

Inversión Histórica 2012

1978-2012



ACHAP

**ASOCIACIÓN
CHILENA
DE AGENCIAS
DE PUBLICIDAD**

1978-2012

Indicadores Publicitarios



Resumen Ejecutivo

Esta serie incluye la inversión publicitaria (IPUB) en televisión abierta, radio, diarios, revistas, vía pública y cine desde 1978 y la inversión en televisión de pago y medios on line a partir de 2003.

El record de inversión publicitaria (IPUB) corresponde al año 2011 con un monto de

679.311 millones de pesos
equivalente a
1.405 millones de dólares

El mayor crecimiento de la inversión publicitaria (IPUB) se registra en 1992 (23,1%) y la mayor caída anual en 1982 (-39,4 %).

La relación entre inversión publicitaria (IPUB) y PIB fluctúa entre un mínimo de 0,52% (2012) y un máximo de 1,63% (1978). Esta relación alcanza un promedio de 0,77% en Chile, comparada con un 2,24% en USA.

El coeficiente de correlación entre inversión publicitaria (IPUB) y PIB es 0,94.



Inversión Publicitaria

SERIE HISTORICA ACHAP

	IPUB MM\$ REAL	IPUB MMUS\$	IPUB/PIB NOMINAL	VAR IPUB	IPUB US\$ PERCAP	POB M
1978	318.478	659	1,63%	ND	60,6	10.870
1979	283.468	586	1,23%	-11,0%	53,2	11.022
1980	250.389	518	1,05%	-11,7%	46,4	11.174
1981	265.461	549	1,11%	6,0%	48,3	11.360
1982	160.934	333	0,80%	-39,4%	28,8	11.545
1983	132.997	275	0,65%	-17,4%	23,5	11.731
1984	156.096	323	0,74%	17,4%	27,1	11.917
1985	161.548	334	0,70%	3,5%	27,6	12.102
1986	191.735	397	0,74%	18,7%	32,2	12.317
1987	212.320	439	0,73%	10,7%	35,0	12.533
1988	244.598	506	0,74%	15,2%	39,7	12.748
1989	279.606	578	0,79%	14,3%	44,6	12.963
1990	262.429	543	0,74%	-6,1%	41,2	13.179
1991	279.972	579	0,73%	6,7%	43,2	13.422
1992	344.688	713	0,82%	23,1%	52,2	13.665
1993	364.670	754	0,82%	5,8%	54,2	13.909
1994	421.205	871	0,87%	15,5%	61,6	14.152
1995	463.372	959	0,85%	10,0%	66,6	14.395

La relación entre inversión publicitaria y PIB (IPN/PIBN) fue calculada usando cifras nominales porque la serie empalmada del PIB real entre 1978 y 1985 no está disponible.

Inversión Publicitaria

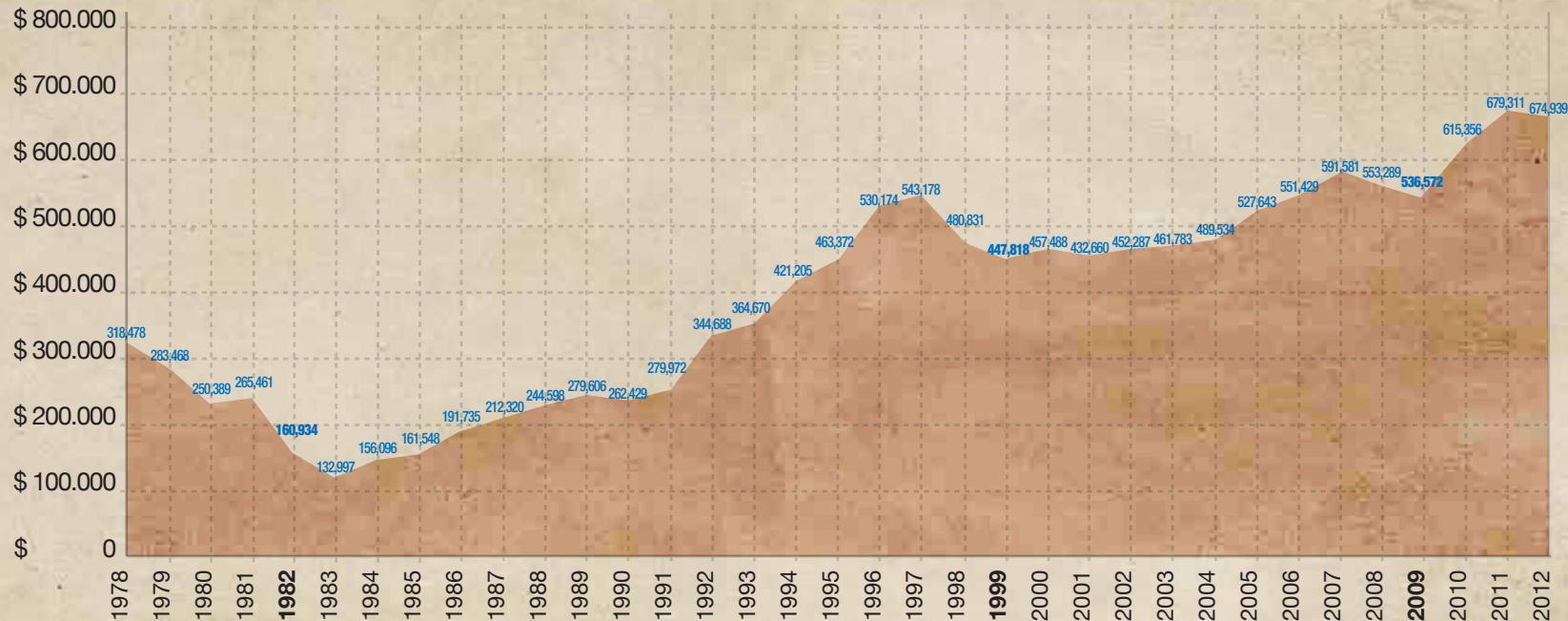
SERIE HISTORICA ACHAP

	IPUB MM\$ REAL	IPUB MMUS\$	IPUB/PIB NOMINAL	VAR IPUB	IPUB US\$ PERCAP	POB M
1996	530.174	1.097	0,95%	14,4%	75,1	14.596
1997	543.178	1.124	0,93%	2,5%	75,9	14.796
1998	480.831	995	0,82%	-11,5%	66,3	14.997
1999	447.818	926	0,77%	-6,9%	61,0	15.197
2000	457.488	946	0,75%	2,2%	61,5	15.398
2001	432.660	895	0,68%	-5,4%	57,5	15.572
2002	452.287	936	0,69%	4,5%	59,4	15.746
2003	461.783	955	0,66%	2,1%	60,0	15.919
2004	489.534	1.013	0,61%	6,0%	62,9	16.093
2005	527.643	1.092	0,60%	7,8%	67,1	16.267
2006	551.429	1.141	0,54%	4,5%	69,4	16.433
2007	591.581	1.224	0,55%	7,3%	73,7	16.598
2008	553.289	1.145	0,54%	-6,5%	68,3	16.763
2009	536.572	1.110	0,52%	-3,0%	65,6	16.929
2010	615.356	1.273	0,52%	14,7%	74,5	17.094
2011	679.311	1.405	0,54%	10,4%	81,5	17.248
2012	674.939	1.396	0,52%	-0,6%	80,2	17.403

La relación entre inversión publicitaria y PIB (IPN/PIBN) fue calculada usando cifras nominales porque la serie empalmada del PIB real entre 1978 y 1985 no está disponible.

Inversión Publicitaria

en Millones de Pesos



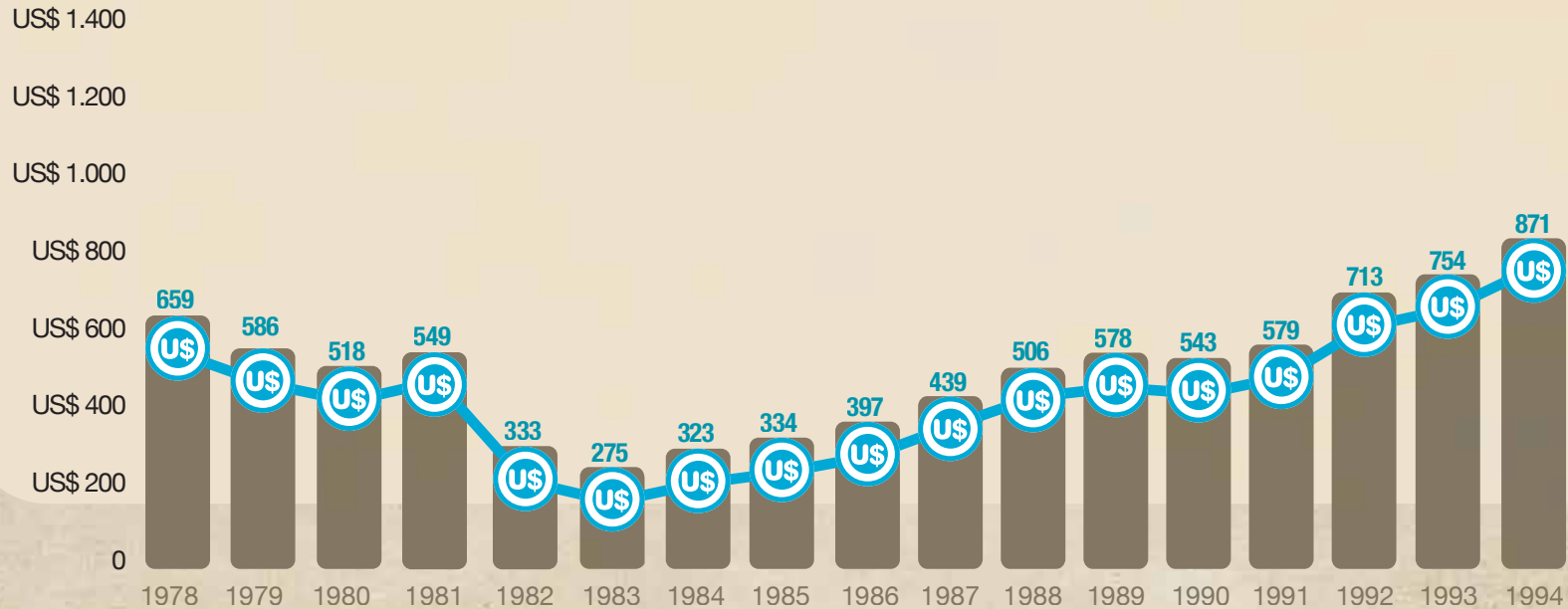
1982: Crisis Económica: Caída del PIB de 13,6% (el PIB también cayó en 1983 en 2,8%)

1999: Crisis Asiática: Caída del PIB de 1,0%

2009: Crisis Subprime: Caída del PIB de 1,5%

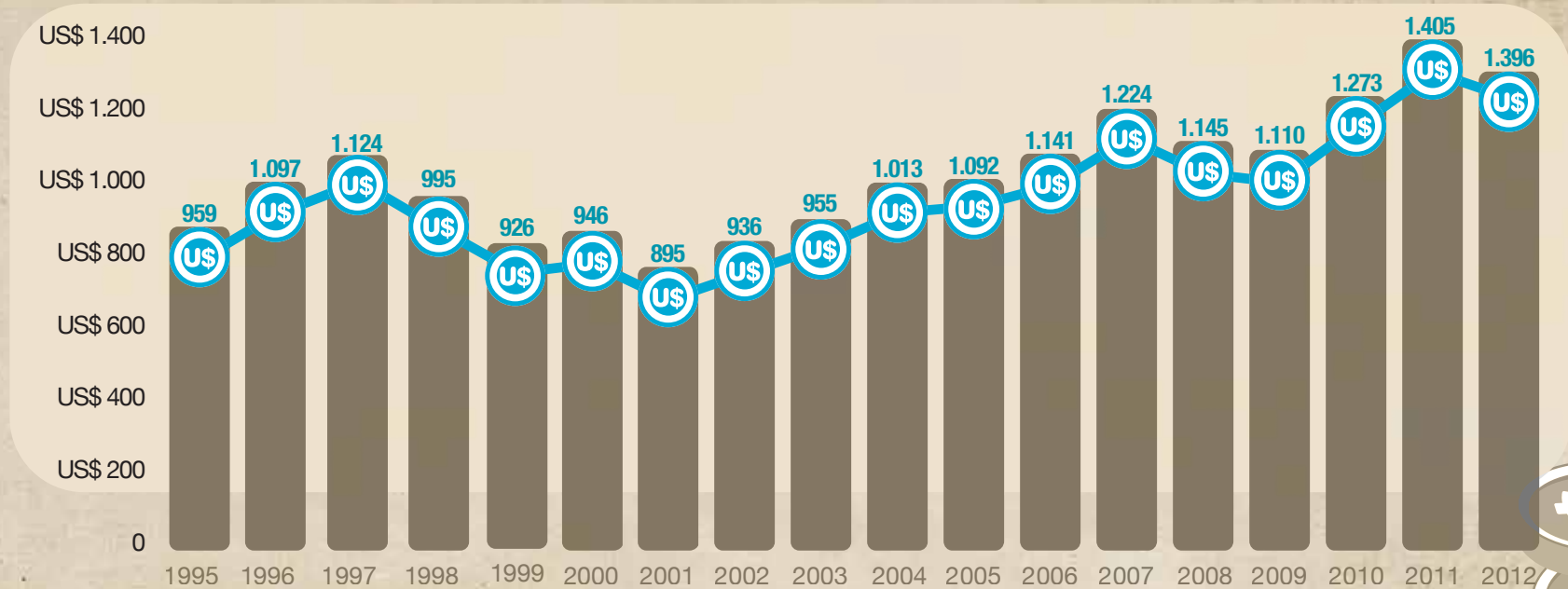
Inversión Publicitaria

en Millones de Dólares



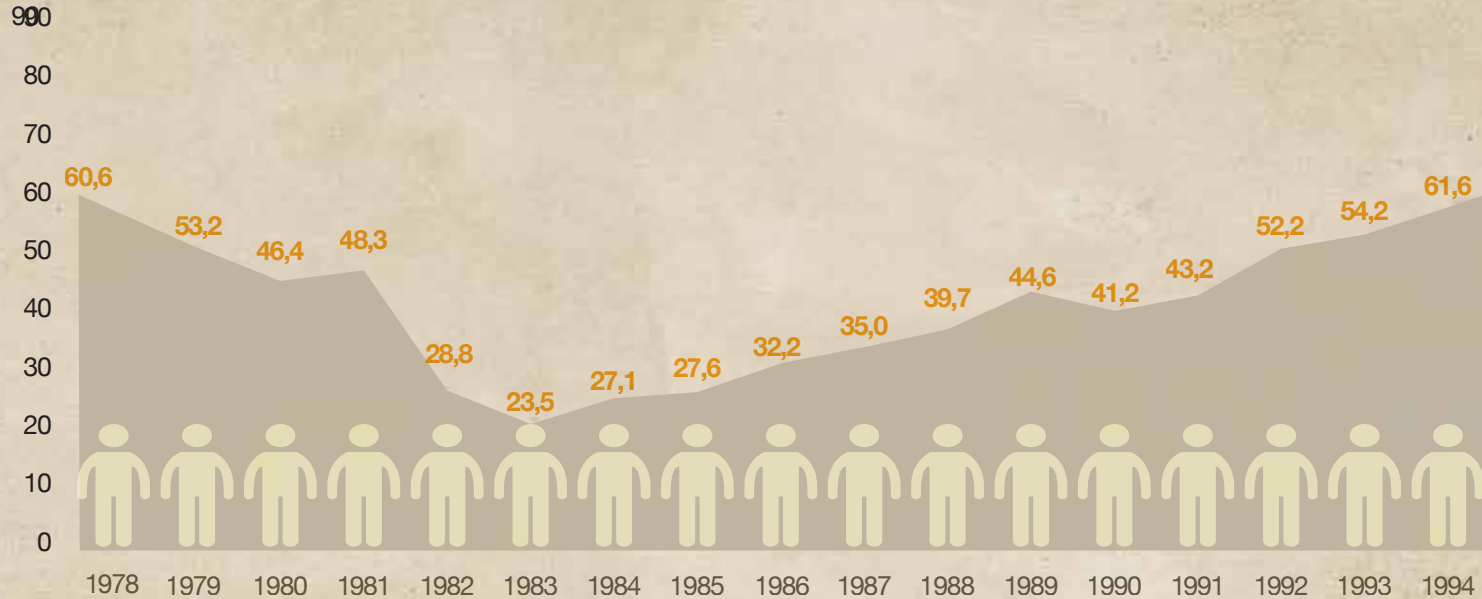
Inversión Publicitaria

en Millones de Dólares



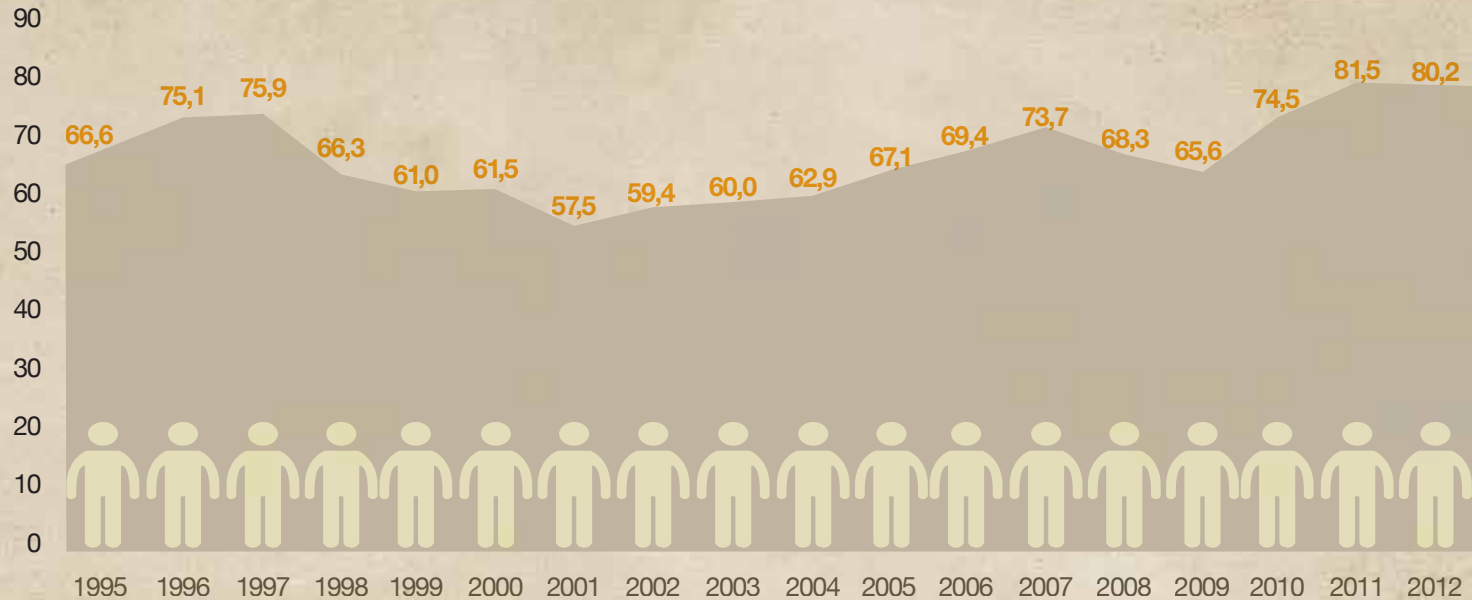
Inversión Per Cápita

Dólares por Habitante



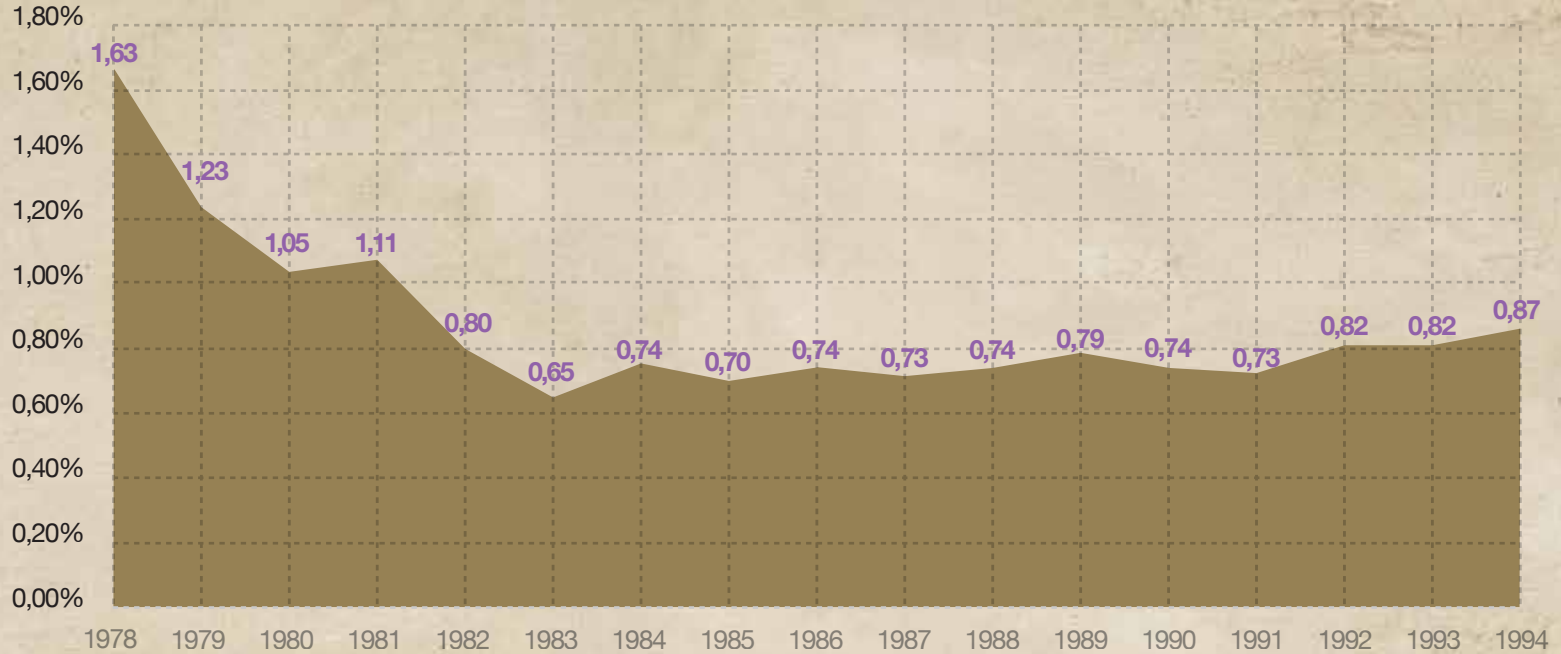
Inversión Per Cápita

Dólares por Habitante



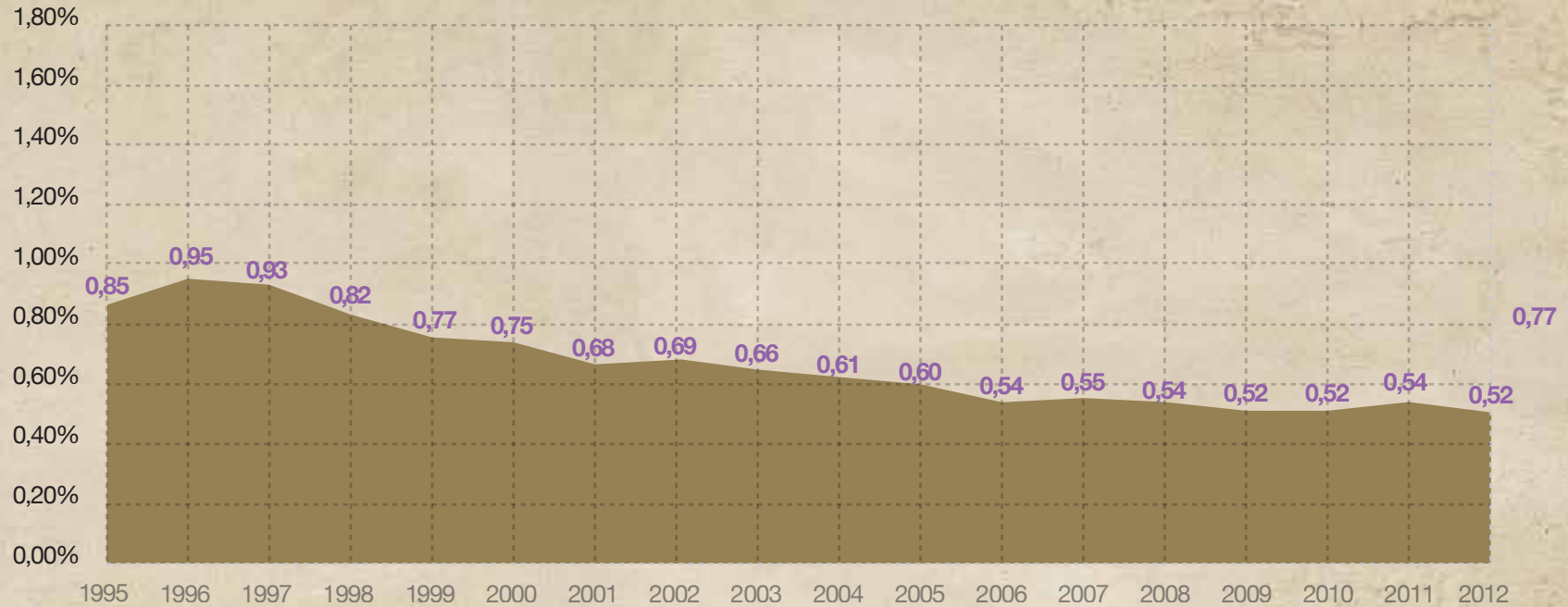
Inversión | PIB

Serie ACHAP

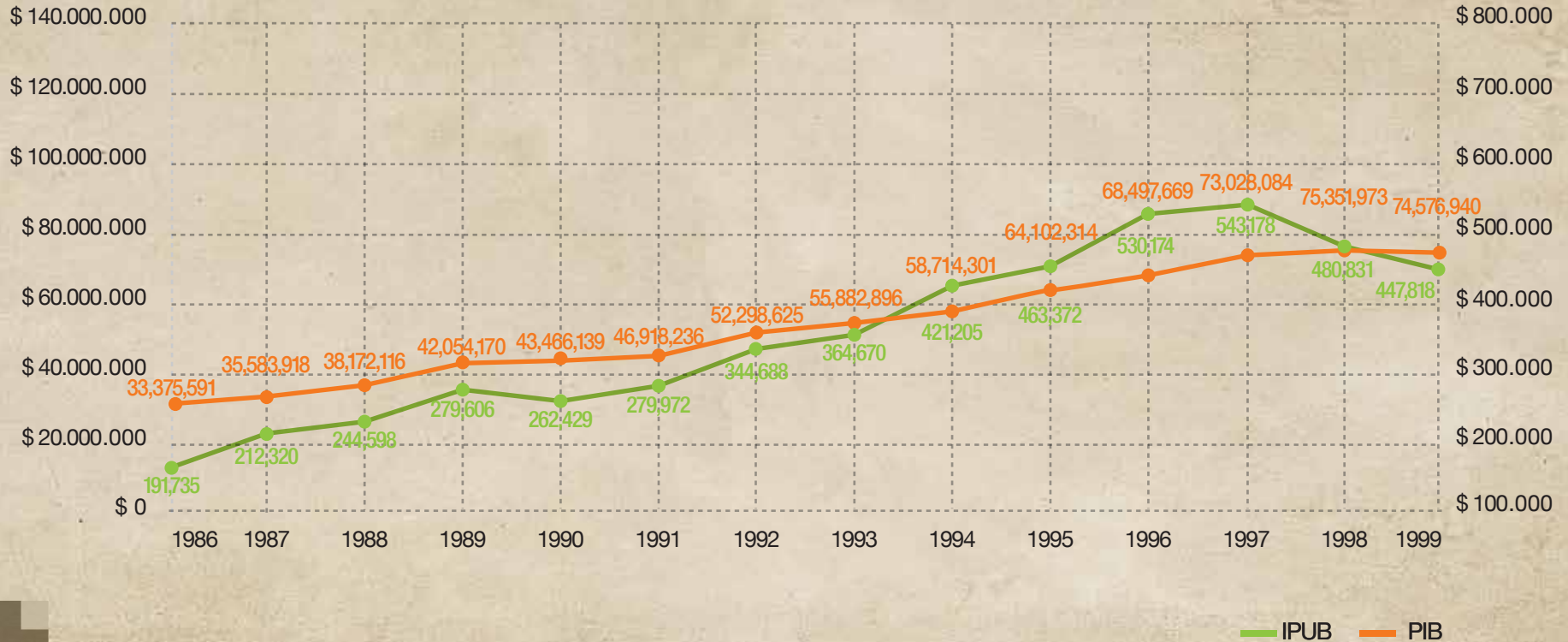


Inversión | PIB

Serie ACHAP



Inversión | PIB



Inversión | PIB



Inversión Publicitaria

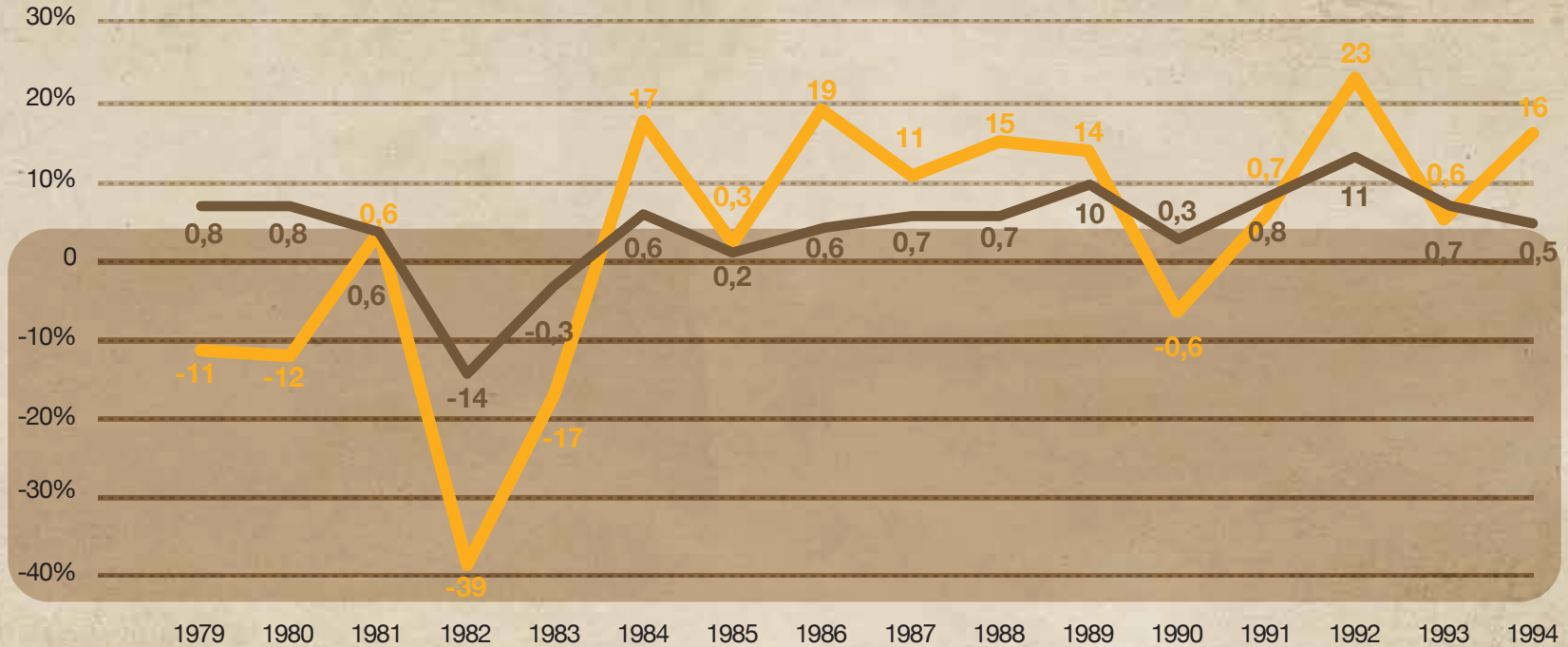
SERIE HISTORICA ACHAP (VARIACIÓN REAL)

	IPUB	PIB	AÑO	IPUB	PIB	AÑO	IPUB	PIB
1978	ND	ND	1990	-6,1%	3,4%	2001	-5,4%	3,3%
1979	-11,0%	8,3%	1991	6,7%	7,9%	2002	4,5%	2,3%
1980	-11,7%	7,9%	1992	23,1%	11,5%	2003	2,1%	3,9%
1981	6,0%	6,2%	1993	5,8%	6,9%	2004	6,0%	7,0%
1982	-39,4%	-13,6%	1994	15,5%	5,1%	2005	7,8%	6,2%
1983	-17,4%	-2,8%	1995	10,0%	9,2%	2006	4,5%	5,7%
1984	17,4%	5,9%	1996	14,4%	6,9%	2007	7,3%	5,2%
1985	3,5%	2,0%	1997	2,5%	6,6%	2008	-6,5%	3,3%
1986	18,7%	5,6%	1998	-11,5%	3,2%	2009	-3,0%	-1,0%
1987	10,7%	6,6%	1999	-6,9%	-1,0%	2010	14,7%	5,8%
1988	15,2%	7,3%	2000	2,2%	4,5%	2011	10,4%	5,9%
1989	14,3%	10,2%				2012	-0,6%	5,6%

La variación real del PIB corresponde a los valores de cada año obtenidos de distintas series no empalmadas.

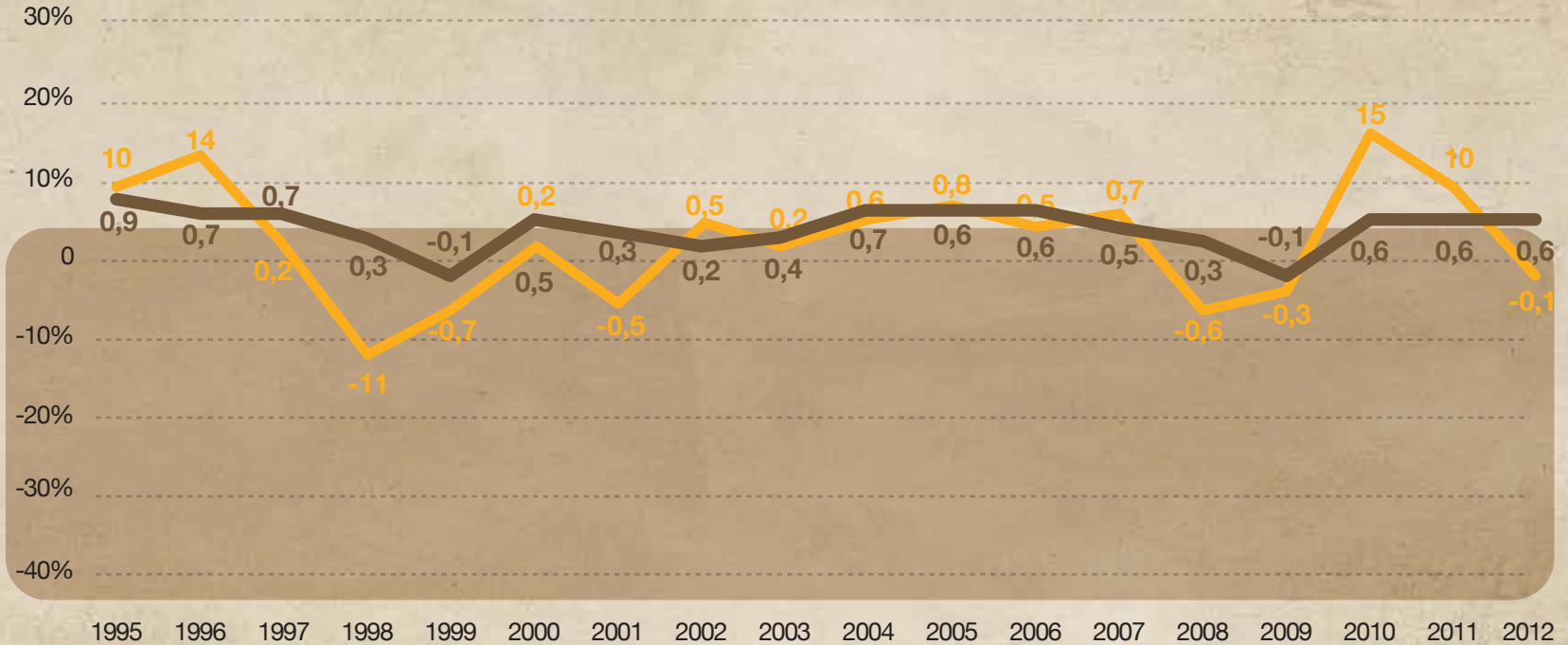
Inversión | PIB

Variación Porcentual



Inversión | PIB

Variación Porcentual



Participación

por Medio

Año %	Televisión %	Diarios %	Radios %	Revistas %	Vía Pública %	Cine %	TV Pago %	Online %	TOTAL %
1978	36,0	43,9	9,5	2,4	7,0	1,2	-	-	100
1979	37,3	43,7	8,5	2,2	7,5	0,8	-	-	100
1980	37,1	45,0	8,7	2,4	6,1	0,6	-	-	100
1981	40,5	42,7	8,8	2,4	5,2	0,4	-	-	100
1982	44,4	36,5	9,9	3,0	5,9	0,3	-	-	100
1983	42,5	38,8	10,1	2,6	5,7	0,2	-	-	100
1984	45,8	36,2	9,9	2,3	5,6	0,3	-	-	100
1985	46,3	35,0	10,5	2,2	5,8	0,3	-	-	100
1986	45,2	34,9	10,6	3,0	6,1	0,2	-	-	100
1987	44,6	35,5	10,9	2,9	6,0	0,2	-	-	100
1988	44,4	35,3	10,8	2,8	6,5	0,2	-	-	100
1989	43,2	35,6	10,9	2,6	7,4	0,2	-	-	100
1990	44,2	34,5	10,9	2,9	7,3	0,2	-	-	100
1991	44,7	34,7	10,7	3,5	6,1	0,2	-	-	100
1992	45,6	35,2	10,7	3,7	4,6	0,2	-	-	100
1993	45,3	37,3	8,7	4,1	4,3	0,2	-	-	100
1994	48,8	33,3	8,2	5,1	4,3	0,2	-	-	100
1995	46,3	35,3	7,9	6,7	3,5	0,2	-	-	100

* La serie de TV Pago y Online parte el año 2003.

Participación

por Medio

Año	Televisión	Diarios	Rádios	Revistas	Vía Pública	Cine	TV Pago	Online	TOTAL
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1996	42,9	33,6	11,3	6,3	5,5	0,3	-	-	100
1997	42,6	35,1	11,2	6,4	4,5	0,3	-	-	100
1998	42,9	35,0	11,0	6,3	4,5	0,3	-	-	100
1999	43,7	36,0	9,8	6,5	3,6	0,4	-	-	100
2000	42,8	34,5	10,5	5,0	6,7	0,4	-	-	100
2001	47,6	30,6	10,2	4,5	6,7	0,4	-	-	100
2002	49,6	30,0	9,5	4,2	6,4	0,4	-	-	100
2003	49,2	28,3	9,2	3,8	6,6	0,3	1,6	0,9	100
2004	48,8	29,2	8,2	3,4	7,6	0,3	1,6	0,9	100
2005	47,5	29,4	8,3	3,2	8,4	0,3	1,7	1,1	100
2006	48,1	29,2	7,5	3,1	8,8	0,3	1,7	1,4	100
2007	48,2	28,6	6,9	3,1	9,5	0,3	1,9	1,6	100
2008	48,4	28,7	7,2	2,9	8,7	0,2	1,7	2,3	100
2009	50,4	25,4	7,3	2,3	7,5	0,3	3,2	3,7	100
2010	47,6	26,6	6,7	2,1	7,4	0,3	3,8	5,4	100
2011	44,9	26,6	6,8	1,9	8,6	0,3	4,6	6,2	100
2012	43,9	25,2	6,6	1,9	8,8	0,3	5,5	7,8	100

* La serie de TV Pago y Online parte el año 2003.

Participación

por Medio

	MINIMO %	AÑO	MAXIMO %	AÑO	PROMEDIO %	2012 %
Televisión	36,0	1978	50,4	2009	44,9	43,9
Diarios	25,2	2012	45,0	1980	33,9	25,2
Radios	6,6	2012	11,3	1996	9,3	6,6
Revistas	1,9	2012	4,5	2001	3,5	1,9
Vía Pública	5,2	1981	9,5	2007	6,4	8,8
Cine	0,2	1985	1,2	1978	0,3	0,3
TV Pago	1,6	2003	5,5	2012	2,7	5,5
Online	0,9	2003	7,8	2012	3,1	7,8

* El cuadro muestra el valor y el año en que la participación de cada medio alcanza el mínimo y el máximo y lo comprara con el promedio y el valor del último año.



Nota Metodológica

Las cifras nominales de inversión publicitaria (IPUB) fueron deflactadas por el promedio anual del IPC para obtener las cifras de inversión real.

La inversión real en dólares se obtuvo aplicando como tipo de cambio el promedio anual del año 2012.

Las series anuales del IPC, dólar observado y PIB fueron obtenidas de la base de datos estadísticos del Banco Central de Chile mientras que la serie del PIB y la inversión publicitaria de USA (1919-2007) fue obtenida del sitio www.galbithink.org.

La relación entre Inversión Publicitaria (IPUB) y PIB fue calculada usando cifras nominales, porque la serie empalmada del Producto Interno Bruto real del Banco Central de Chile comprende solamente el período 1986-2012.

El valor del coeficiente de correlación (que mide la relación lineal entre dos variables) cercano a 1 indica que existe una alta dependencia entre la inversión publicitaria y el PIB. Este valor fue calculado usando cifras reales de la serie 1986-2012.



Inversión Histórica 2012

1978-2012



ACHAP

**ASOCIACIÓN
CHILENA
DE AGENCIAS
DE PUBLICIDAD**