

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**.

audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



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)

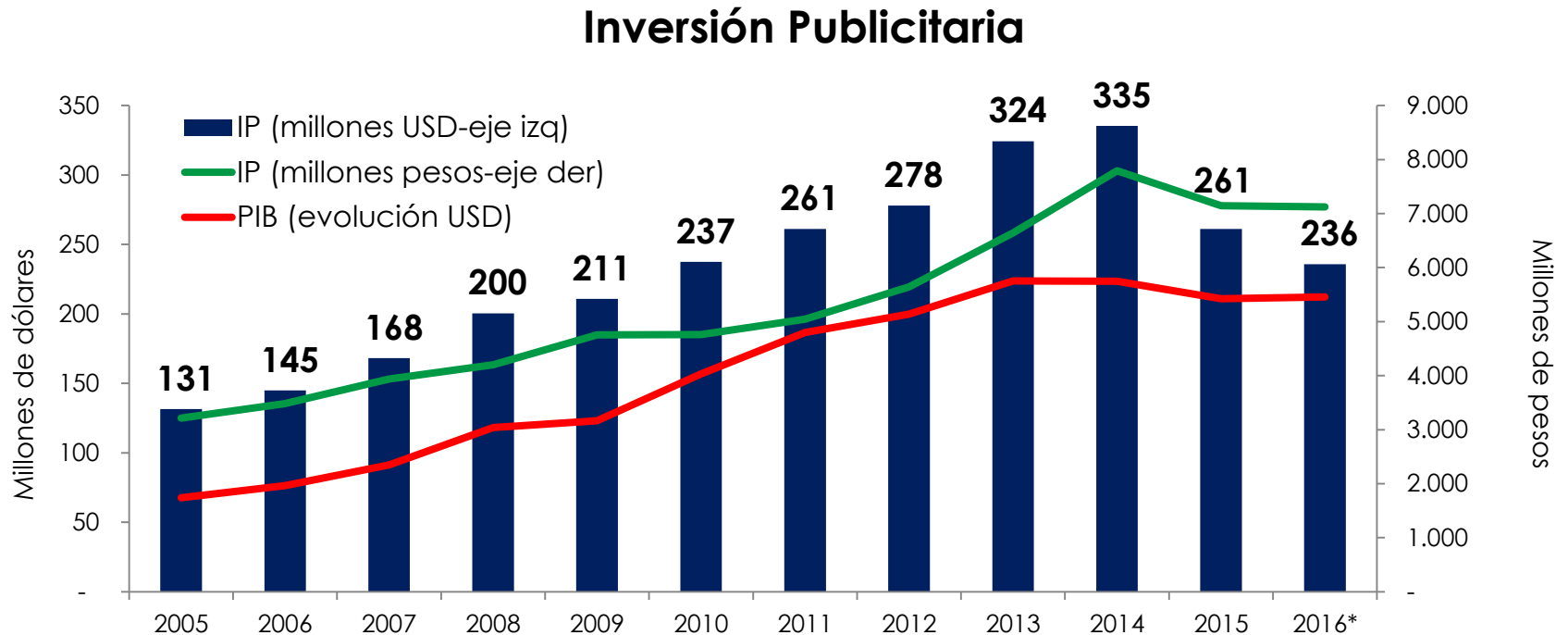


INVERSIÓN PUBLICITARIA Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA NACIONAL

audap



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

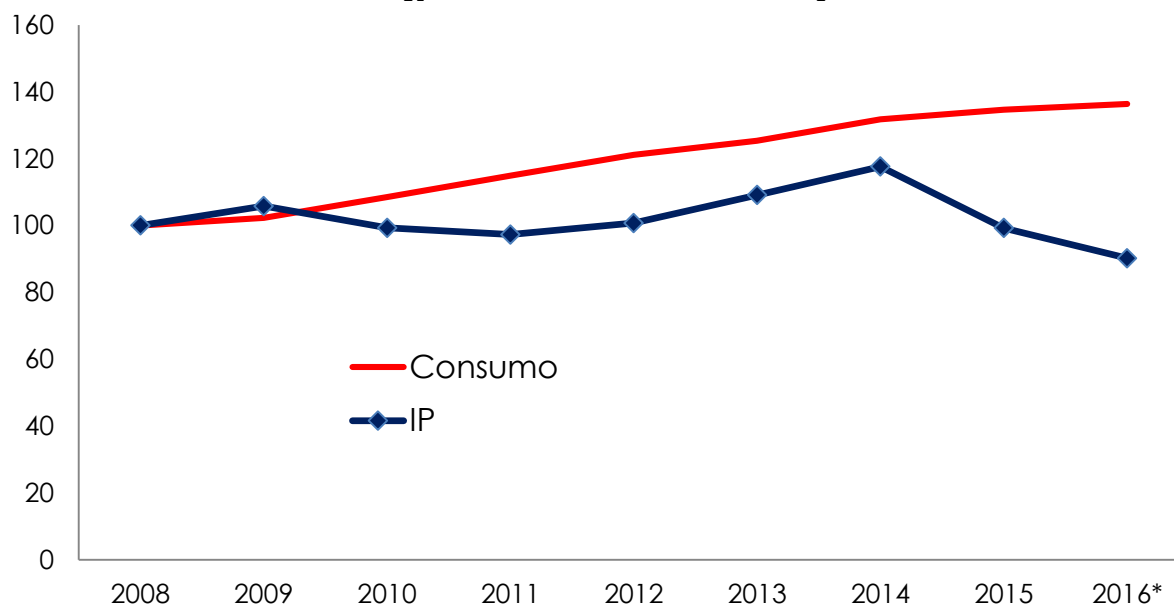
audap

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%**.

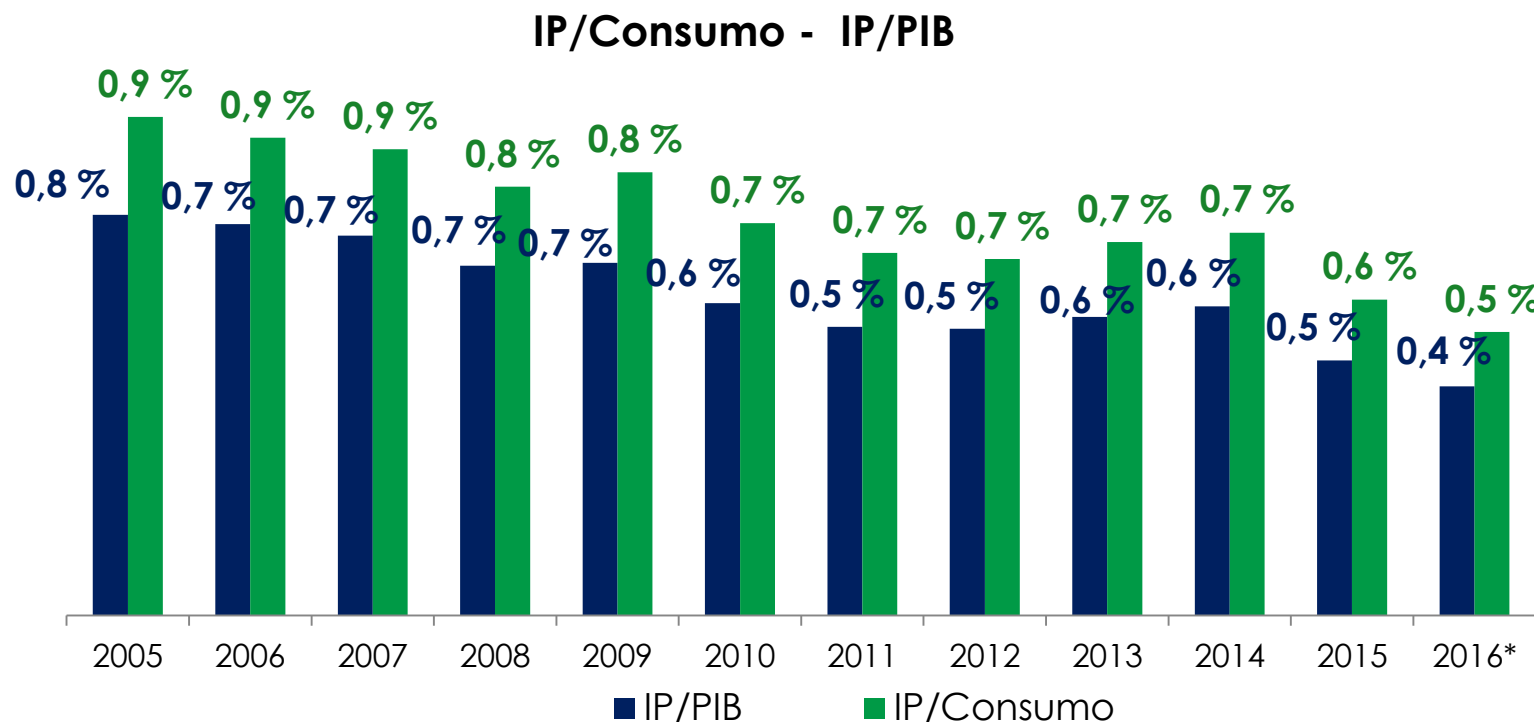
Inversión en publicidad y consumo (pesos constantes)



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



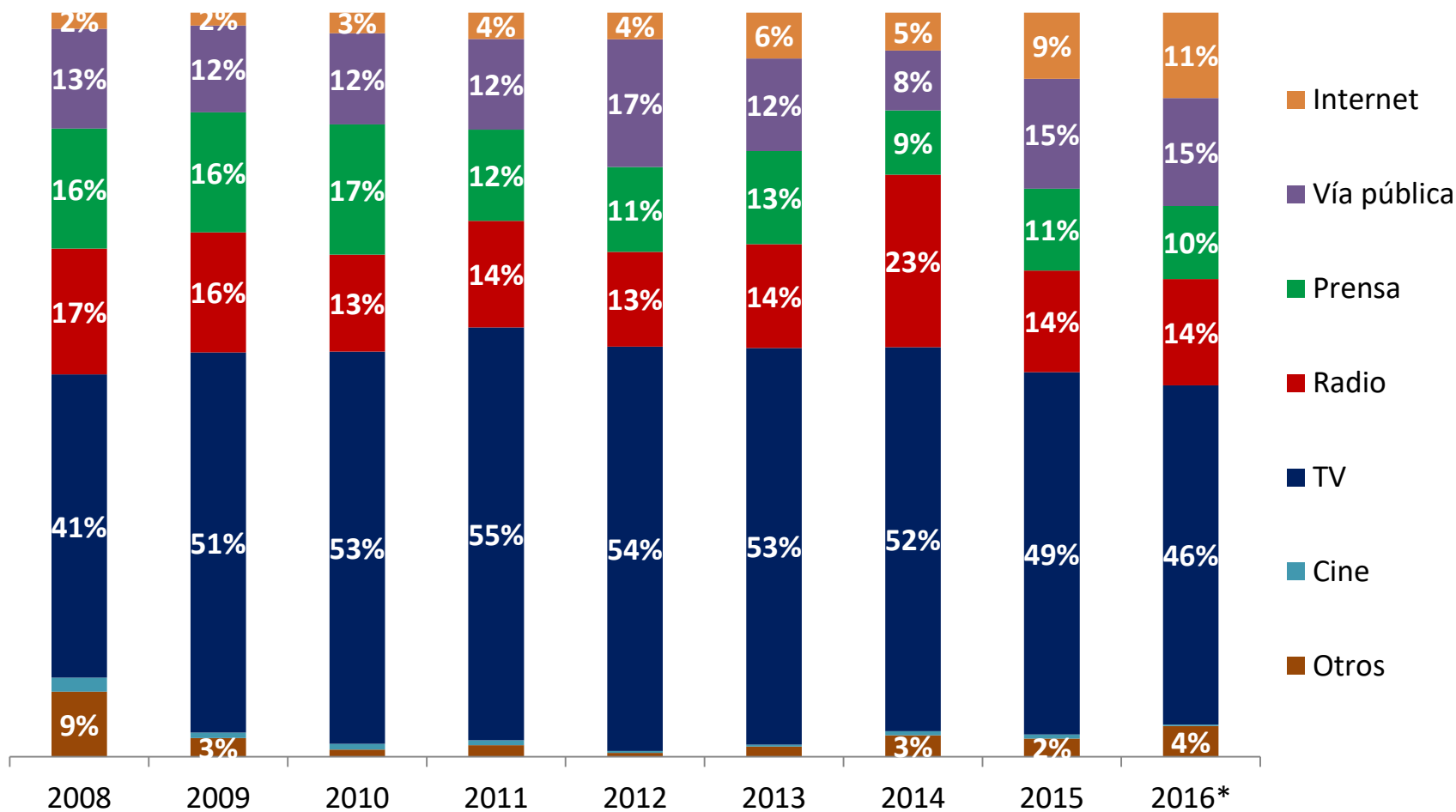
INVERSIÓN EN MEDIOS

audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



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



adap

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

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

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 .

The logo for audap, featuring the lowercase letters 'audap' in a teal, sans-serif font.

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

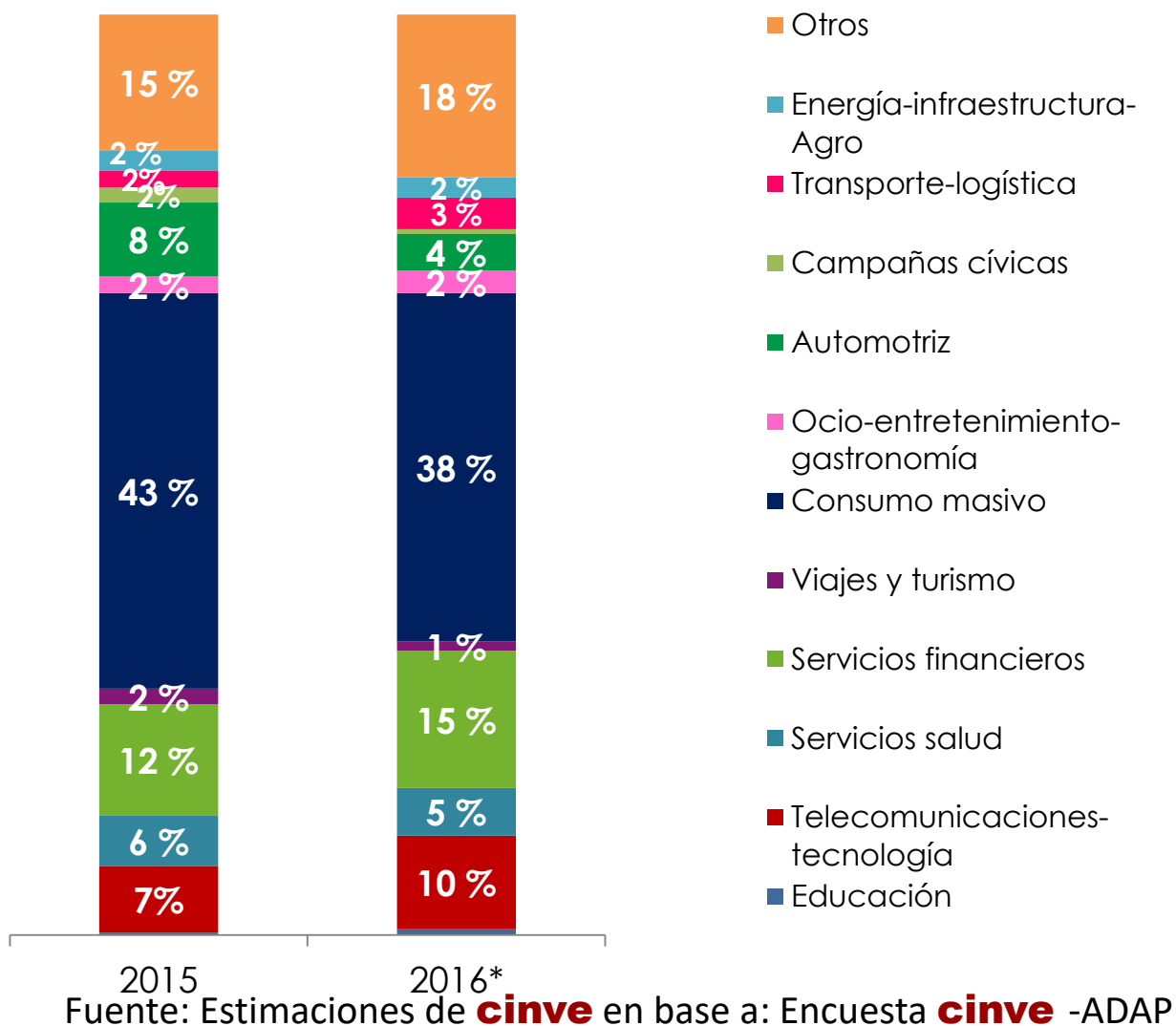
The logo for cinve, consisting of a stylized 'C' made of two overlapping semi-circles (one red, one yellow) to the left of the text 'cinve' in red, with 'CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS' in smaller black text below it.

DISTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD

nudap

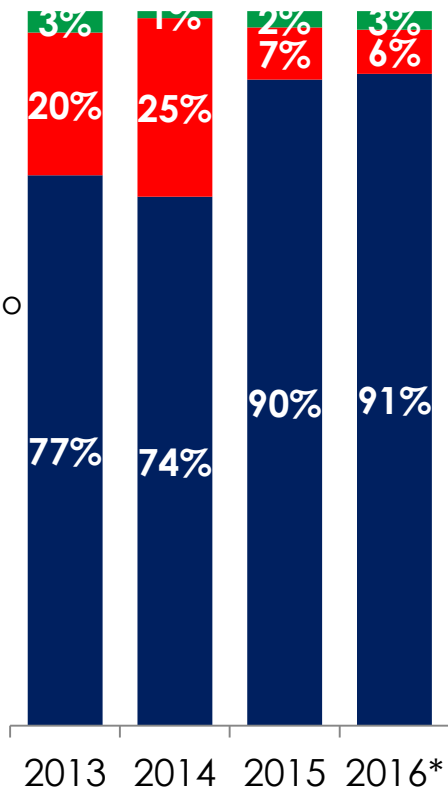


Distribución de la actividad según anunciante. Agencias de publicidad

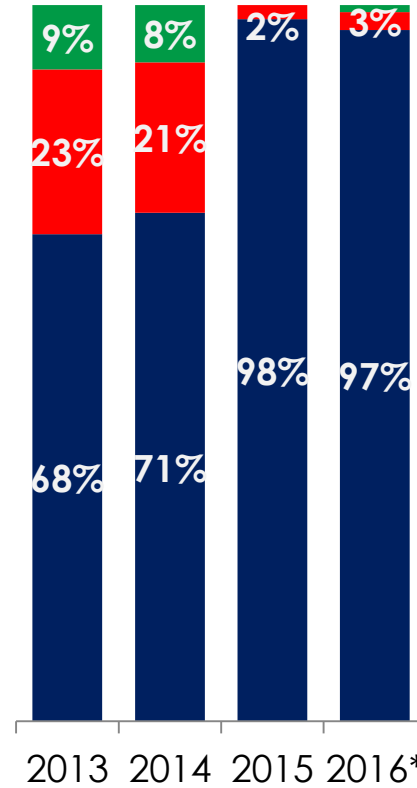


Distribución de las ventas según mercado

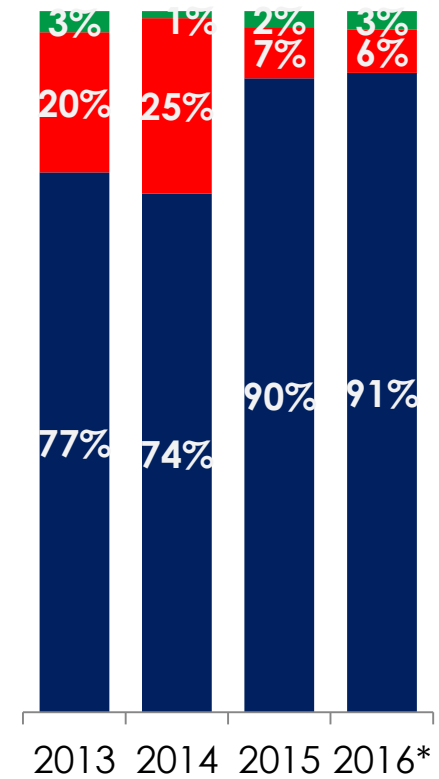
Agencias Publicidad



Agencias Digitales



Agencias Medios



- Mercado Externo
- Sector público
- Sector privado

nudap

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



CARACTERÍSTICAS DEL EMPLEO DE LAS AGENCIAS

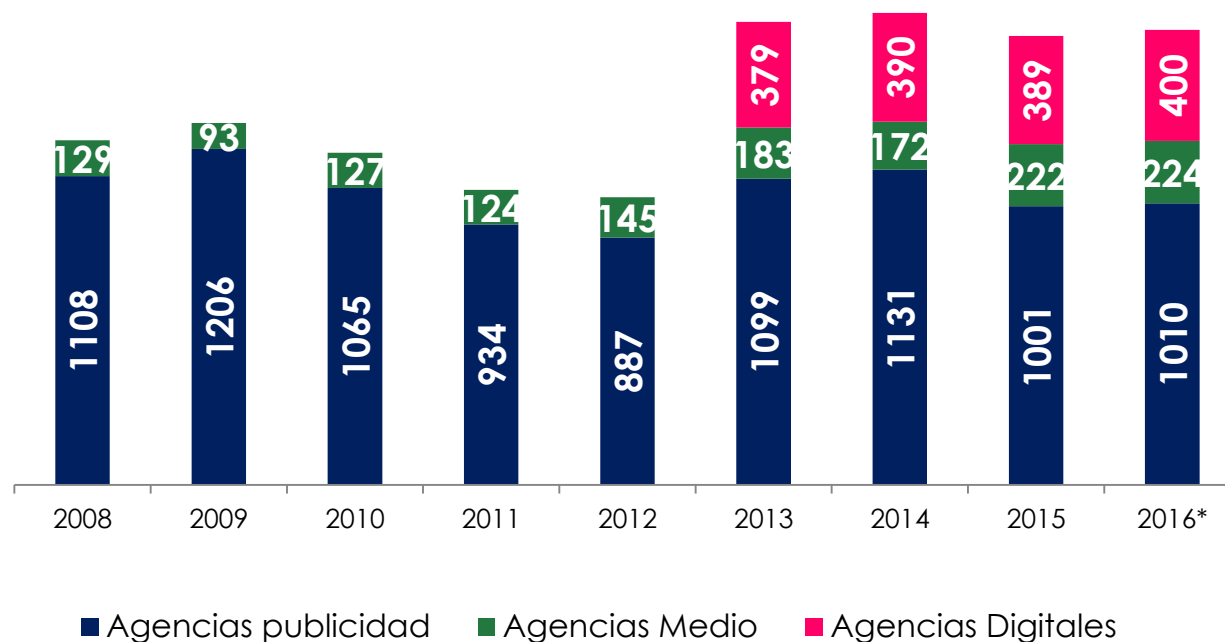
nudap

 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

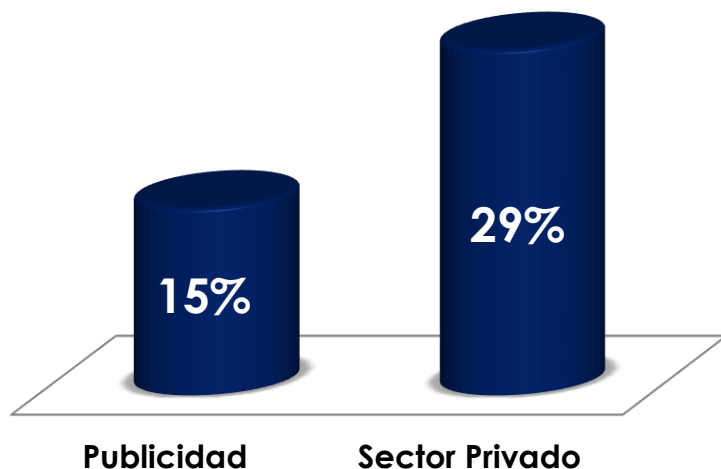
Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** -AUDAP, BCU e INE



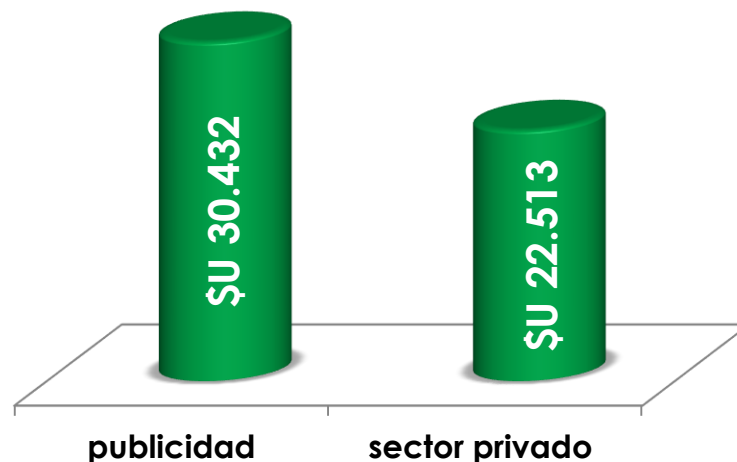
Indicadores de Informalidad e Ingreso del sector publicidad:

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

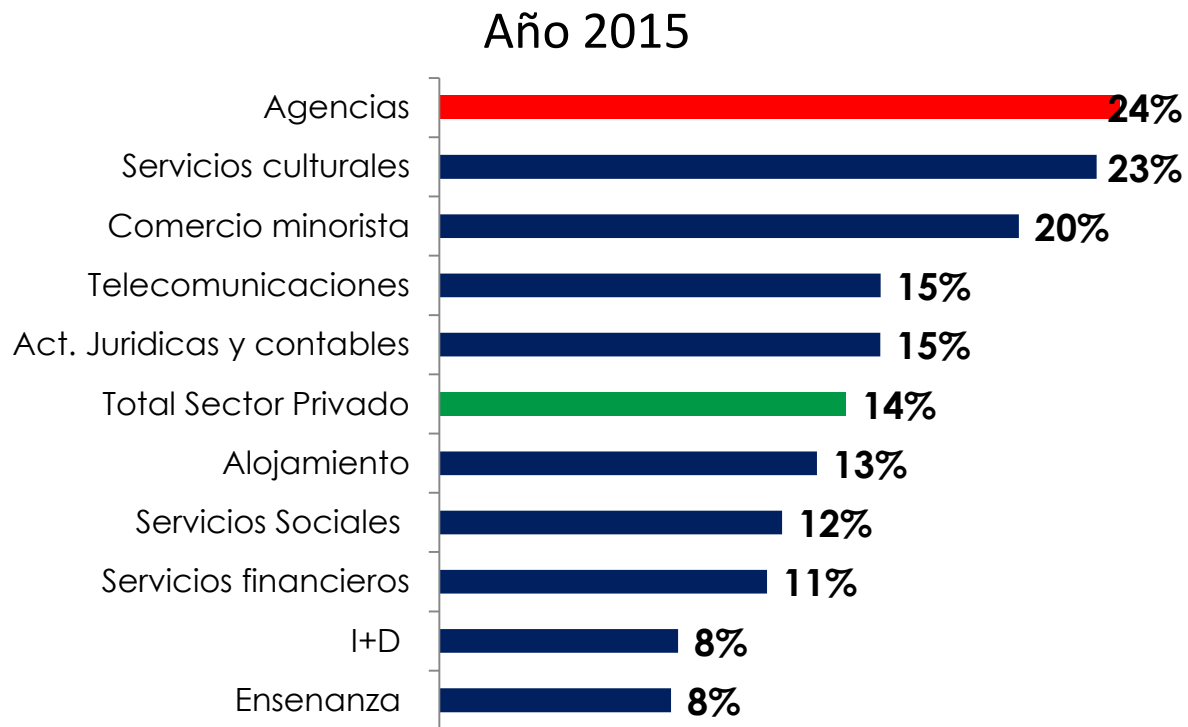


Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: INE ECH 2015



Proporción de ocupados menores de 25:

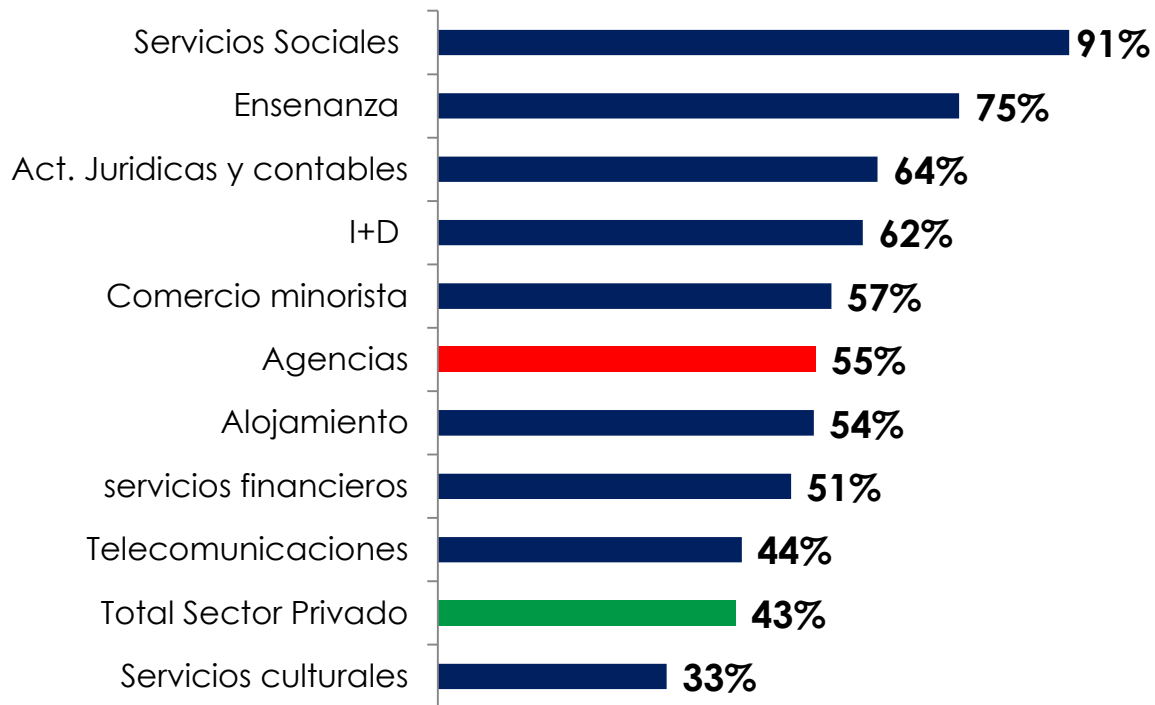
Las agencias se caracterizan por contratar una **proporción alta de personal menor a 25 años**, tanto en comparación con el sector privado como con otras actividades relacionadas a servicios.



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

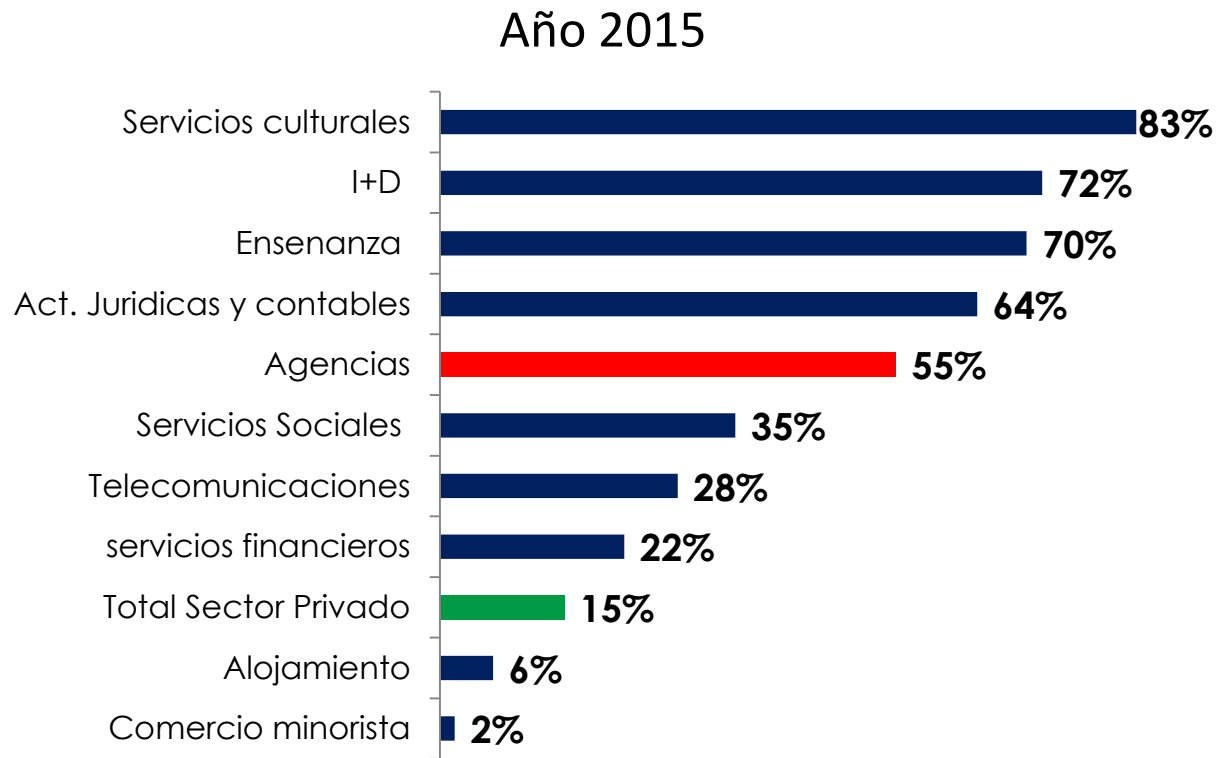


Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: Encuesta **cinve** –AUDAP. INE: ECH 2015



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

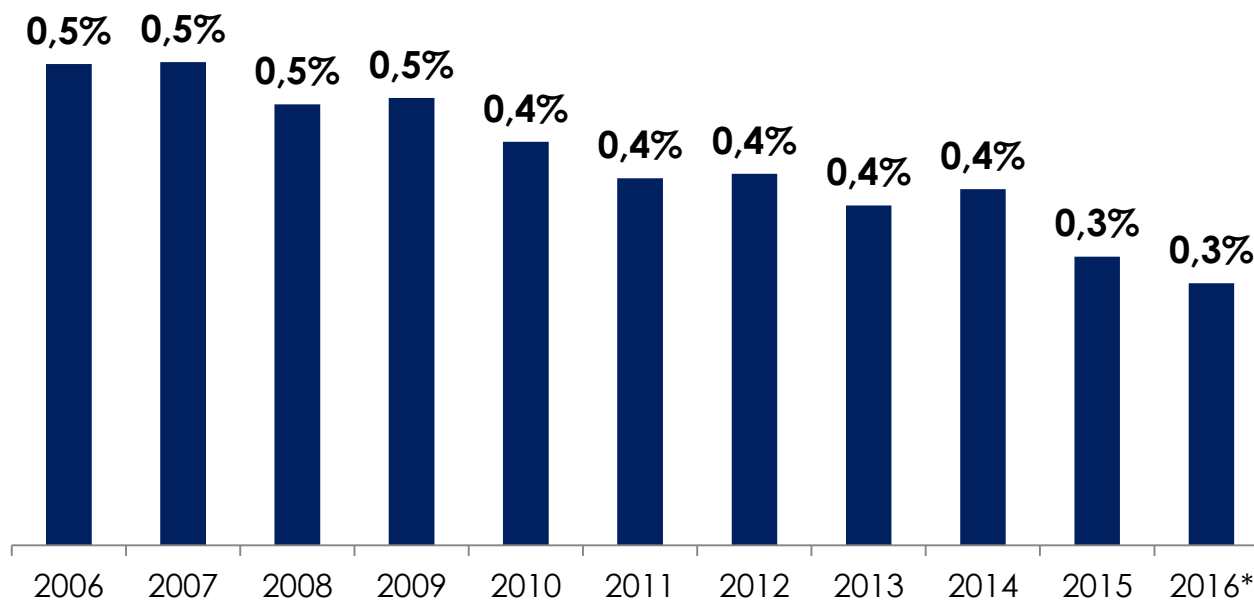
CONTRIBUCIÓN AL PIB

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

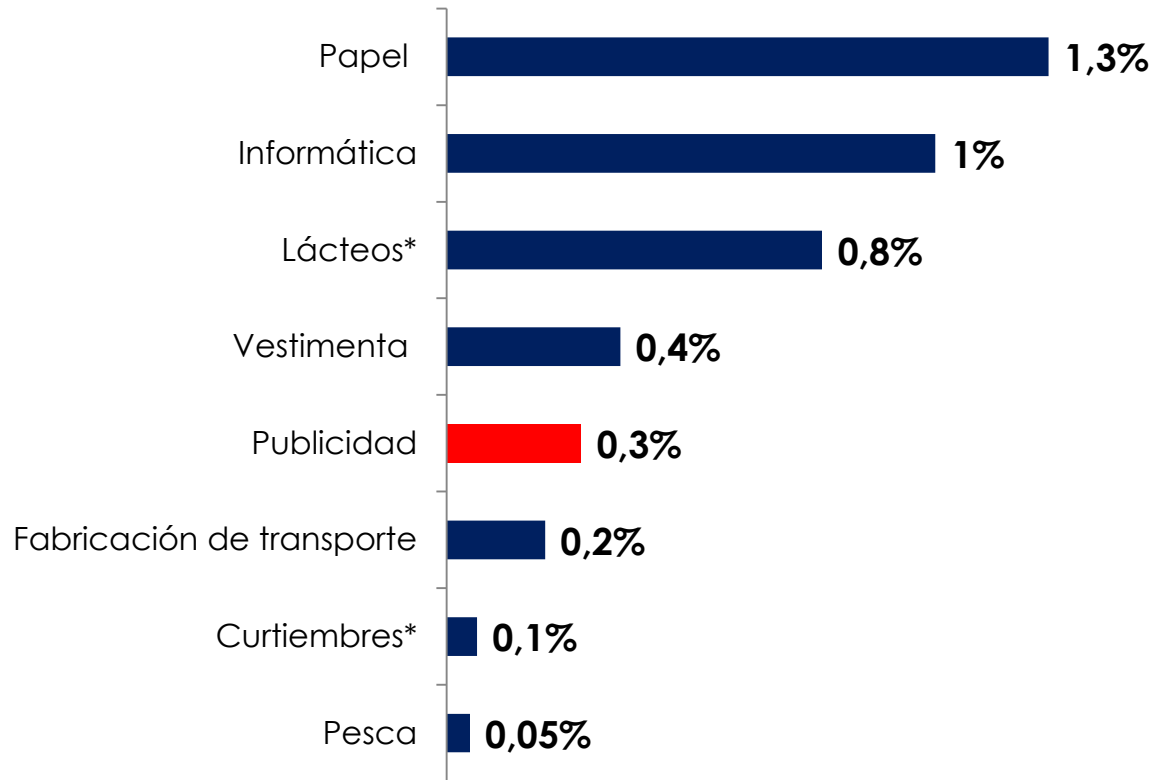
*Dato proyectado

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

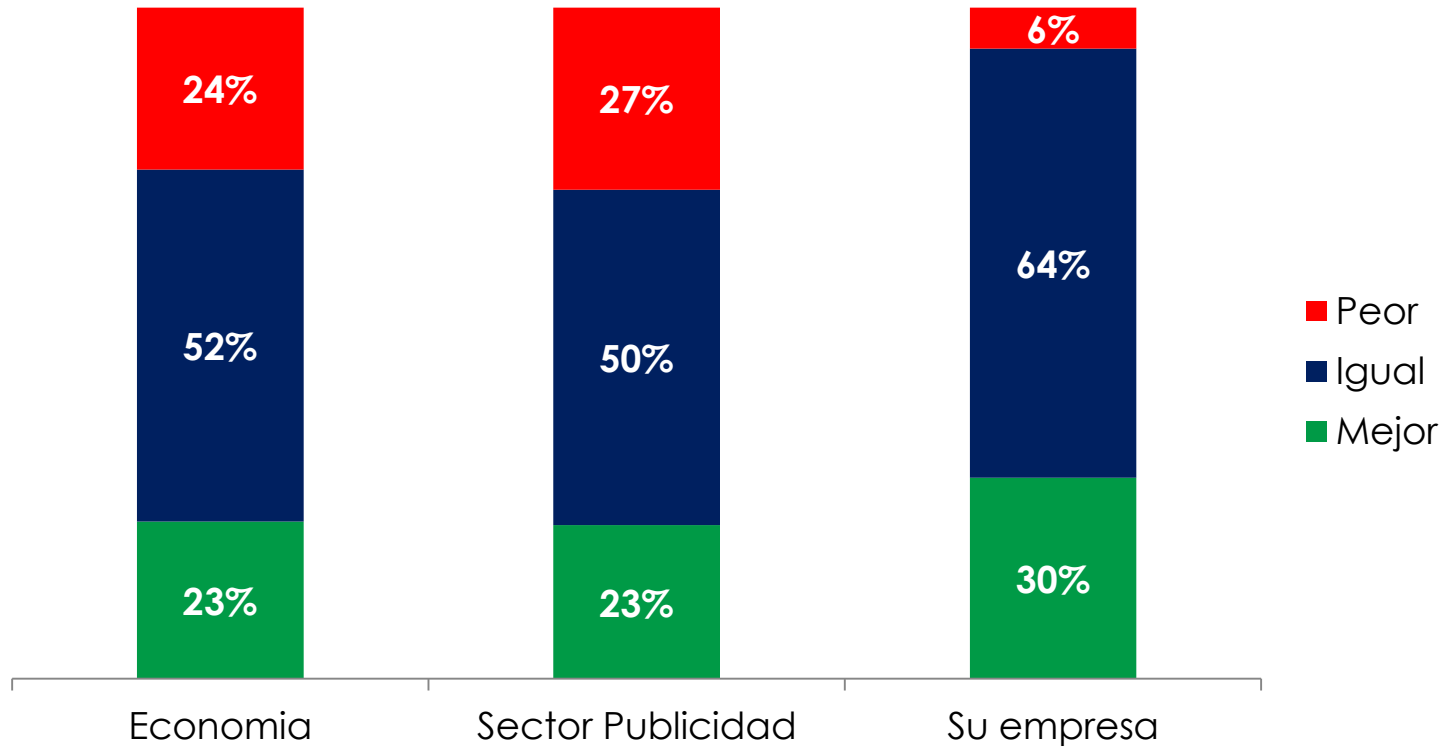


EXPECTATIVAS 2017

nudap



Expectativas del sector para 2017



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

nudap



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

