

INVERSION 2009

INVERSION PUBLICITARIA

INDICADORES PUBLICITARIOS

Resumen Ejecutivo

- Este documento contiene una serie de indicadores elaborados a partir de las cifras de inversión publicitaria consolidadas por ACHAP. Los datos han sido proveídos por los medios, estimaciones de la asociación y de las siguientes agencias de medios: Initiative, Mediacom, Media Edge, Starcom, Mindshare, OMG, Total Media, Triángulo Carat, Universal McCann y Young Media
- La inversión publicitaria alcanza un total de 486.261 millones de pesos durante el año 2009.
- Este valor incluye la inversión en televisión (abierta y por cable), radio, prensa (diarios y revistas), vía pública, cine y medios on line.
- Esta cifra es equivalente a 869 millones de dólares.
- La inversión publicitaria presenta una caída de -5,1% real, mientras que el PIB (Producto Interno Bruto) decreció -1,5% el año 2009.
- La relación entre la inversión publicitaria y el PIB alcanza un 0,53%.

Inversión 2009

- La caída de la inversión publicitaria se explica principalmente por la disminución de la inversión en la prensa (diarios y revistas) y en la vía pública.
- Cine es el medio que registra el mayor crecimiento, mientras que revistas es el medio que muestra la mayor caída.
- Los medios que crecen son la televisión (0,9%), el cine (23,2%), el cable (13,3%) y los medios on line (18,3%)
- Los medios que decrecen son los diarios (-14,3%), las radios (-1,0%), las revistas (-23,1%) y la vía pública (-16,2%)
- La televisión alcanza una participación sobre el total superior al 50%, por primera vez en los últimos diez años.

Inversión por Medio

ACHAP				
INVERSION PUBLICITARIA 2009				
REAL	2009	2009	PART	VAR
	MM\$	MMUS\$	%	REAL
TELEVISION	250.379	447	51,5	0,9%
DIARIOS	126.150	225	25,9	-14,3%
RADIOS	36.408	65	7,5	-1,0%
REVISTAS	11.386	20	2,3	-23,1%
VIA PUBLICA	37.139	66	7,6	-16,2%
CINE	1.411	3	0,3	23,2%
TV CABLE	9.684	17	2,0	13,3%
ON LINE	13.704	24	2,8	18,3%
TOTAL	486.261	869	100,0	-5,1%

Inversión **Histórica**

- La tasa de crecimiento de la inversión publicitaria es negativa por segundo año consecutivo.
- El fenómeno de “doble tasa negativa” se produce por primera vez en esta década*.
- La tasa de crecimiento de la inversión publicitaria es nuevamente inferior al PIB, siendo ambas negativas por primera vez en la década.
- Las cifras de inversión publicitaria en dólares tienen una mayor fluctuación por el efecto del tipo de cambio.
- La caída de la relación entre la inversión y el PIB se acentúa en los dos últimos años.

*El otro año de la última década con crecimiento negativo fue 2001

Inversión Histórica

MILLONES DE PESOS 2009

ACHAP										
INVERSION PUBLICITARIA										
REAL	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$
TELEVISION	181.334	190.753	207.769	210.481	221.115	232.355	245.666	263.920	248.138	250.379
DIARIOS	146.168	122.605	125.737	121.037	132.289	143.853	149.011	156.710	147.140	126.150
RADIOS	44.621	40.725	39.784	39.416	37.107	40.324	38.142	38.011	36.776	36.408
REVISTAS	21.377	18.070	17.408	16.434	15.579	15.675	15.828	17.061	14.812	11.386
VIA PUBLICA	28.454	26.910	26.784	28.136	34.336	41.235	45.190	51.831	44.338	37.139
CINE	1.786	1.690	1.483	1.470	1.497	1.536	1.456	1.464	1.146	1.411
TV CABLE				7.015	7.459	8.397	8.527	10.206	8.545	9.684
ON LINE				3.780	4.104	5.364	6.952	8.746	11.589	13.704
TOTAL	423.740	400.753	418.964	427.770	453.487	488.739	510.773	547.949	512.484	486.261
VARIACION %	1,6%	-5,4%	4,5%	2,1%	6,0%	7,8%	4,5%	7,3%	-6,5%	-5,1%

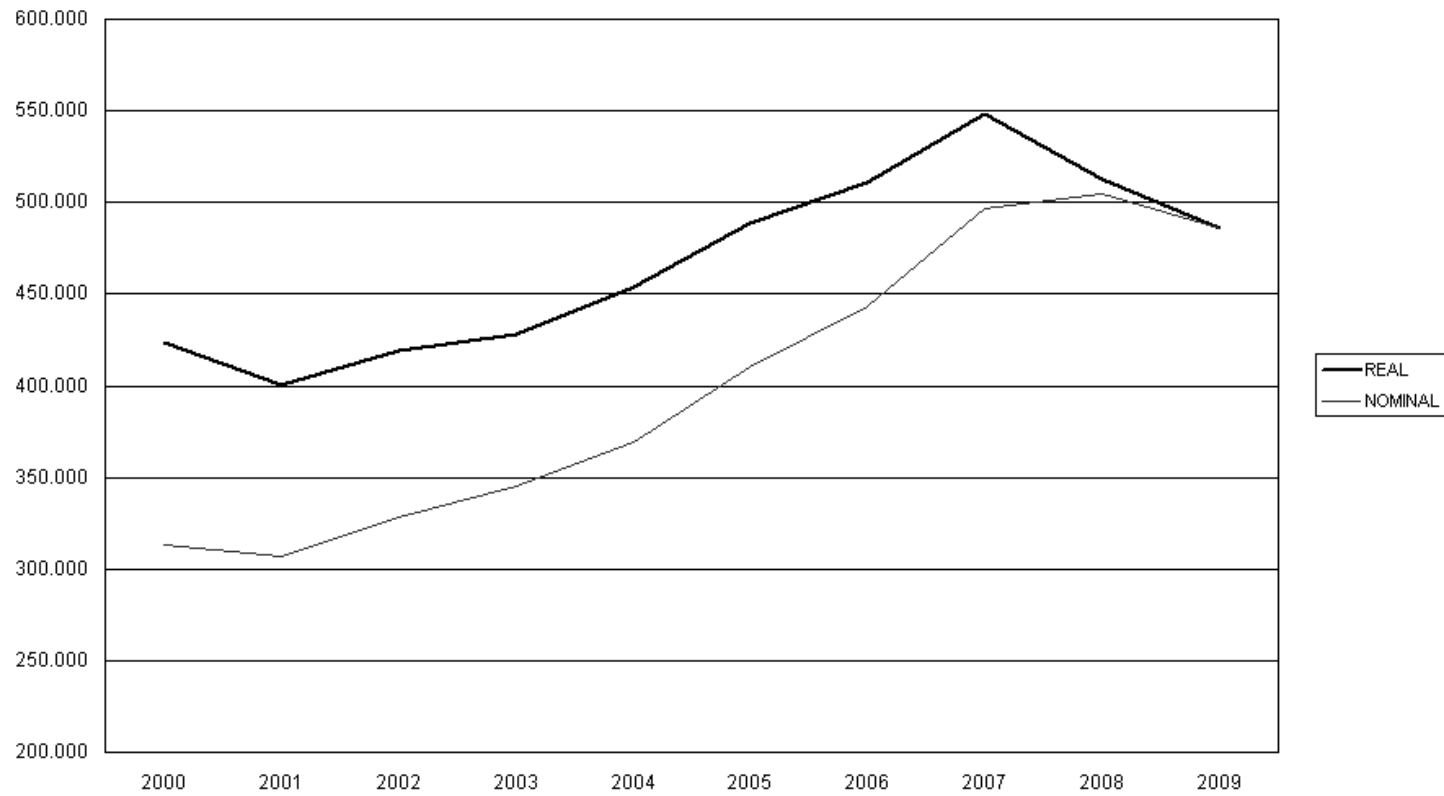
Inversión Histórica

MILLONES DE PESOS DE CADA AÑO

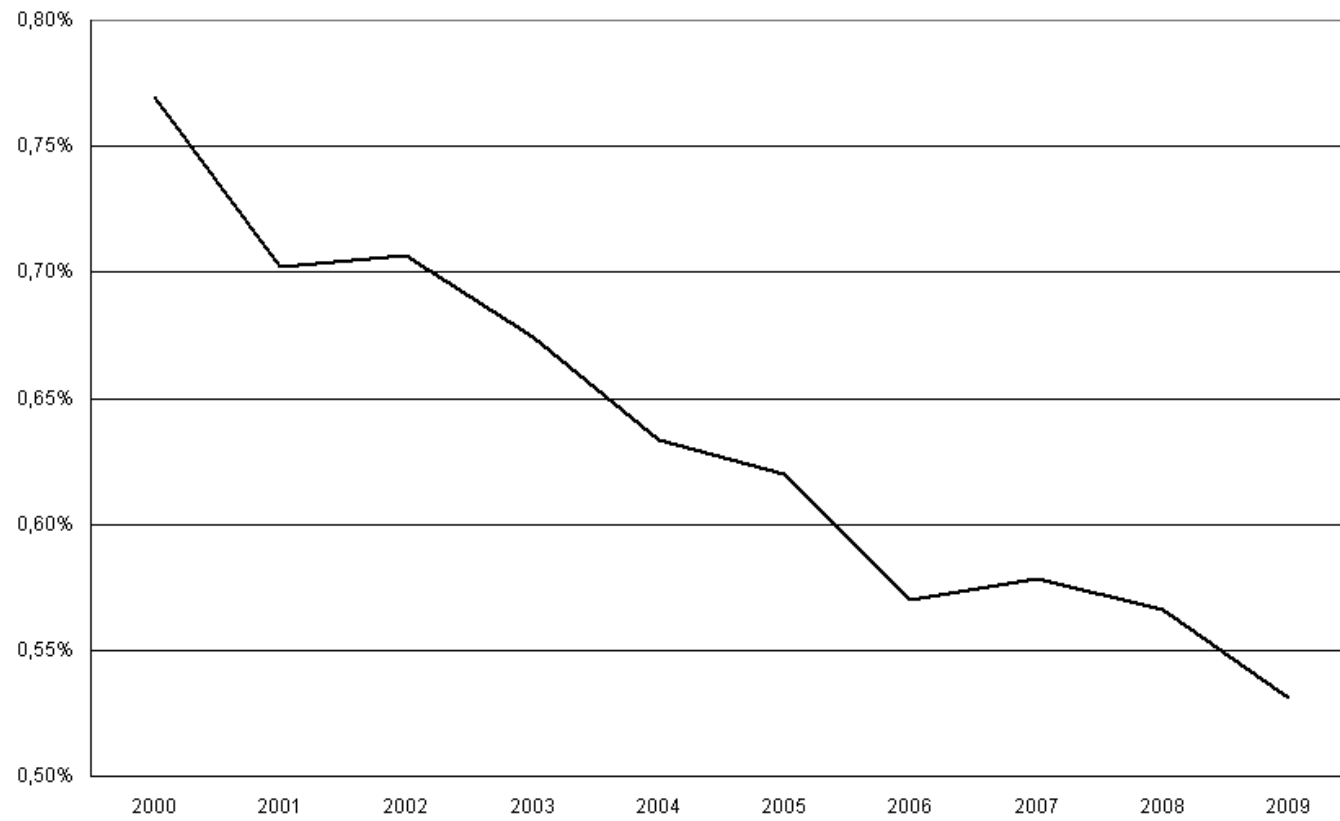
ACHAP										
INVERSION PUBLICITARIA										
NOMINAL	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$
TELEVISION	133.986	145.974	162.941	169.703	180.153	195.108	213.283	239.234	244.529	250.379
DIARIOS	108.002	93.824	98.608	97.588	107.782	120.793	129.369	142.052	145.000	126.150
RADIOS	32.970	31.165	31.200	31.780	30.233	33.860	33.114	34.456	36.241	36.408
REVISTAS	15.795	13.828	13.652	13.250	12.693	13.162	13.742	15.465	14.597	11.386
VIA PUBLICA	21.024	20.593	21.005	22.685	27.975	34.625	39.233	46.983	43.693	37.139
CINE	1.320	1.293	1.163	1.185	1.220	1.290	1.264	1.327	1.129	1.411
TV CABLE				5.656	6.077	7.051	7.403	9.251	8.421	9.684
ON LINE				3.048	3.344	4.504	6.036	7.928	11.420	13.704
TOTAL	313.097	306.677	328.569	344.895	369.477	410.393	443.444	496.696	505.030	486.261
INVERSION / PIB	0,77%	0,70%	0,71%	0,67%	0,63%	0,62%	0,57%	0,58%	0,57%	0,53%

INVERSION EN PESOS

INVERSION PUBLICITARIA ACHAP



INVERSION / PIB
INVERSION PUBLICITARIA ACHAP

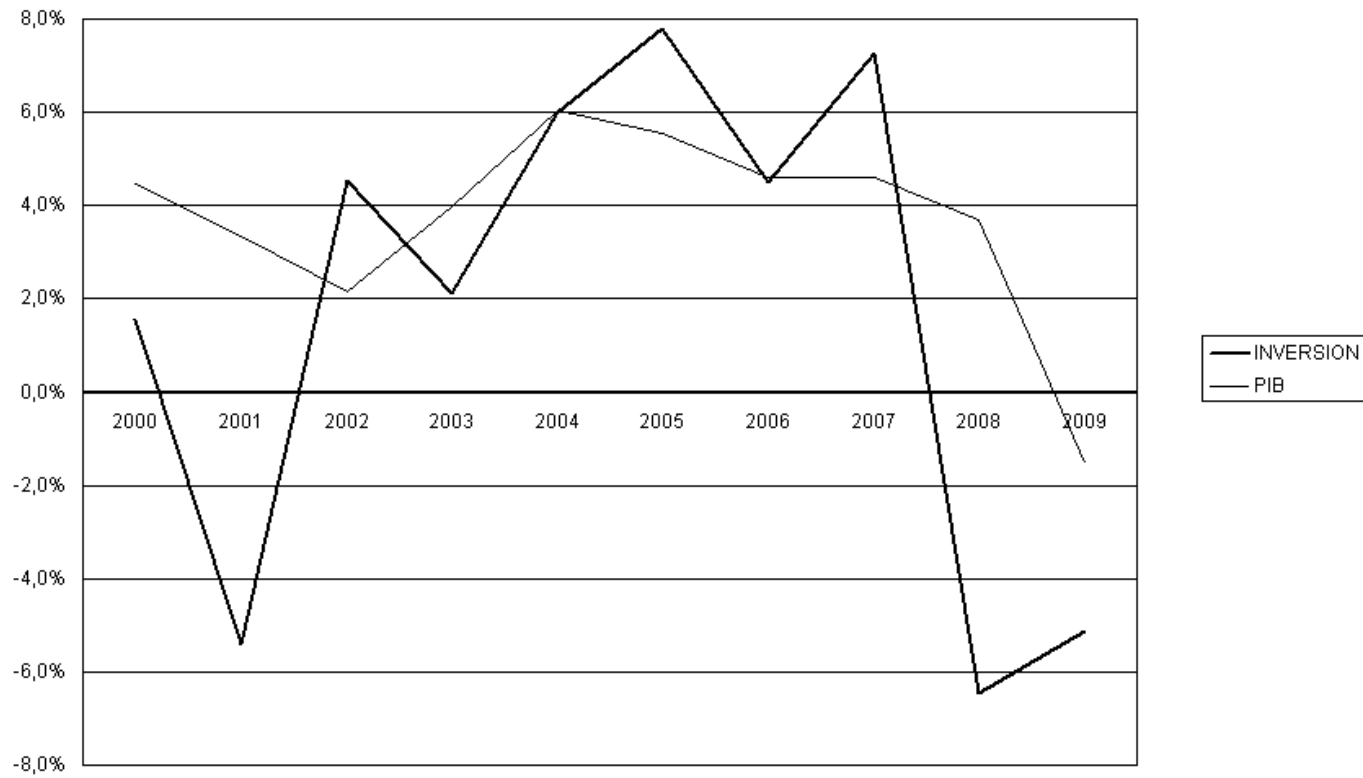


Inversión Histórica

VARIACION REAL

ACHAP										
INVERSION PUBLICITARIA										
REAL	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$	MM\$
TELEVISION	-0,6%	5,2%	8,9%	1,3%	5,1%	5,1%	5,7%	7,4%	-6,0%	0,9%
DIARIOS	-2,6%	-16,1%	2,6%	-3,7%	9,3%	8,7%	3,6%	5,2%	-6,1%	-14,3%
RADIOS	9,7%	-8,7%	-2,3%	-0,9%	-5,9%	8,7%	-5,4%	-0,3%	-3,3%	-1,0%
REVISTAS	42,6%	-15,5%	-3,7%	-5,6%	-5,2%	0,6%	1,0%	7,8%	-13,2%	-23,1%
VIA PUBLICA	4,9%	-5,4%	-0,5%	5,0%	22,0%	20,1%	9,6%	14,7%	-14,5%	-16,2%
CINE	-2,8%	-5,4%	-12,2%	-0,9%	1,9%	2,6%	-5,2%	0,6%	-21,7%	23,2%
TV CABLE					6,3%	12,6%	1,5%	19,7%	-16,3%	13,3%
ON LINE					8,6%	30,7%	29,6%	25,8%	32,5%	18,3%
VARIACION TOTAL	1,6%	-5,4%	4,5%	2,1%	6,0%	7,8%	4,5%	7,3%	-6,5%	-5,1%
VARIACION PIB	4,5%	3,3%	2,2%	4,0%	6,0%	5,6%	4,6%	4,6%	3,7%	-1,5%

VARIACION REAL
INVERSION PUBLICITARIA ACHAP



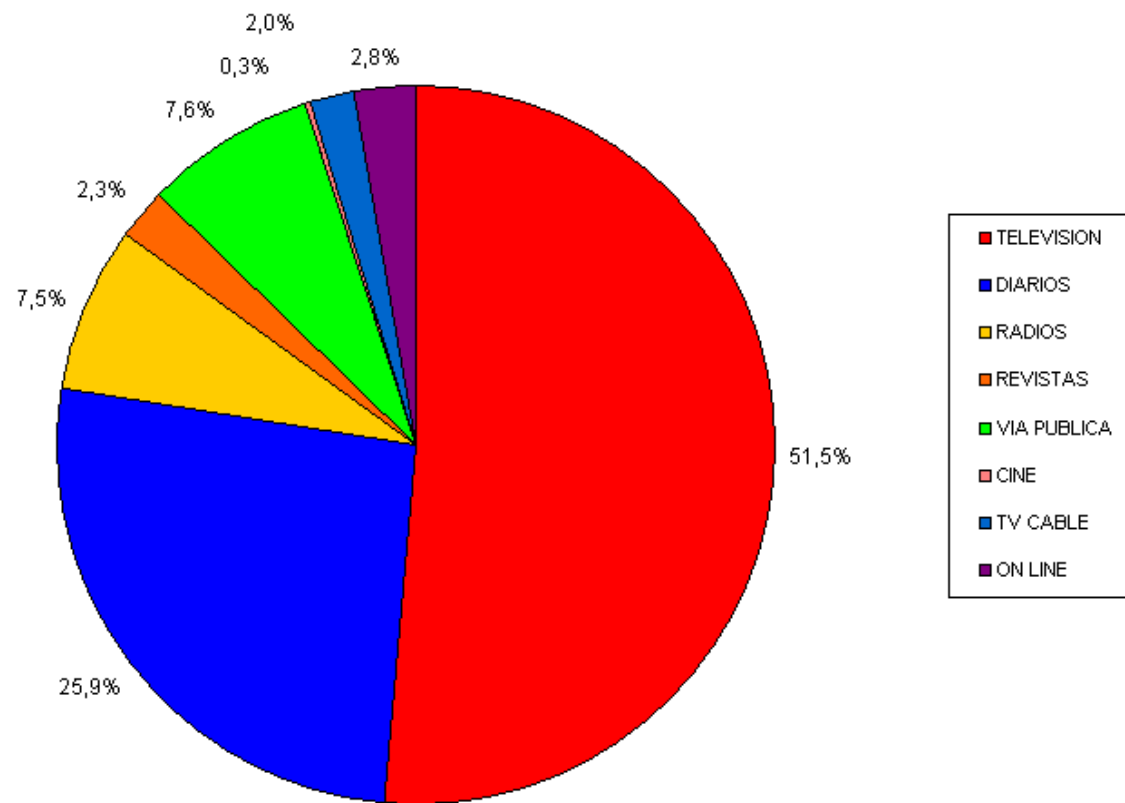
Inversión Histórica

PARTICIPACIÓN POR MEDIO

ACHAP										
INVERSION PUBLICITARIA										
REAL	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
TELEVISION	42,8%	47,6%	49,6%	49,2%	48,8%	47,5%	48,1%	48,2%	48,4%	51,5%
DIARIOS	34,5%	30,6%	30,0%	28,3%	29,2%	29,4%	29,2%	28,6%	28,7%	25,9%
RADIOS	10,5%	10,2%	9,5%	9,2%	8,2%	8,3%	7,5%	6,9%	7,2%	7,5%
REVISTAS	5,0%	4,5%	4,2%	3,8%	3,4%	3,2%	3,1%	3,1%	2,9%	2,3%
VIA PUBLICA	6,7%	6,7%	6,4%	6,6%	7,6%	8,4%	8,8%	9,5%	8,7%	7,6%
CINE	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%
TV CABLE				1,6%	1,6%	1,7%	1,7%	1,9%	1,7%	2,0%
ON LINE				0,9%	0,9%	1,1%	1,4%	1,6%	2,3%	2,8%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

PARTICIPACION POR MEDIO

INVERSION PUBLICITARIA ACHAP 2009



Inversión Histórica

MILLONES DE DOLARES 2009

ACHAP										
INVERSION PUBLICITARIA										
REAL	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$
TELEVISION	324	341	371	376	395	415	439	472	443	447
DIARIOS	261	219	225	216	236	257	266	280	263	225
RADIOS	80	73	71	70	66	72	68	68	66	65
REVISTAS	38	32	31	29	28	28	28	30	26	20
VIA PUBLICA	51	48	48	50	61	74	81	93	79	66
CINE	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
TV CABLE				13	13	15	15	18	15	17
ON LINE				7	7	10	12	16	21	24
TOTAL US\$	757	716	749	764	810	873	913	979	916	869

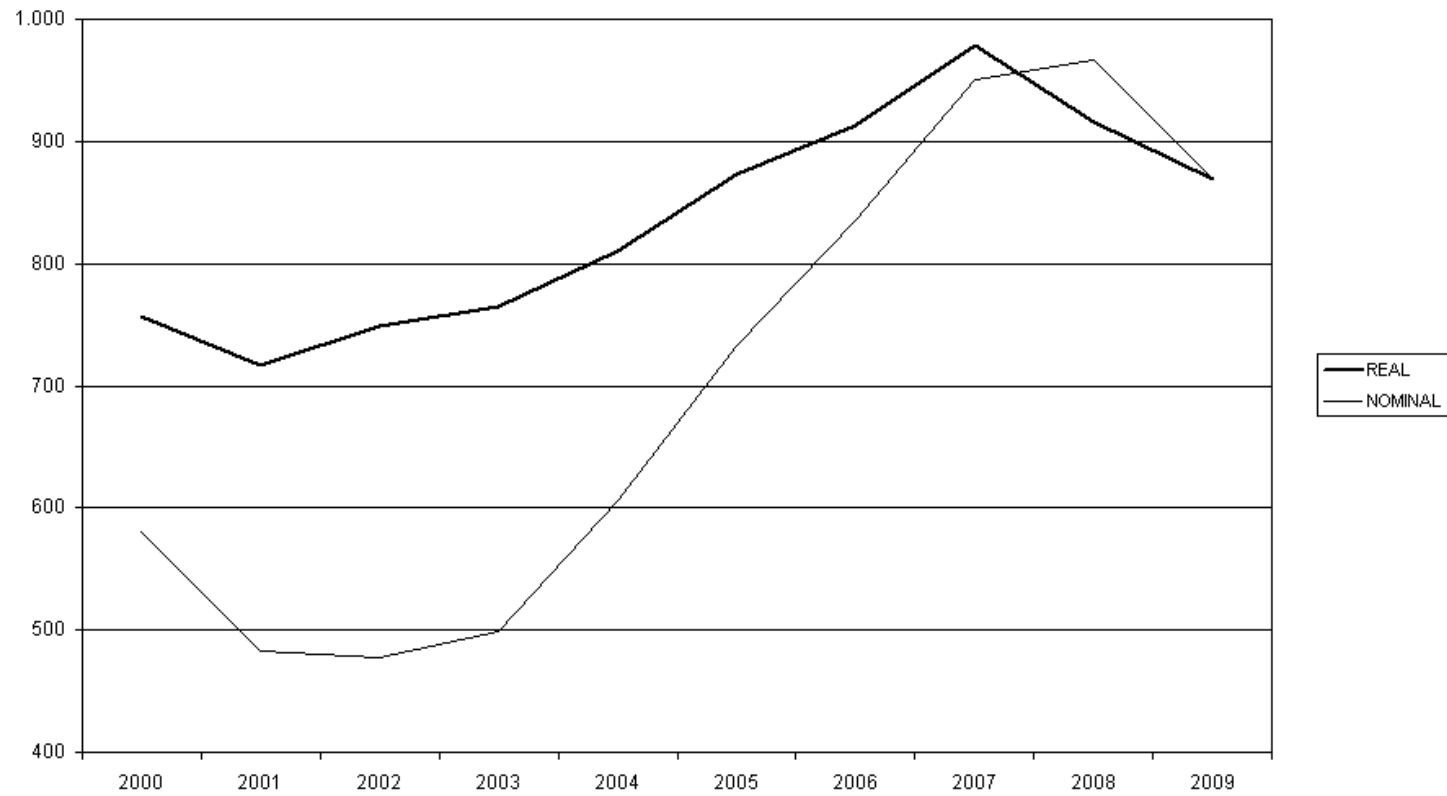
Inversión Histórica

MILLONES DE DOLARES DE CADA AÑO

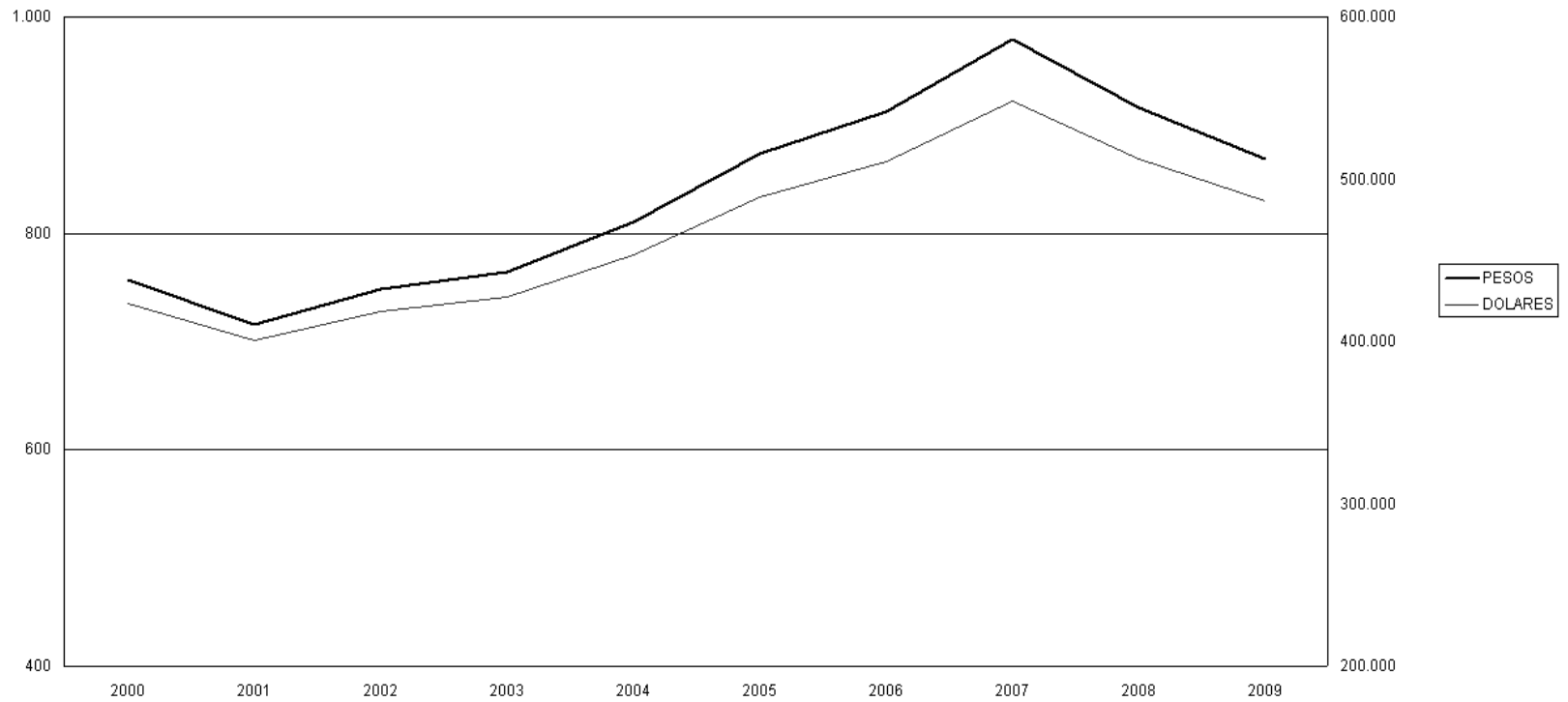
ACHAP										
INVERSION PUBLICITARIA										
NOMINAL	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$	MMUS\$
TELEVISION	248	230	237	245	296	349	402	458	468	447
DIARIOS	200	148	143	141	177	216	244	272	278	225
RADIOS	61	49	45	46	50	60	62	66	69	65
REVISTAS	29	22	20	19	21	24	26	30	28	20
VIA PUBLICA	39	32	30	33	46	62	74	90	84	66
CINE	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3
TV CABLE				8	10	13	14	18	16	17
ON LINE				4	5	8	11	15	22	24
TOTAL	580	483	477	499	606	733	836	951	967	869

INVERSION EN DOLARES

INVERSION PUBLICITARIA ACHAP



INVERSION PESOS DOLARES
INVERSION PUBLICITARIA ACHAP



Metodología

- Las cifras nominales de inversión publicitaria (en pesos de cada año) fueron deflactadas por el IPC promedio para obtener las cifras de inversión real (en pesos de 2009).
- La inversión publicitaria en dólares se obtiene aplicando como tipo de cambio el promedio anual del dólar observado de cada año (inversión nominal) o del año 2009 (inversión real).
- Las series anuales del IPC promedio, dólar observado promedio y Producto Interno Bruto fueron obtenidas de la base de datos estadísticos del Banco Central de Chile.

INDICADORES MACROECONOMICOS

Indicadores **Macroeconómicos**

- Crecimiento (PIB)
- Percepción Económica (IPEC)
- Inflación (IPC)
- Tasa de interés promedio
- Tasa de desempleo
- Valor del dólar
- Precio del cobre
- IPSA

Macroeconomía Chile

- Los efectos de la crisis se reflejan claramente en las cifras negativas de crecimiento e inflación y en el aumento de la tasa de desempleo.
- Sin embargo los indicadores muestran un aumento en las cifras de percepción económica y valor bursátil que anticipan el fin de la crisis.
- El PIB decreció 1,5% frente a un crecimiento de 3,7% en 2008. Una cifra negativa de crecimiento no se registraba desde 1999.
- El Índice de Percepción Económica IPEC cerró en 54,0 puntos frente a 35,4 puntos en 2008. Una cifra superior a 50 puntos significa que las percepciones positivas superan a las negativas, tendencia que parte en Octubre.
- El IPC decreció 1,4% frente a un crecimiento de 7,1% en 2008. Una cifra negativa de inflación no se registraba desde 1935.
- La tasa de interés promedio fue 4,7% (frente a 5,1% en 2008) y la tasa de desempleo promedio fue 9,7% (frente a 7,8% en 2008)

Macroeconomía Chile

- Los promedios anuales no reflejan la alta volatilidad de algunos indicadores durante el año.
- El promedio anual del dólar fue \$ 560 frente a \$ 523 en 2008 (aumento de 7,1%)
- Sin embargo el promedio mensual alcanzó un mínimo de \$ 501 en Diciembre y un máximo de \$ 623 en Enero.
- El precio promedio del cobre fue 234 centavos de dólar por libra frente a 316 centavos en 2008 (disminución de 26%).
- Sin embargo el promedio mensual 2008 alcanzó un mínimo de 146 centavos en Enero frente a un máximo de 317 centavos en Diciembre.
- EL IPSA cerró en 3.581 puntos frente a 2.376 puntos en 2008 (aumento de 58,7%)

Macroeconomía Chile

ACHAP 2009					
MACROECONOMIA					
		2009	2008	2007	2006
PIB	%	-1,5	3,7	4,6	4,6
IPEC	INDICE	54,0	35,4	48,1	54,1
IPC	%	-1,4	7,1	7,8	2,6
TASA INTERES	%	4,7	5,1	5,1	6,6
TASA DESEMPLEO	%	9,7	7,8	7,1	7,8
DÓLAR	\$	560	523	523	531
COBRE	US\$	2,34	3,16	3,23	3,05
IPSA	INDICE	3.581	2.376	3.052	2.693

IPEC ADIMARK

ENERO 2007 DICIEMBRE 2009



Términos

PIB (Producto Interno Bruto) es el valor total de los bienes y servicios producidos en el territorio del país en un periodo determinado.

IPEC es un índice de percepción económica elaborado por Adimark en base a una encuesta mensual aplicada a 1.000 personas de todo el país.

La tasa de interés corresponde al promedio de la tasa de colocación para operaciones a menos de un año reajutable en UF publicada por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF).

IPSA (Índice de Precios Selectivo de Acciones) es una medida de la variación de las 40 acciones con mayor presencia bursátil.