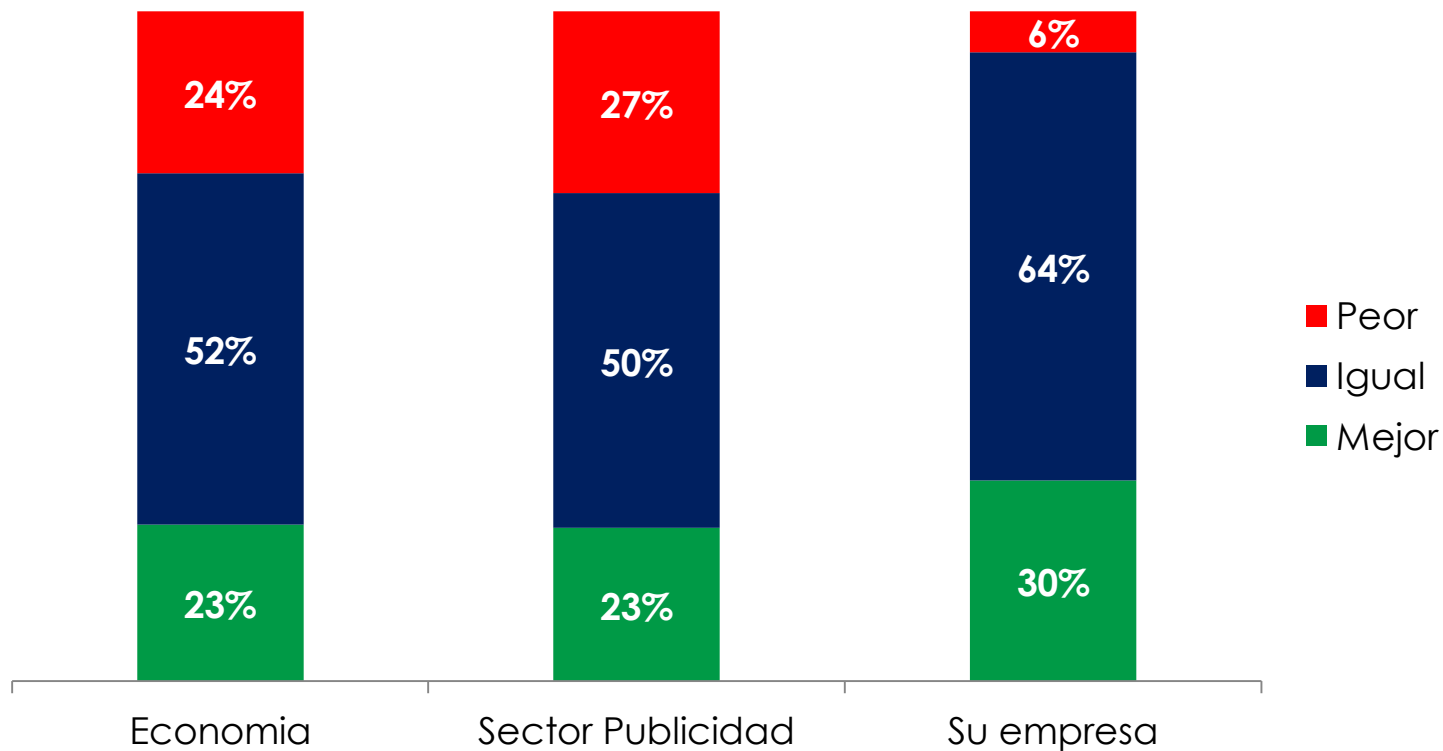


EXPECTATIVAS 2017

nudap



Expectativas del sector para 2017



Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** -AUDAP

audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Muchas gracias

La Industria Publicitaria y su impacto en la economía uruguaya

Resultados edición 2016

6 de diciembre de 2016

Equipo de Trabajo - CINVE

Flavia Rovira, Paula Cobas, Cecilia Alonso, Adriana Saavedra

audap

 cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

