

La Industria Publicitaria y su impacto en la economía uruguaya

Informe 2015

4 de diciembre de 2015

Equipo de Trabajo - CINVE

Flavia Rovira, Paula Cobas, Agustín Greif, Adriana Saavedra, Leticia Piñeyro

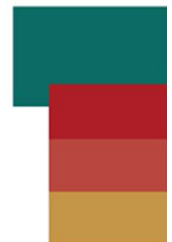
audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



OBJETIVOS DEL ESTUDIO, UNIVERSO DE ANÁLISIS Y MARCO MUESTRAL

audap



Objetivos

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

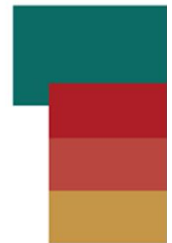
La **contribución directa** de la **actividad de las Agencias** a la economía uruguaya (PIB) en términos de **Valor Agregado y empleo**.

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

El aporte de las **Agencias** en cuanto a la **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

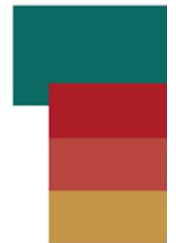
Fuentes primarias: **Encuesta a agencias de publicidad, agencias digitales, y agencias de medios.** Realizada por **cinve** para AUDAP entre setiembre y noviembre de 2015.

Fuentes secundarias:

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

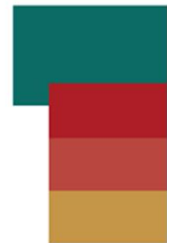
The logo for AUDAP, consisting of the lowercase letters 'audap' in a teal, sans-serif font.

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

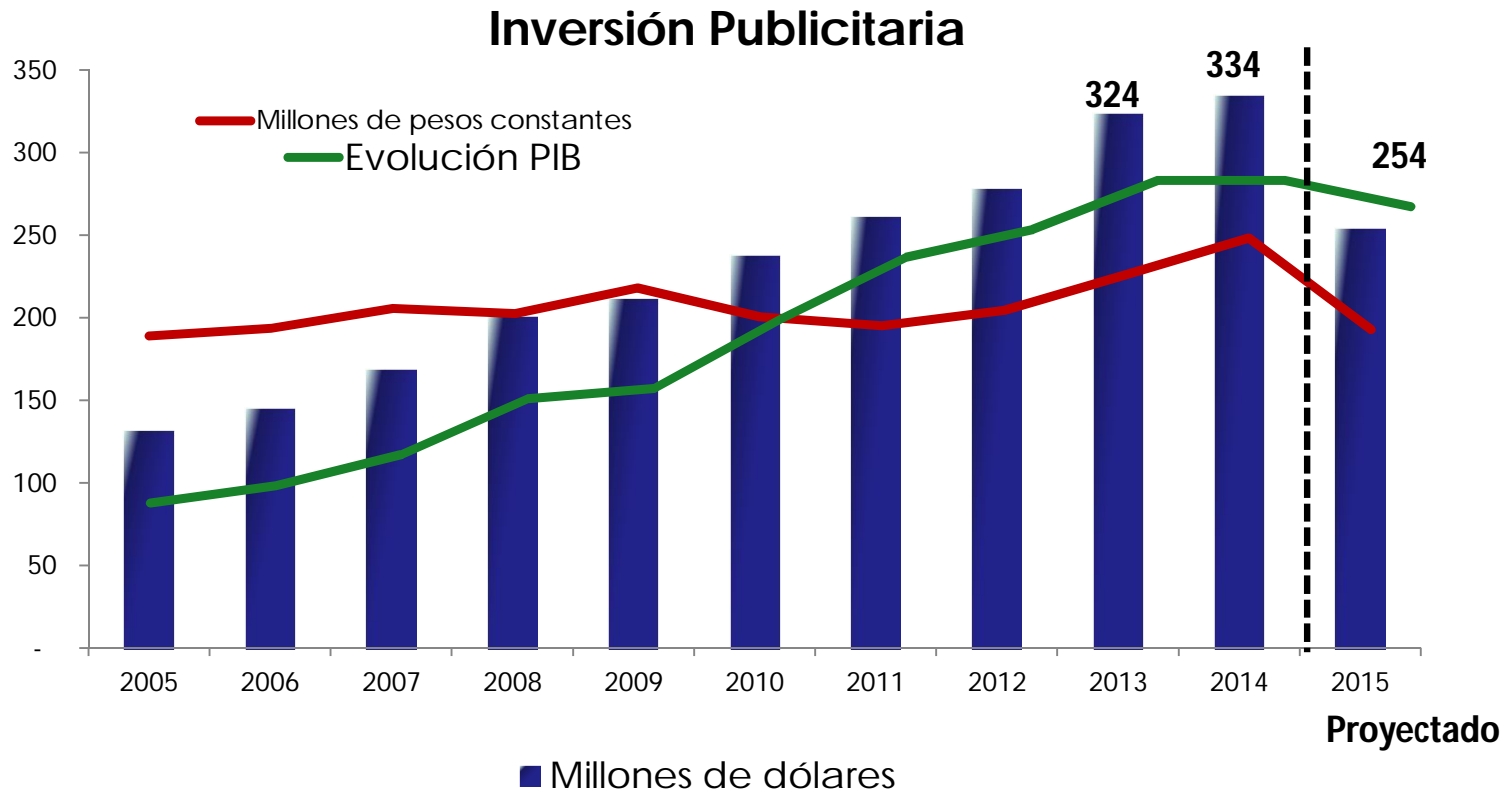


INVERSIÓN PUBLICITARIA Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA NACIONAL

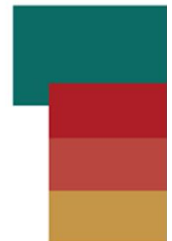
audap



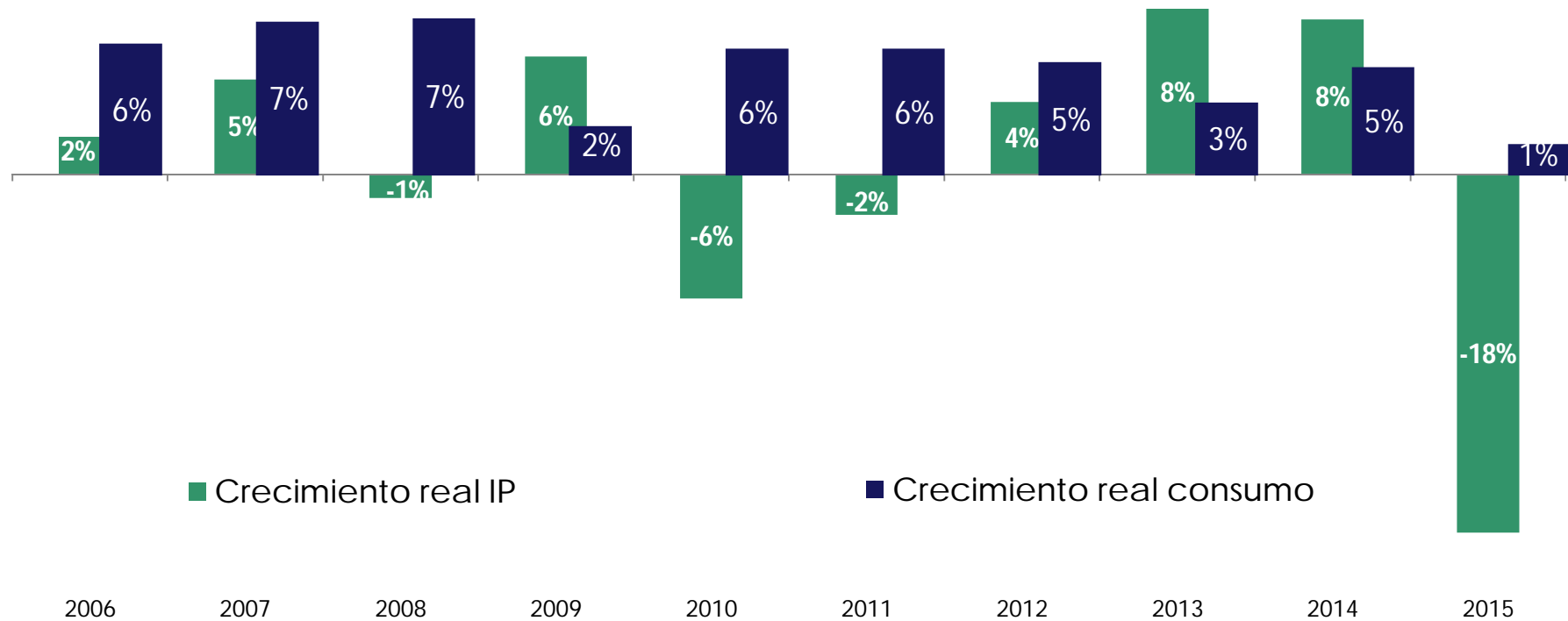
Luego de varios años de crecimiento, se estima que en 2015 **la Inversión Publicitaria caería un 24 %** medida en **dólares**, y un **17% en términos reales**



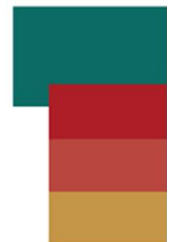
Fuente: Estimaciones de cinve en base a: Encuesta cinve -AUDAP; IBOPE, INE y BCU



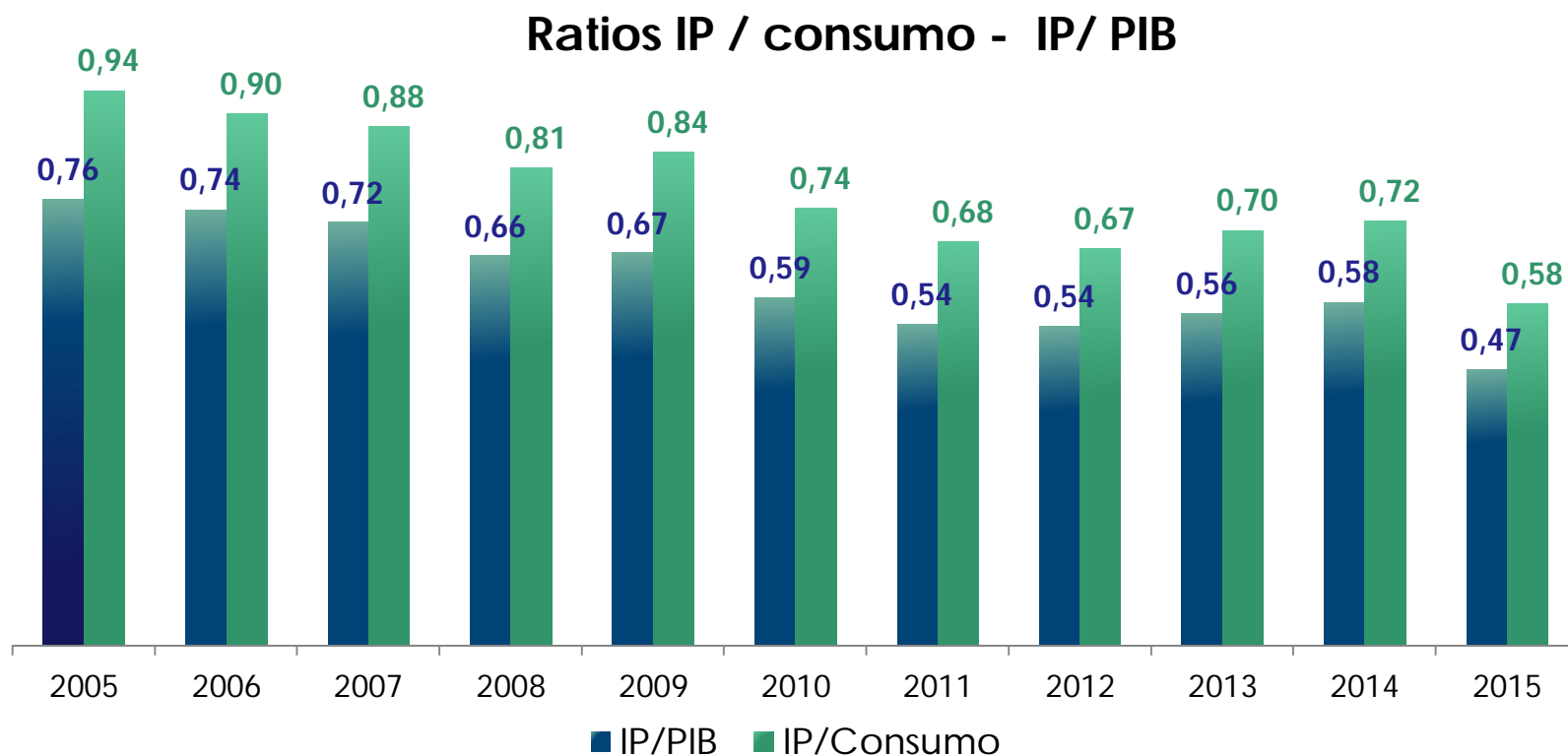
En términos reales, la inversión en publicidad creció un 7.6% en 2014 y cae un 17% en 2015. **Entre 2005 y 2015, la IP creció 2%,** evolucionando a menor ritmo que el consumo.



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



Consistente con esta evolución, se observa un **incremento en 2014** y una **caída en 2015** en el ratio de IP respecto al **PIB** y al **Consumo**



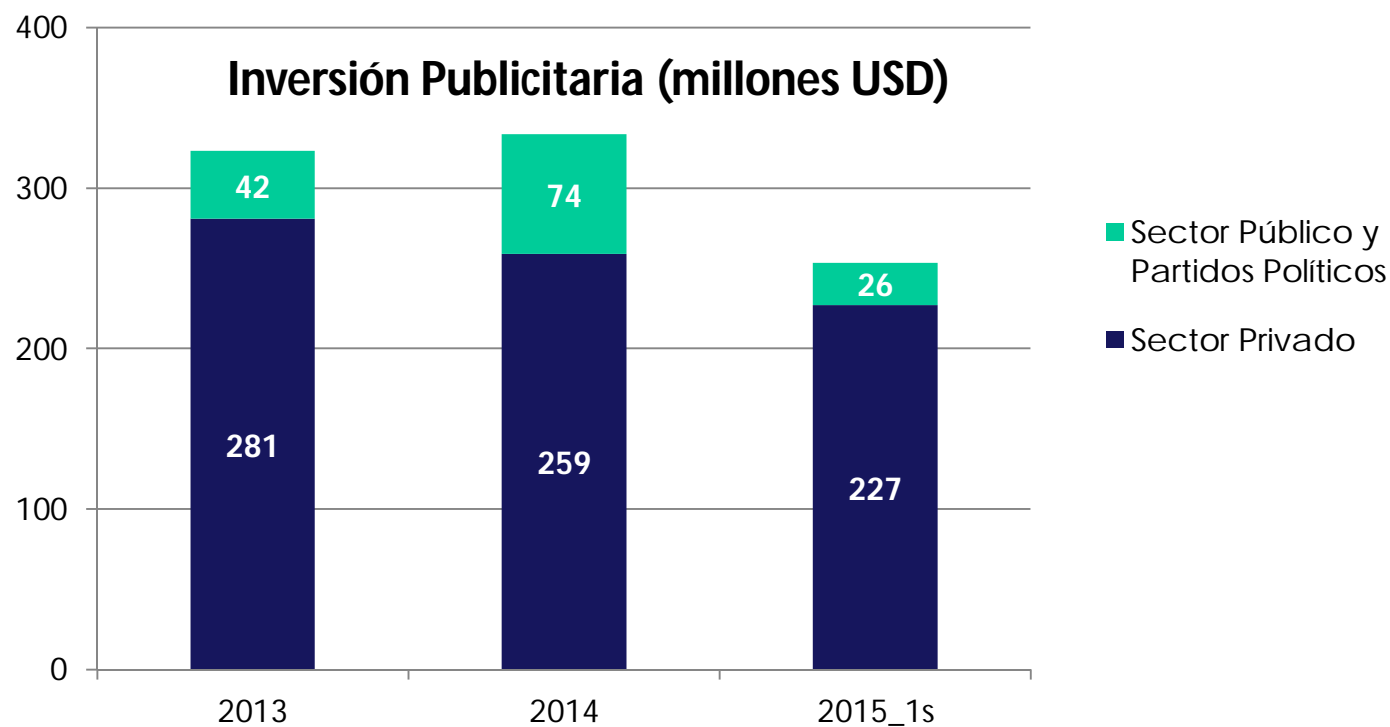
Fuente: Estimaciones de cinve en base a: Encuesta cinve -AUDAP; IBOPE, INE y BCU

audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Si bien la Inversión Publicitaria aumentó en el año electoral 2014, esto se debe al sector público y los partidos políticos. **En el sector privado disminuyó tanto en 2014 como en 2015.** |



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

audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



CONTRATACIÓN DE PERSONAL DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD, DE MEDIOS Y DIGITALES

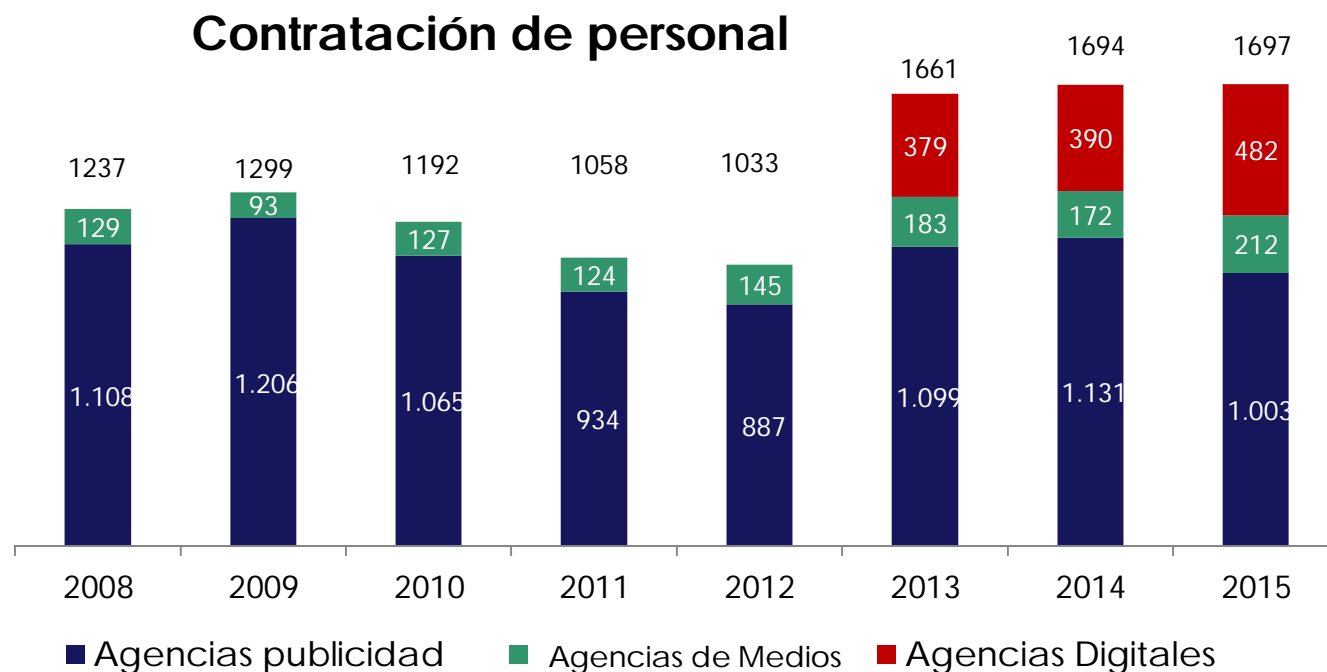
audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

cinve consultora



En **2014** continuó la **tendencia creciente en la contratación de personal**, si bien esta tendencia se revierte en 2015 para agencias de publicidad.



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



CARACTERÍSTICAS DEL EMPLEO DEL SECTOR

audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

cinve consultora



Indicadores de Informalidad e Ingreso

En términos relativos al total de la economía y al promedio del sector privado, el personal ocupado en el sector de publicidad presenta **mayores ingresos** y **menor tasa de informalidad**.

| 2014 | Informalidad | Ingresos promedio (pesos) |
|----------------------|--------------|---------------------------|
| Publicidad | 19,2% | 27.036 |
| S. Privado | 30,3% | 23.239 |
| Total de la Economía | 25,6% | 24.690 |

Fuente: Estimaciones de **cinve** en base a: INE ECH 2014

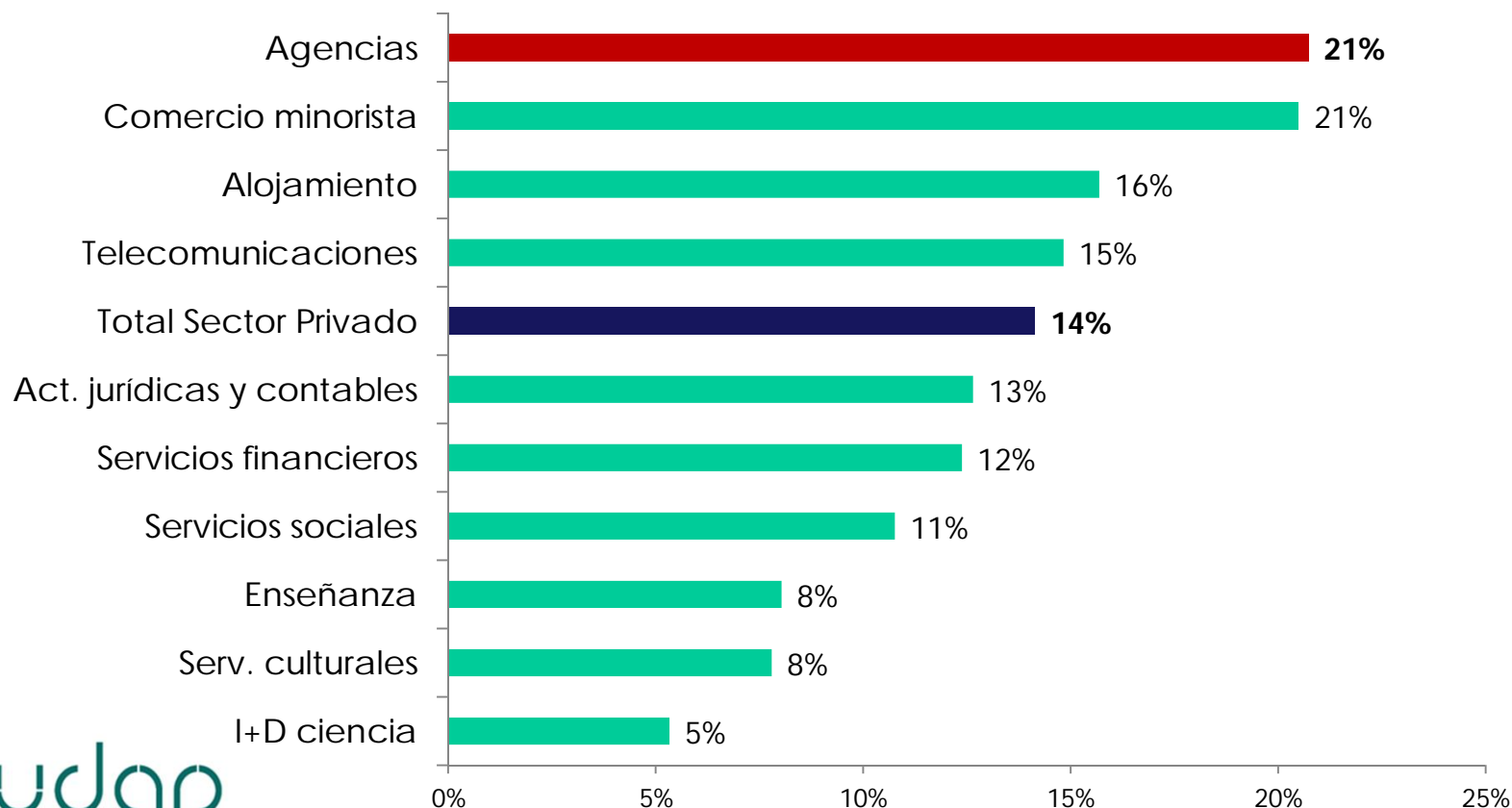
audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Ocupados menores de 25 años

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



Fuente: Estimaciones de cinve en base a: Encuesta cinve –AUDAP. INE: ECH 2014

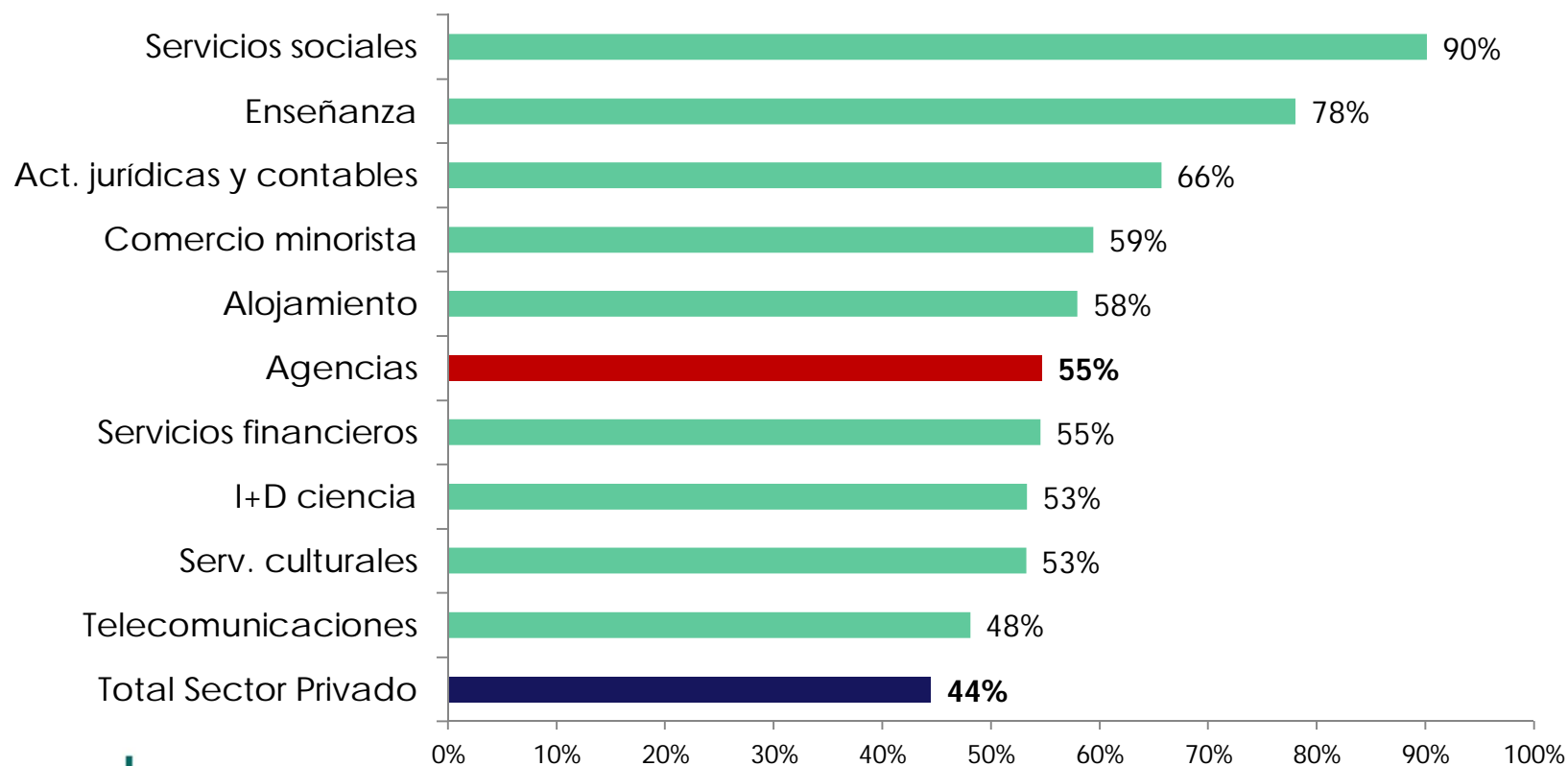
audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Empleo Femenino

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



audap

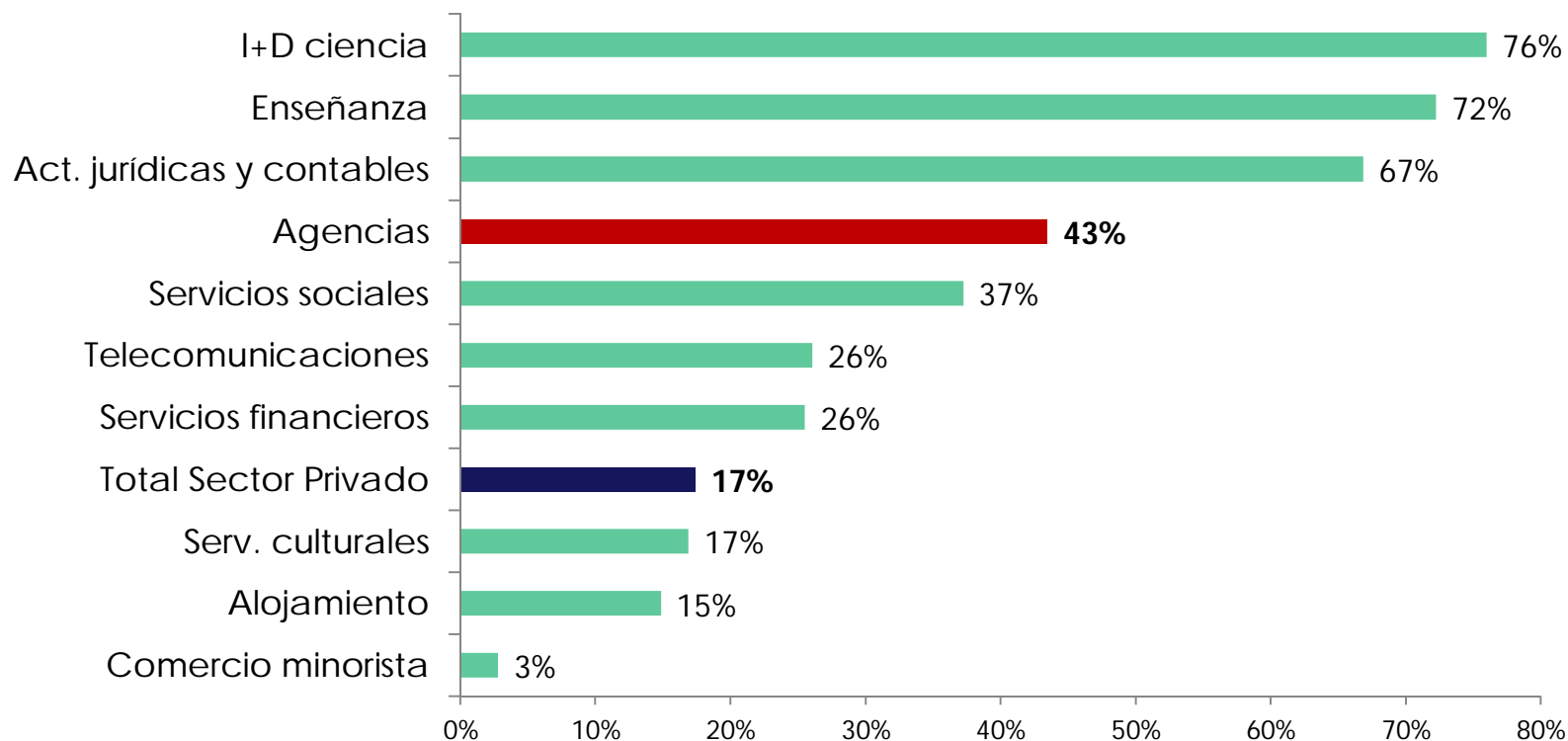
Fuente: Estimaciones de cinve en base a: Encuesta cinve –AUDAP. INE: ECH 2014

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Profesionales y técnicos ocupados

Los profesionales y técnicos representan un 43% de la población ocupada en las agencias de publicidad, de medios y digitales, **más del doble al promedio del sector privado.**



audap

Fuente: Estimaciones de cinve en base a: Encuesta cinve –AUDAP. INE: ECH 2014

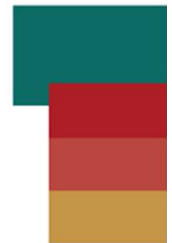
cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



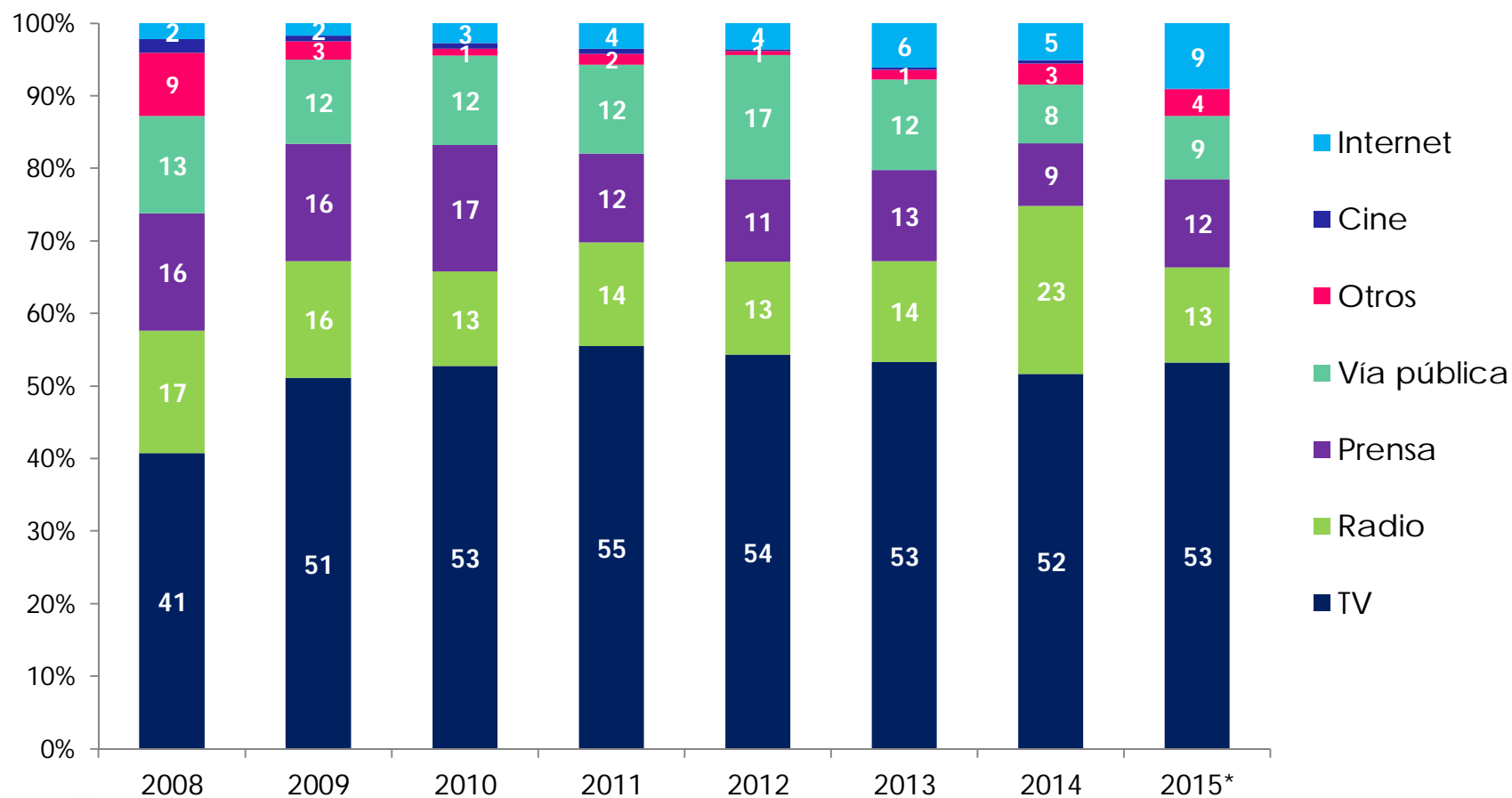
INVERSIÓN EN MEDIOS

audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Distribución de la inversión canalizada por Agencias de Publicidad y de Medios, según tipo de medio



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



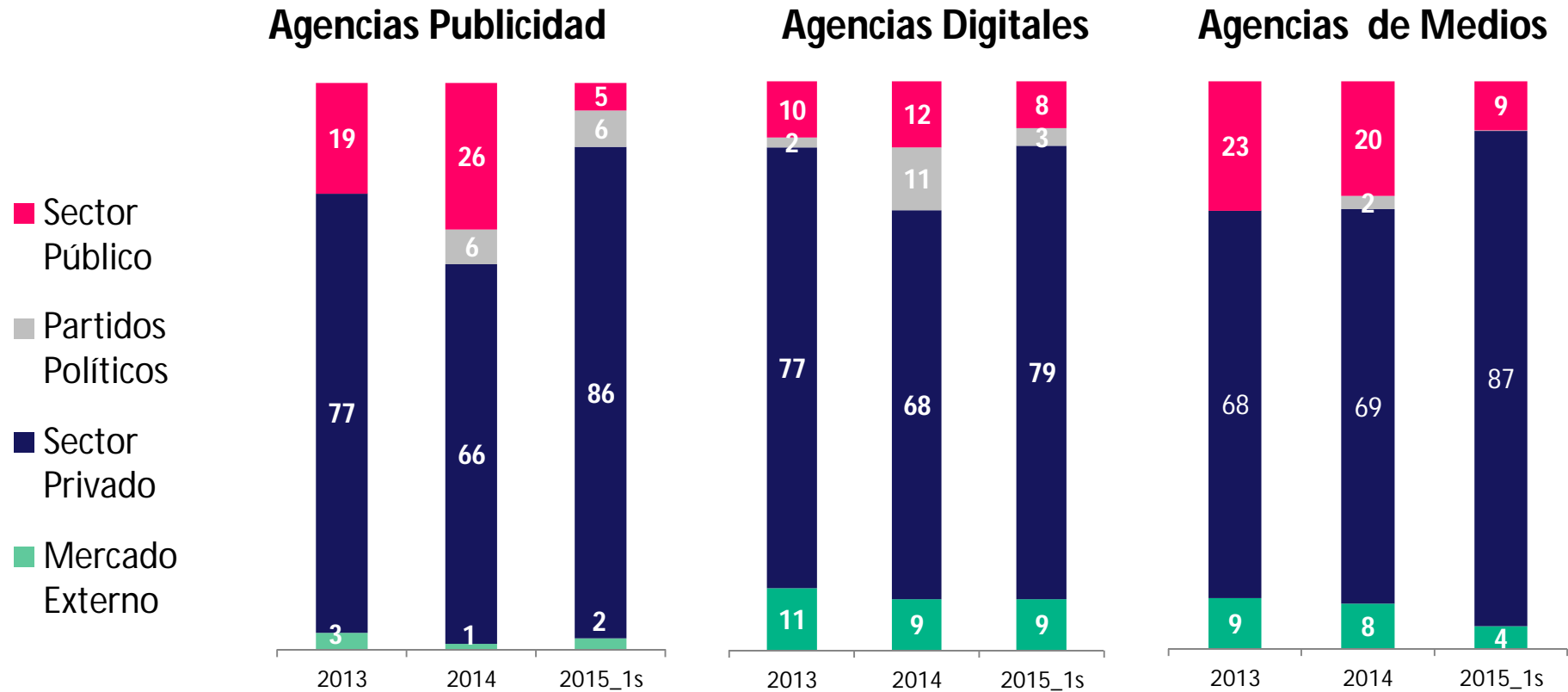
INVERSIÓN POR MERCADOS

audap

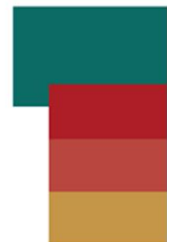
 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Distribución porcentual de la inversión según mercado

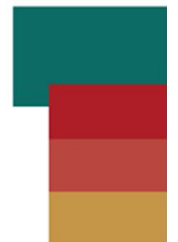


Fuente: Estimaciones de cinve en base a: Encuesta cinve -AUDAP

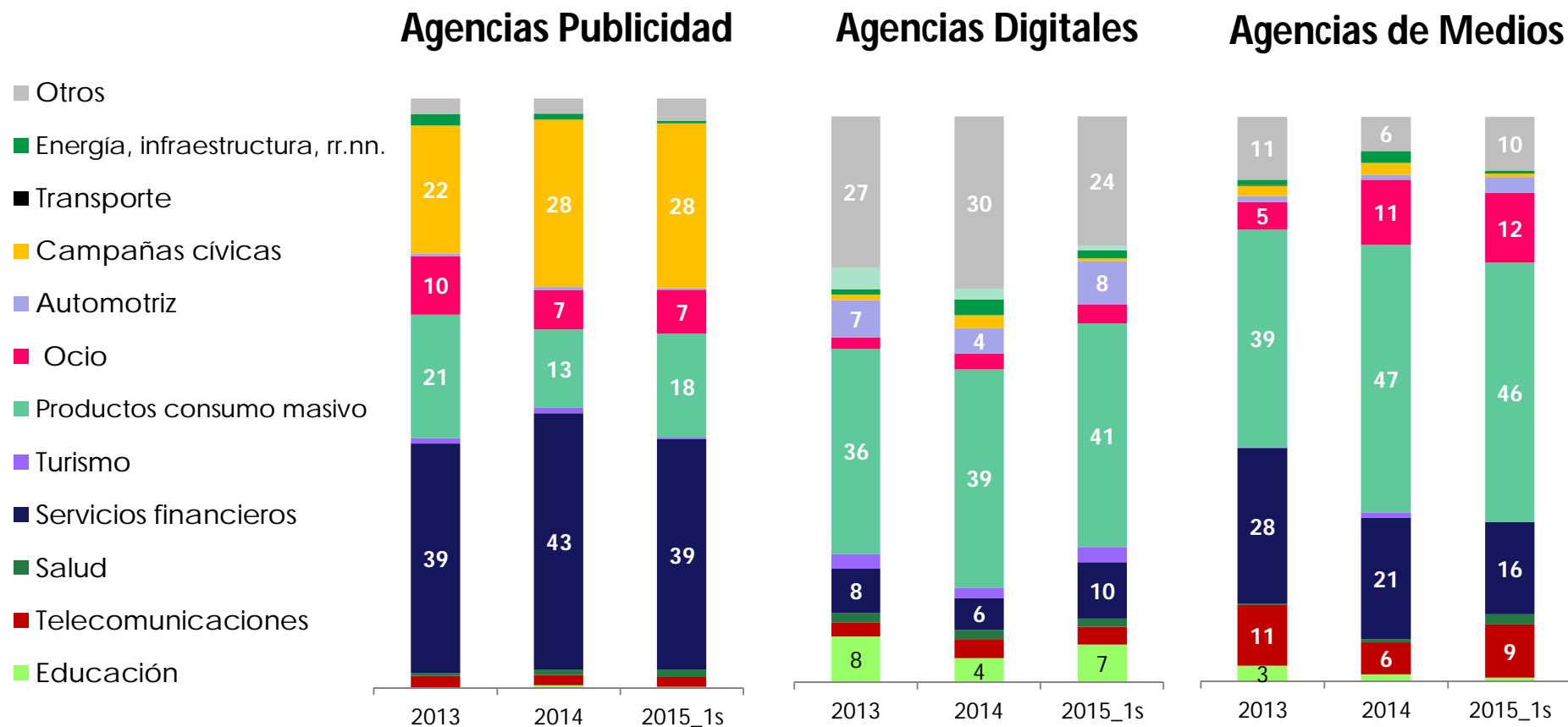


INVERSIÓN POR ANUNCIANTE

audap



Distribución porcentual de la inversión según anunciante



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



CONTRIBUCIÓN AL PIB

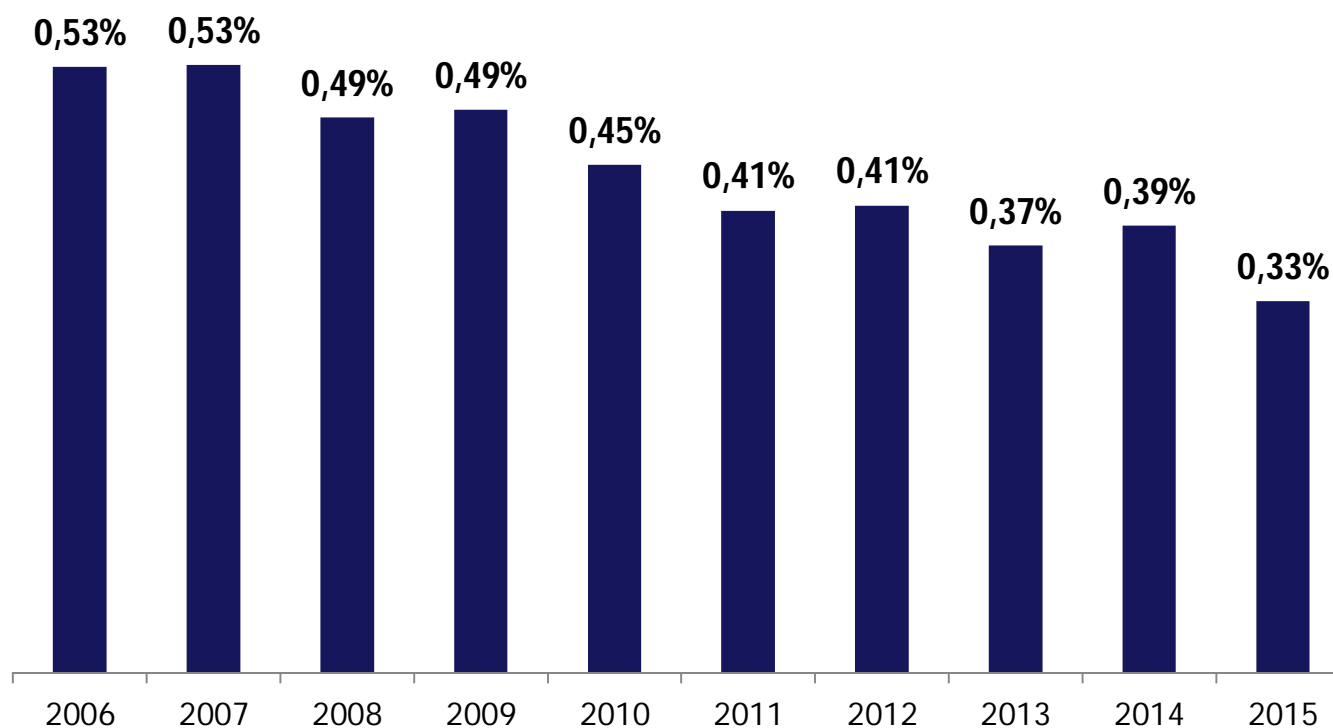
audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



La contribución de la actividad publicitaria al PIB se mantuvo **estable entre 2011 y 2014** pero **disminuye en 2015**. Se estima un aporte en 2015 de 0,33% del PIB.

Contribución al PIB



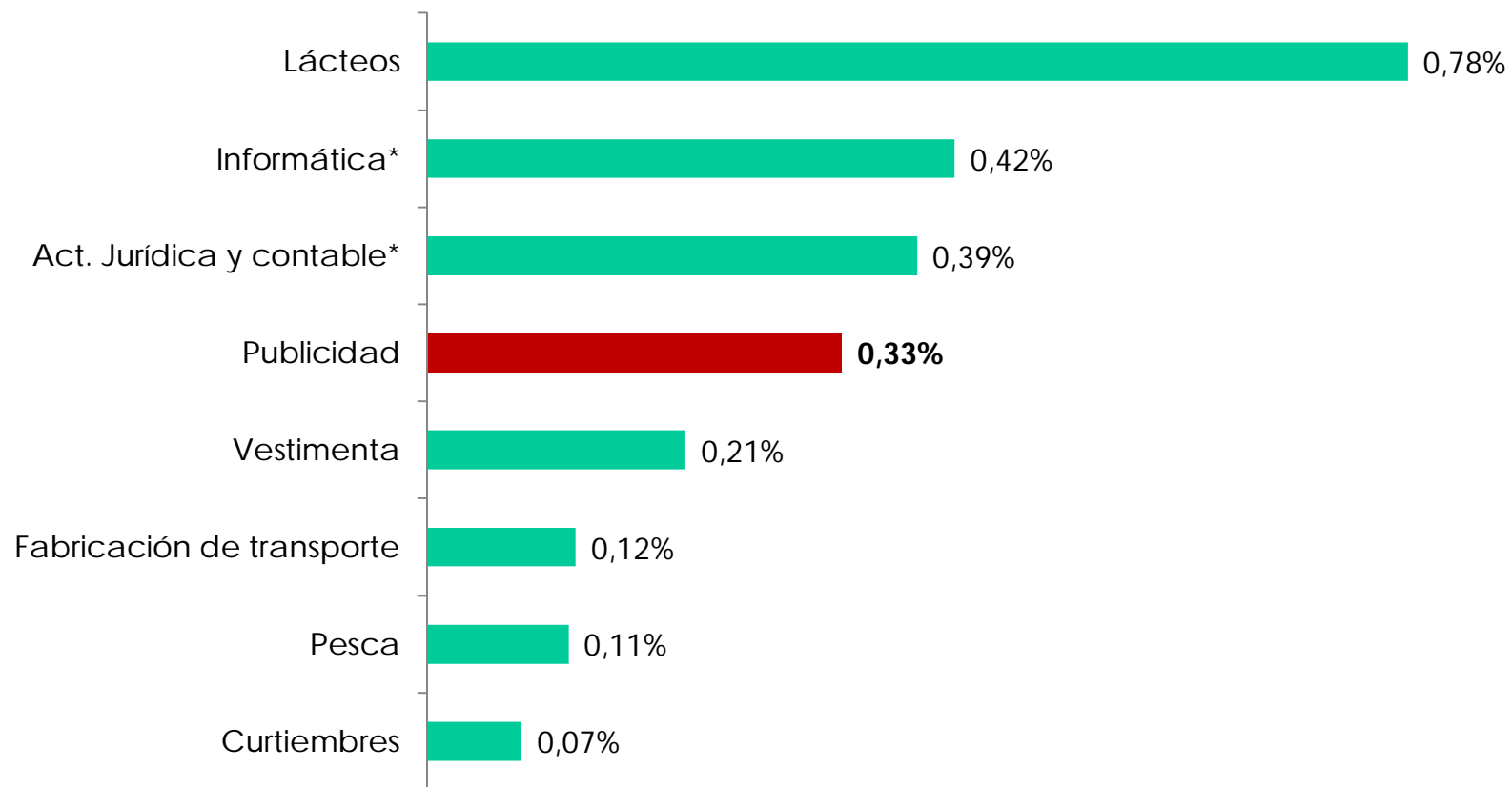
audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

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



Contribución al PIB: comparación con sectores seleccionados



audap

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

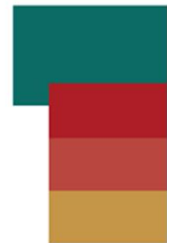
Fuente: Estimaciones de cinve en base a: Encuesta cinve-AUDAP, IBOPE, Equipos Mori, INE y BCU. *Refiere a la relación del año 2009, último dato disponible para estas actividades



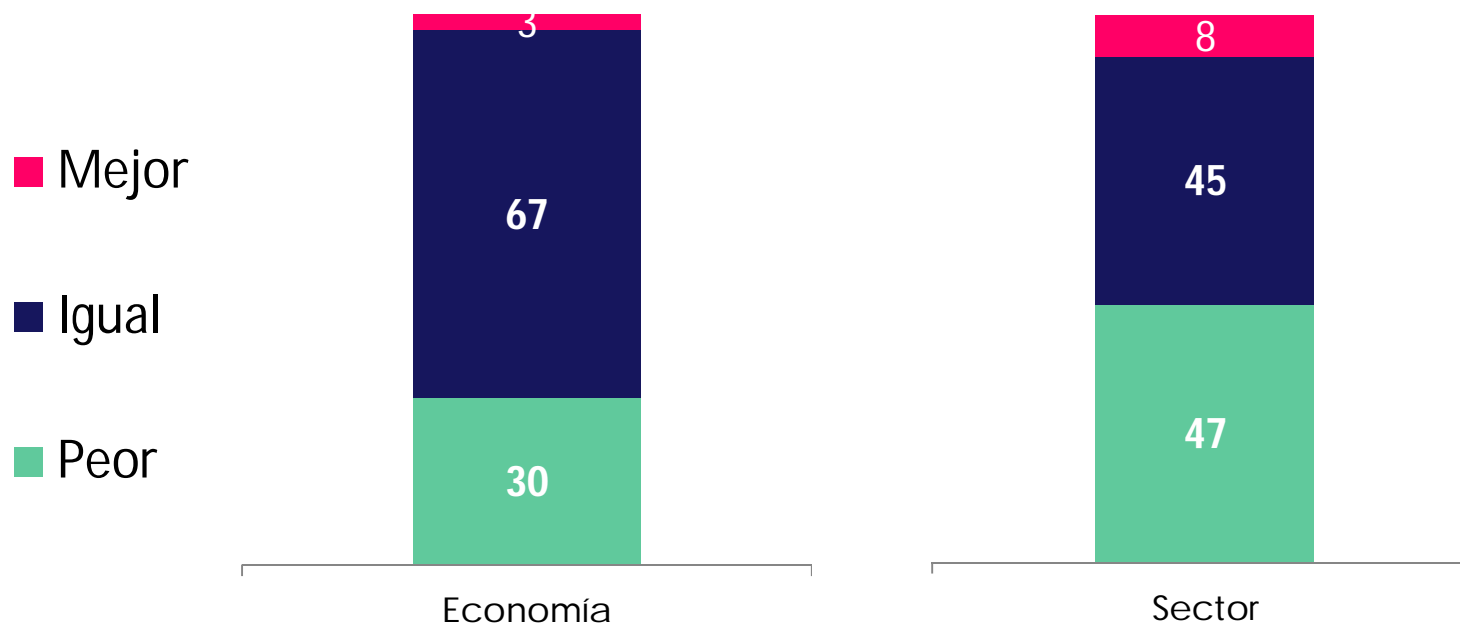
EXPECTATIVAS PARA 2016

audap

 **cinve**
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS



Expectativas de las empresas del sector para 2016



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

Informe 2015

4 de diciembre de 2015

Equipo de Trabajo - CINVE

Flavia Rovira, Paula Cobas, Agustín Greif, Adriana Saavedra, Leticia Piñeyro

