



**ACHAP**

**ASOCIACIÓN  
CHILENA  
DE AGENCIAS  
DE PUBLICIDAD**

# Indicadores Publicitarios



# Resumen Ejecutivo

Este documento contiene una serie de indicadores elaborados a partir de las cifras de inversión publicitaria consolidadas por ACHAP, en base a la información entregada por agrupaciones gremiales y organismos de la industria, medios y agencias de medios.

La inversión publicitaria alcanza un total de

**659.478** millones de pesos  
 durante el año 2011  
 Esta cifra es equivalente a  
**1.364 millones** de dólares

Este valor incluye la inversión bruta en televisión (abierta y de pago), radio, prensa (diarios y revistas), vía pública, cine y medios online.

La inversión publicitaria real presenta un aumento de 10,4% mientras que el PIB (Producto Interno Bruto) crece un 6,0% el año 2011.

La relación entre la inversión publicitaria y el PIB alcanza un 0,55%.



# Inversión 2011

La variación porcentual de la inversión publicitaria se explica principalmente por el

**crecimiento superior al 20%**

de la vía pública, la TV de pago y los medios online.

La TV de pago (antes cable) es el medio que registra el mayor crecimiento, mientras que las revistas son el medio que demuestra el menor crecimiento.

La televisión es el único medio (además de las revistas) que no supera los dos dígitos de crecimiento.

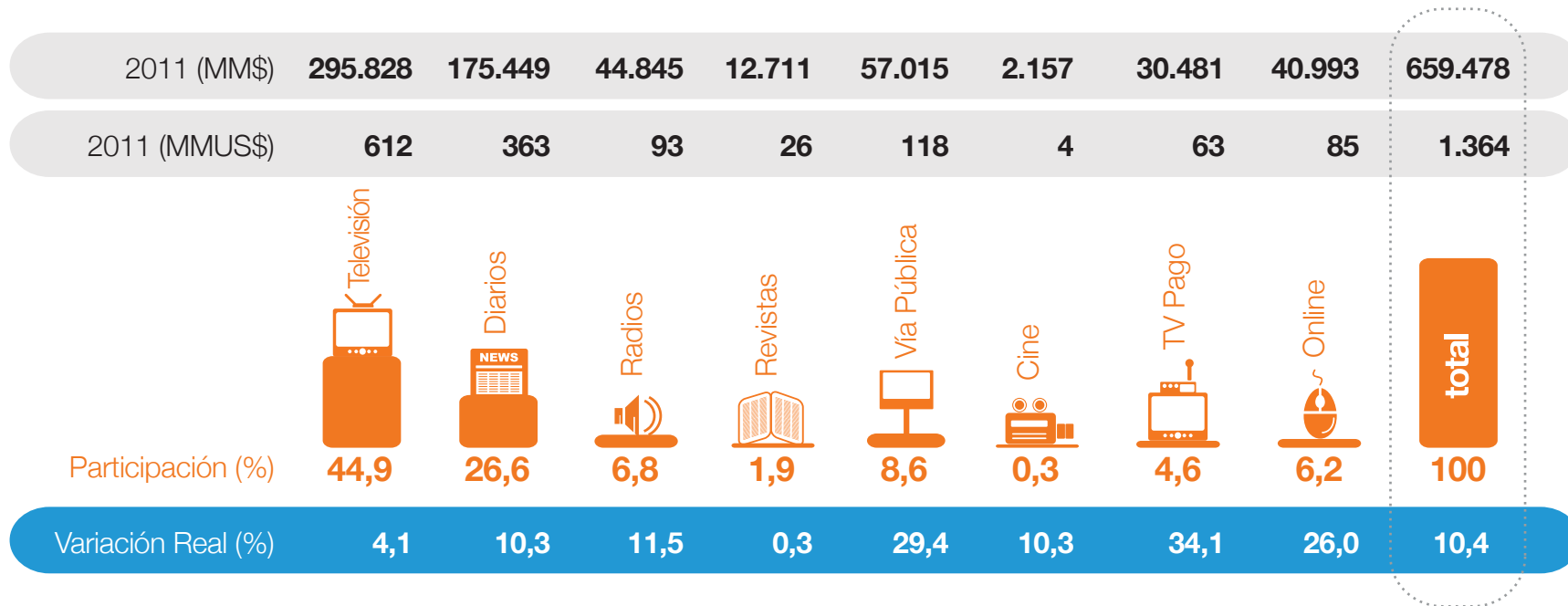
La televisión nuevamente retoma una participación inferior al 50%, valor que había superado el año antepasado por primera vez en los últimos diez años.



*Nota: Las cifras de inversión publicitaria de medios online fueron corregidas al alza para el período 2010 debido a la incorporación de información de nuevos soportes (ver nota metodológica)*

# Inversión por Medio

(Real)



# Inversión por Medio

(Real)

	2010 (MM\$)	2011 (MM\$)	Participación 2010 (%)	Participación 2011 (%)	Variación 2011 (%)	2010 MM\$ Nom.	2011 Var. Nom.
Televisión	284.176	295.828	47,6	44,9	4,1	274.984	7,6
Diarios	159.048	175.449	26,6	26,6	10,3	153.903	14,0
Radios	40.221	44.845	6,7	6,8	11,5	38.920	15,2
Revistas	12.673	12.711	2,1	1,9	0,3	12.263	3,7
Vía Pública	44.061	57.015	7,4	8,6	29,4	42.636	33,7
Cine	1.955	2.157	0,3	0,3	10,3	1.892	14,0
TV Pago	22.736	30.481	3,8	4,6	34,1	22.001	38,5
Online	32.538	40.993	5,4	6,2	26,0	31.485	30,2
<b>Total</b>	<b>597.408</b>	<b>659.478</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>10,4</b>	<b>578.083</b>	<b>14,1</b>

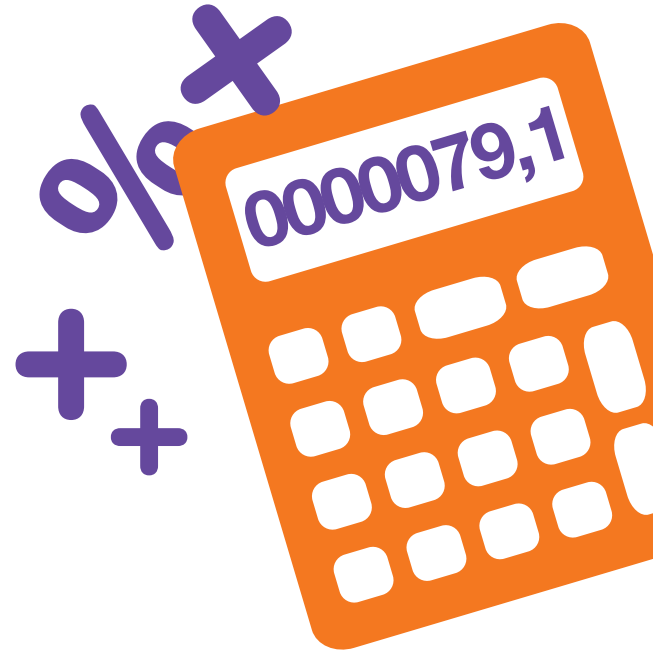
# Inversión Histórica

La relación entre la inversión publicitaria y el PIB alcanza un valor de 0,55%. Sin embargo este valor es inferior al 0,69% del año 2002.

La correlación entre el PIB y la inversión publicitaria es bastante alta, alcanzando un coeficiente de correlación de 0,944 usando las series adjuntas de los últimos diez años.

La inversión publicitaria per cápita alcanza los **79,1 US\$**

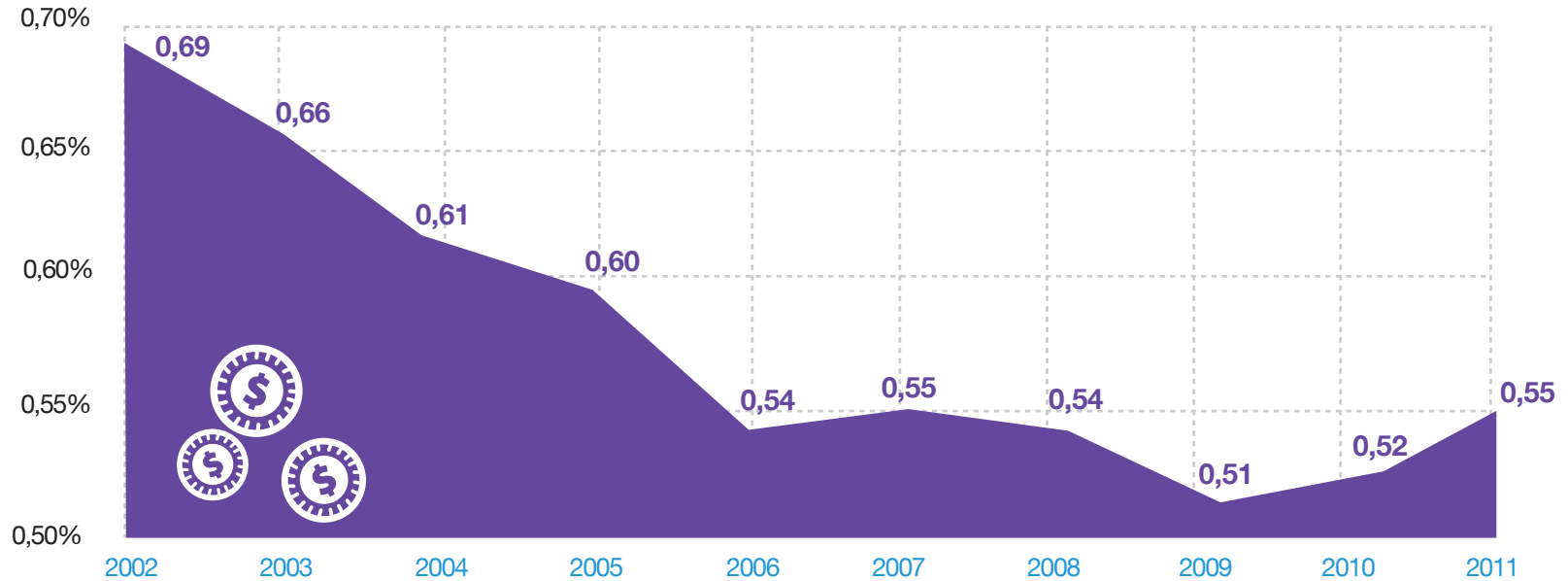
que es la cifra más alta de los últimos diez años. Sin embargo este valor es bastante inferior a los 461,8 dólares de Estados Unidos.



*Nota: Las cifras de Inversión Pública (2004), TV de Pago (2009) y online (2006, 2009, 2010) fueron corregidas al alza debido a la incorporación de información de nuevas fuentes y soportes. Por lo tanto no se consideraron para el cálculo de las variaciones porcentuales totales de manera de comparar contra la misma base del año anterior.*

# Inversión | PIB

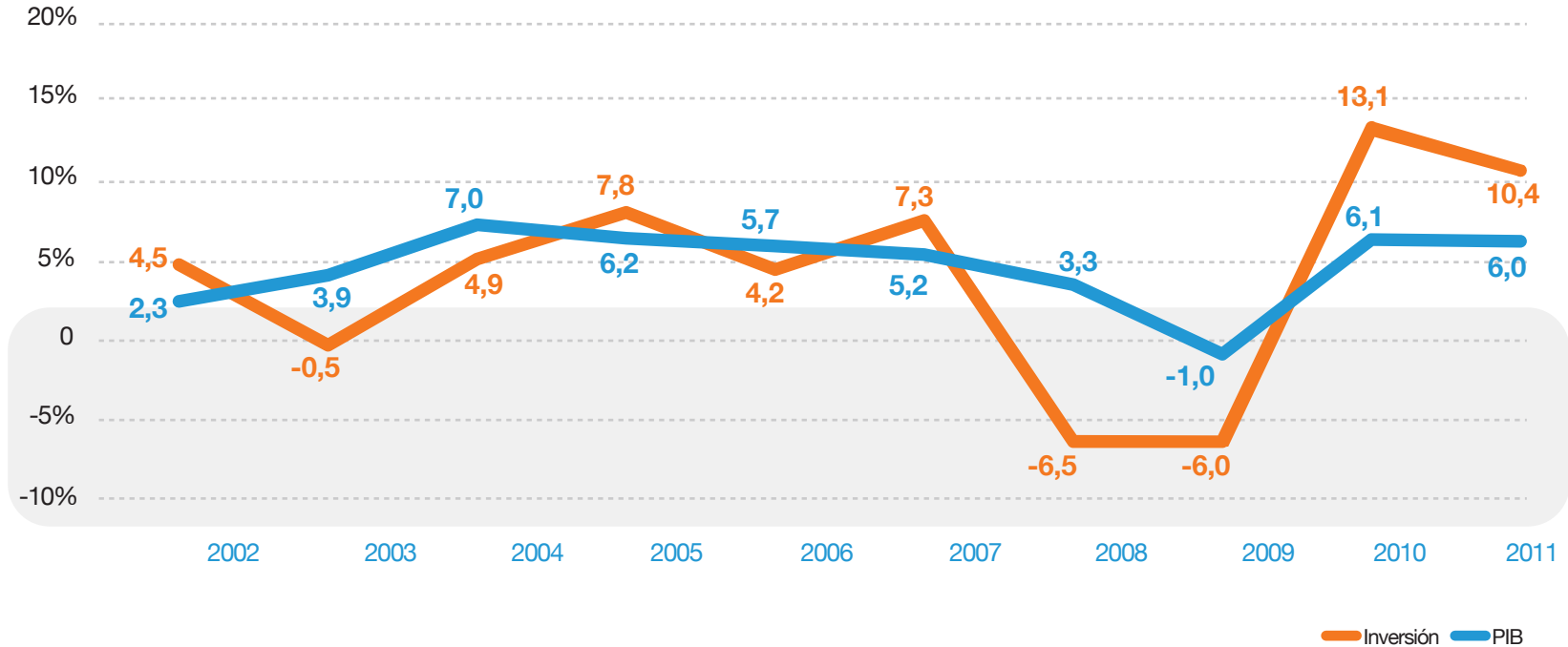
(Nominal)





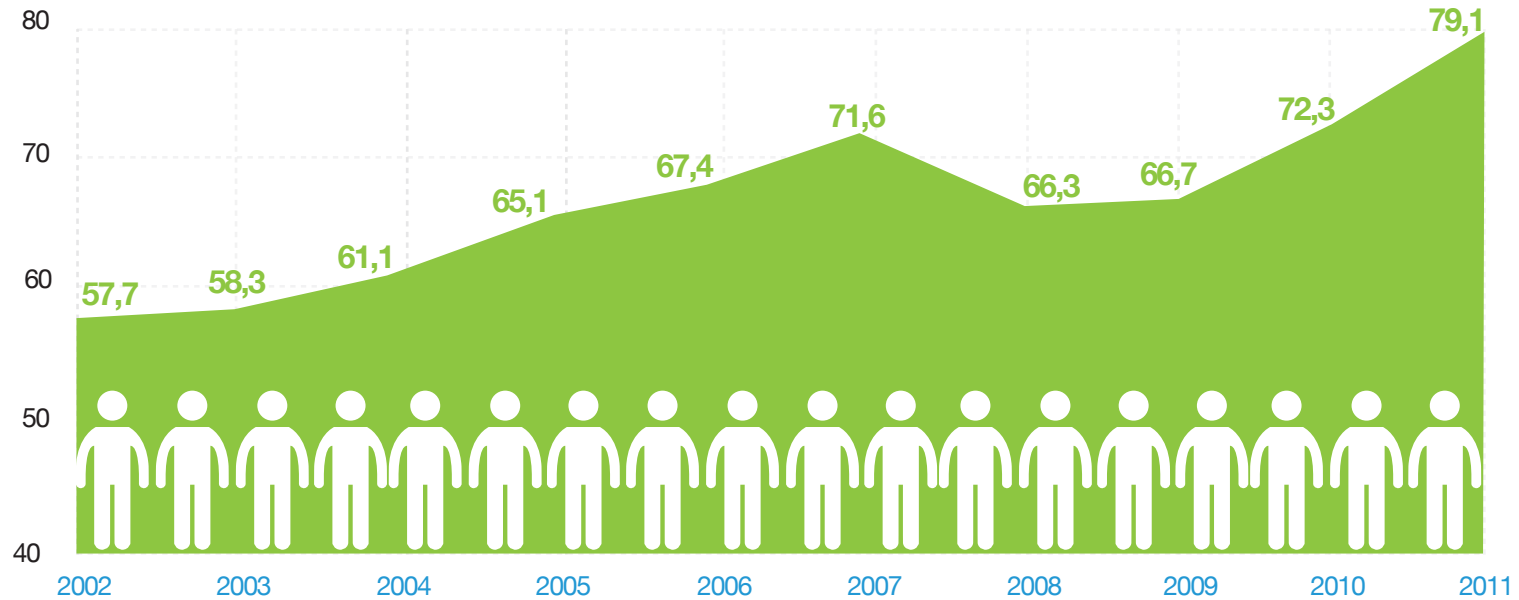
# Inversión | PIB

Variación Real



# Inversión Per Cápita

Dólares por Habitante



# Inversión Histórica

(Real) Millones de Pesos

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Televisión	217.745	220.583	231.723	243.527	257.477	276.616	260.074	262.392	284.168	295.828
Diarios	131.774	126.847	138.635	150.769	156.175	164.249	154.218	132.202	159.043	175.449
Radios	41.694	41.308	38.887	42.263	39.975	39.840	38.545	38.155	40.220	44.845
Revistas	18.244	17.223	16.326	16.428	16.589	17.882	15.525	11.932	12.672	12.711
Vía Pública	28.070	29.486	35.983	43.218	47.362	54.325	46.471	38.921	44.060	57.015
Cine	1.554	1.540	1.569	1.610	1.526	1.534	1.201	1.479	1.955	2.157
TV Pago		7.352	7.817	8.801	8.937	10.697	8.956	16.801	22.736	30.481
Online		3.962	4.301	5.622	7.287	9.167	12.146	19.024	32.537	40.993
<b>Total (MM\$)</b>	<b>439.082</b>	<b>448.300</b>	<b>475.241</b>	<b>512.237</b>	<b>535.329</b>	<b>574.309</b>	<b>537.135</b>	<b>520.906</b>	<b>597.390</b>	<b>659.478</b>
<b>Variación (%)</b>	<b>4,5%</b>	<b>-0,5%</b>	<b>4,9%</b>	<b>7,8%</b>	<b>4,2%</b>	<b>7,3%</b>	<b>-6,5%</b>	<b>-6,0%</b>	<b>13,1%*</b>	<b>10,4%</b>

\* Se mantuvo la variación total del año 2010 del informe ACHAP del año anterior para evitar mayores distorsiones.

# Inversión Histórica

(Real) Variación Porcentual

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Televisión	8,9	1,3	5,1	5,1	5,7	7,4	-6,0	0,9	8,3	4,1
Diarios	2,5	-3,7	9,3	8,8	3,6	5,2	-6,1	-14,3	20,3	10,3
Radios	-2,3	-0,9	-5,9	8,7	-5,4	-0,3	-3,3	-1,0	5,4	11,5
Revistas	-3,7	-5,6	-5,2	0,6	1,0	7,8	-13,2	-23,1	6,2	0,3
Via Pública	-0,5	5,0	ND	20,1	9,6	14,7	-14,5	-16,2	13,2	29,4
Cine	-12,2	-0,9	1,9	2,6	-5,2	0,6	-21,7	23,1	32,2	10,3
TV Pago	ND	ND	6,3	12,6	1,5	19,7	-16,3	ND	35,3	34,1
Online	ND	ND	8,6	30,7	ND	25,8	32,5	ND	ND	26,0
<b>Var. Total (%)</b>	<b>4,5%</b>	<b>-0,5%*</b>	<b>4,9%*</b>	<b>7,8%</b>	<b>4,2%*</b>	<b>7,3%</b>	<b>-6,5%</b>	<b>-6,0%*</b>	<b>13,1%*</b>	<b>10,4%</b>
<b>Var. PIB (%)</b>	<b>2,3%</b>	<b>3,9%</b>	<b>7,0%</b>	<b>6,2%</b>	<b>5,7%</b>	<b>5,2%</b>	<b>3,3%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>6,1%</b>	<b>6,0%</b>

Se mantuvo la variación total del año 2010 del informe ACHAP del año anterior para evitar mayores distorsiones.

\* Ver nota metodológica.

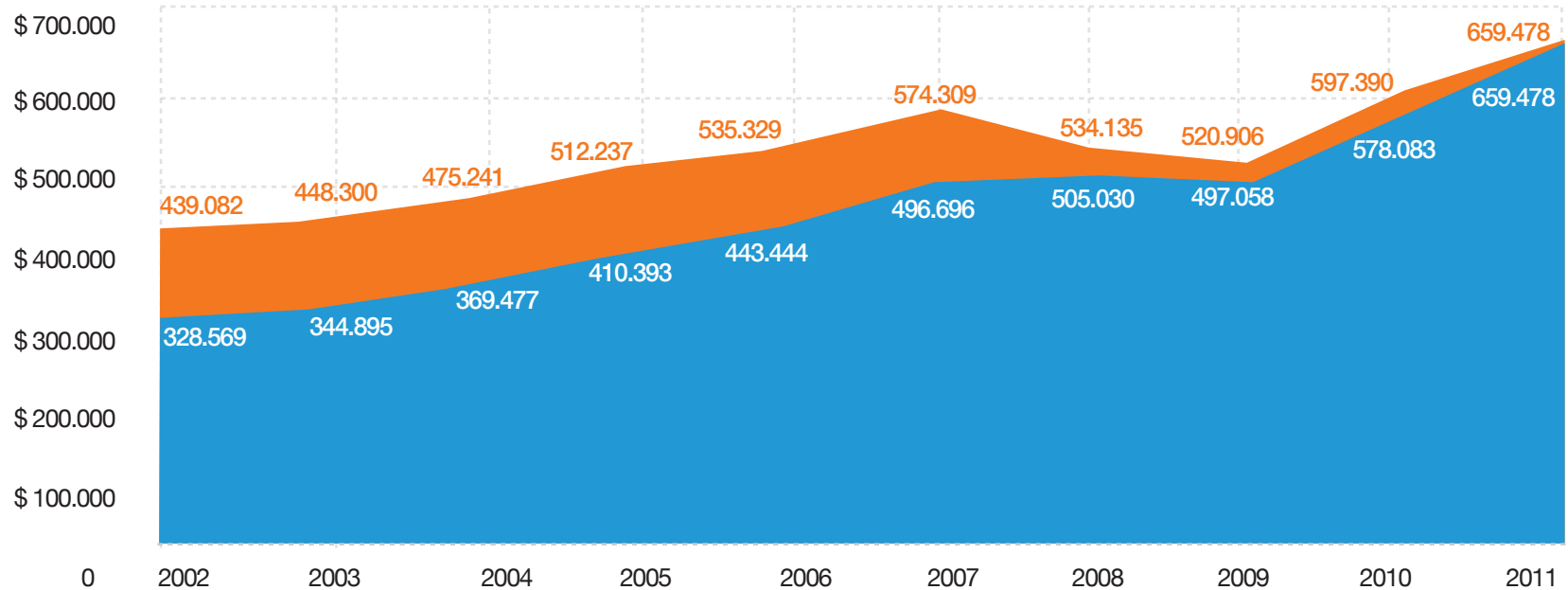
# Inversión Histórica

(Nominal) Millones de Pesos

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Televisión	162.941	169.703	180.153	195.108	213.283	239.234	244.529	250.379	274.984	295.828
Diarios	98.608	97.588	107.782	120.793	129.369	142.052	145.000	126.150	153.903	175.449
Radios	31.200	31.780	30.233	33.860	33.114	34.456	36.241	36.408	38.920	44.845
Revistas	13.652	13.250	12.693	13.162	13.742	15.465	14.597	11.386	12.263	12.711
Vía Pública	21.005	22.685	27.975	34.625	39.233	46.983	43.693	37.139	42.636	57.015
Cine	1.163	1.185	1.220	1.290	1.264	1.327	1.129	1.411	1.892	2.157
TV Pago		5.656	6.077	7.051	7.403	9.251	8.421	16.032	22.001	30.481
Online		3.048	3.344	4.504	6.036	7.928	11.420	18.153	31.485	40.993
<b>Total (MM\$)</b>	<b>328.569</b>	<b>344.895</b>	<b>369.477</b>	<b>410.393</b>	<b>443.444</b>	<b>496.696</b>	<b>505.030</b>	<b>497.058</b>	<b>578.083</b>	<b>659.478</b>
<b>Inversión/PIB (%)</b>	<b>0,69%</b>	<b>0,66%</b>	<b>0,61%</b>	<b>0,60%</b>	<b>0,54%</b>	<b>0,55%</b>	<b>0,54%</b>	<b>0,51%</b>	<b>0,52%</b>	<b>0,55%</b>

# Inversión

en Millones de Pesos



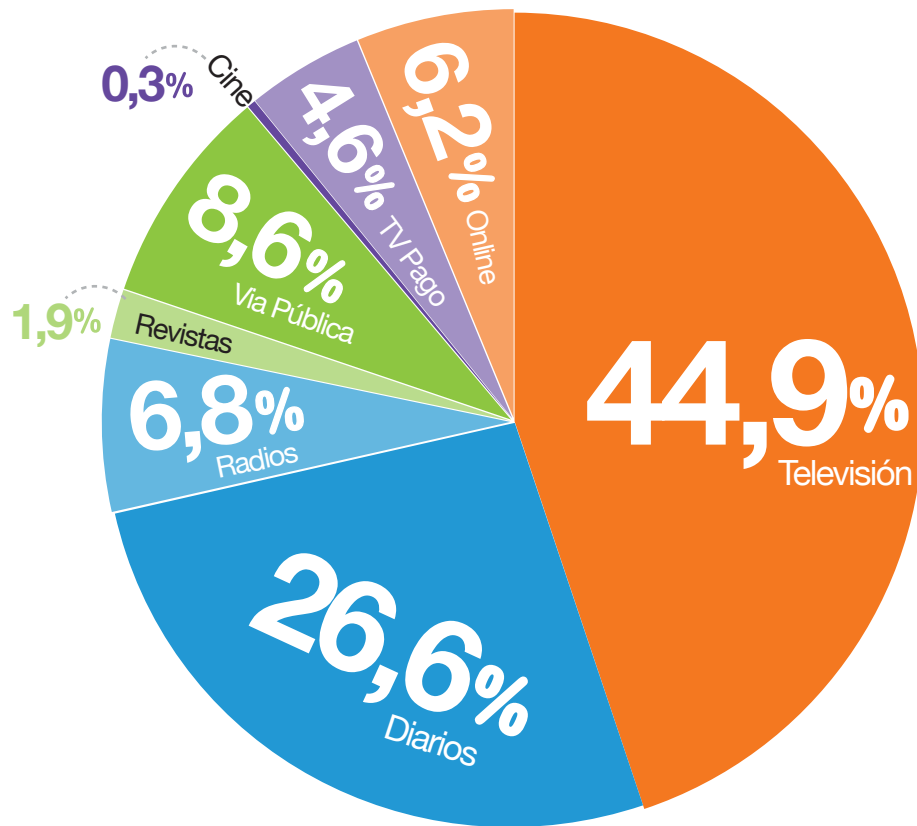
Nominal



Real

# Participación por Medio

Año 2011



# Participación

por Medio

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Televisión	49,6	49,2	48,8	47,5	48,1	48,2	48,4	50,4	47,6	44,9
Diarios	30,0	28,3	29,2	29,4	29,2	28,6	28,7	25,4	26,6	26,6
Radios	9,5	9,2	8,2	8,3	7,5	6,9	7,2	7,3	6,7	6,8
Revistas	4,2	3,8	3,4	3,2	3,1	3,1	2,9	2,3	2,1	1,9
Vía Pública	6,4	6,6	7,6	8,4	8,8	9,5	8,7	7,5	7,4	8,6
Cine	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3
TV Pago		1,6	1,6	1,7	1,7	1,9	1,7	3,2	3,8	4,6
Online		0,9	0,9	1,1	1,4	1,6	2,3	3,7	5,4	6,2



# Inversión Histórica

(Real) Millones de Dólares

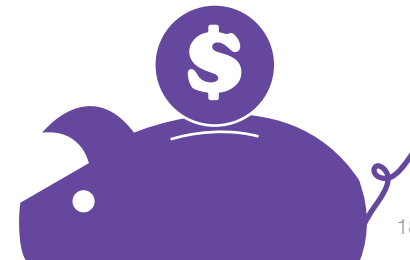
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Televisión	450	456	479	504	533	572	538	543	588	612
Diarios	273	262	287	312	323	340	319	274	329	363
Radios	86	85	80	87	83	82	80	79	83	93
Revistas	38	36	34	34	34	37	32	25	26	26
Vía Pública	58	61	74	89	98	112	96	81	91	118
Cine	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4
TV Pago	0	15	16	18	18	22	19	35	47	63
Online	0	8	9	12	15	19	25	39	67	85
<b>Total (MMU\$)</b>	<b>908</b>	<b>927</b>	<b>983</b>	<b>1.060</b>	<b>1.108</b>	<b>1.188</b>	<b>1.111</b>	<b>1.078</b>	<b>1.236</b>	<b>1.364</b>
Inversión/PIB (%)	0,55%	0,54%	0,54%	0,54%	0,54%	0,55%	0,50%	0,49%	0,53%	0,55%



# Inversión Histórica

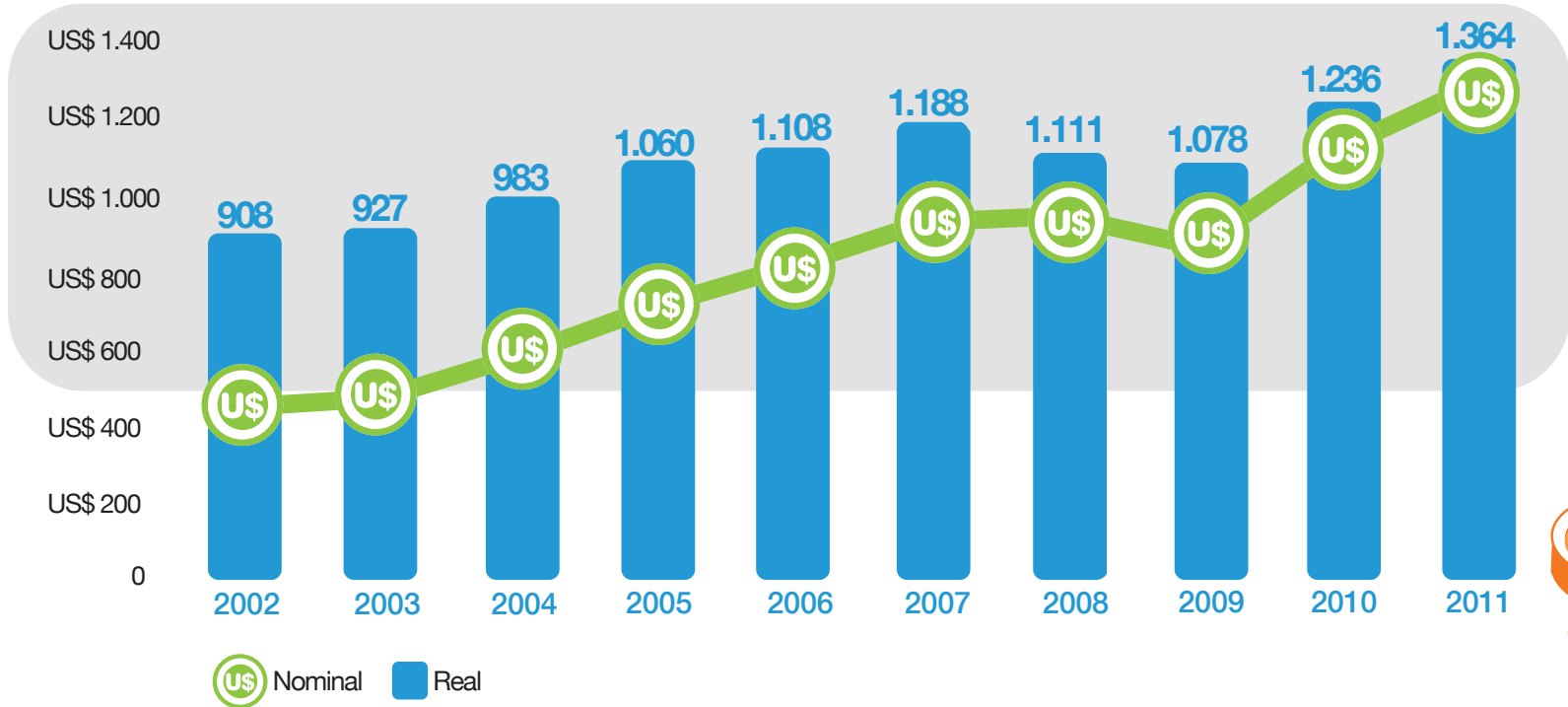
(Nominal) Millones de Dólares

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Televisión	237	245	296	349	402	458	468	447	539	612
Diarios	143	141	177	216	244	272	278	225	302	363
Radios	45	46	50	60	62	66	69	65	76	93
Revistas	20	19	21	24	26	30	28	20	24	26
Vía Pública	30	33	46	62	74	90	84	66	84	118
Cine	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4
TV Pago	0	8	10	13	14	18	16	29	43	63
Online	0	4	5	8	11	15	22	32	62	85
<b>Total (MMU\$)</b>	<b>477</b>	<b>499</b>	<b>606</b>	<b>733</b>	<b>836</b>	<b>951</b>	<b>967</b>	<b>888</b>	<b>1.133</b>	<b>1.364</b>



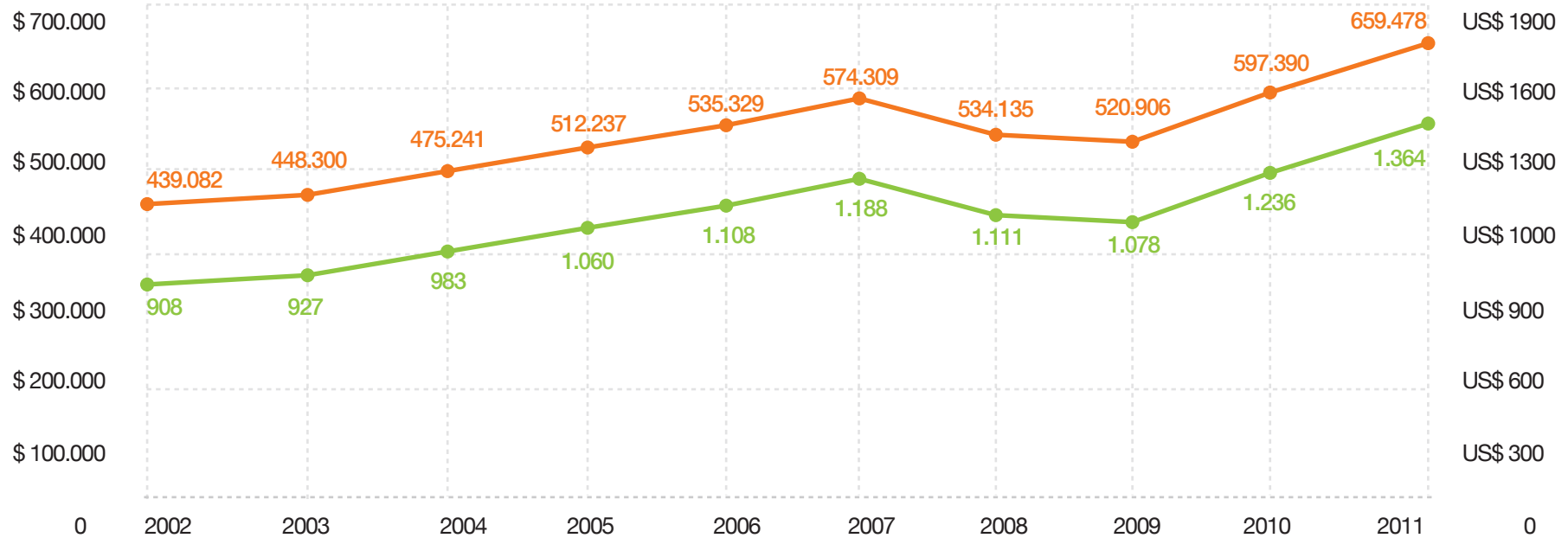
# Inversión

en Millones de Dólares



# Inversión

en Millones de Pesos | Millones de Dólares



Dólar



Pesos

# 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 2011).

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 2011 (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.





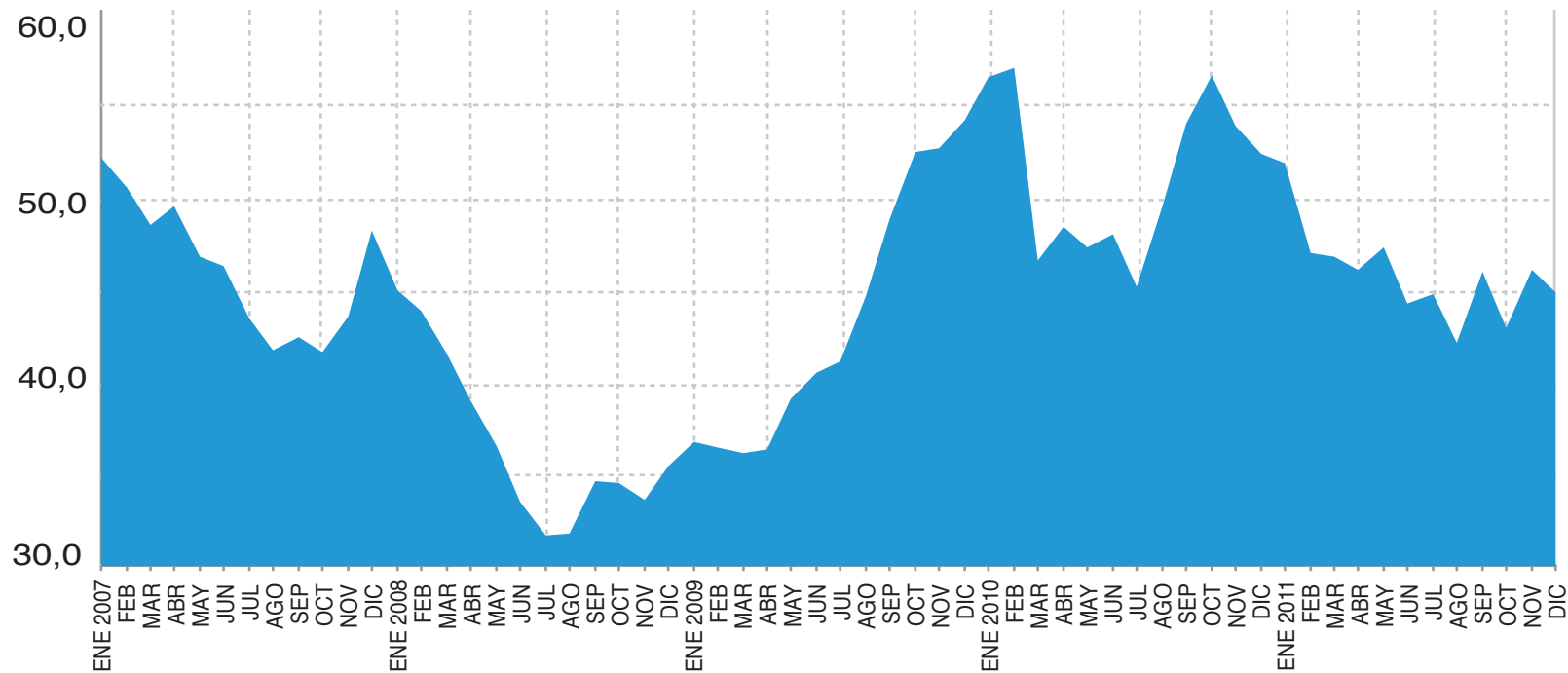
# Indicadores Macroeconómicos

# Indicadores Macroeconómicos

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
PIB (MM\$ 2011)	99.465.148	104.598.371	108.042.225	106.922.441	113.439.584	120.232.603
PIB (Variación %)	5,7	5,2	3,3	-1,0	6,1	6,0
PIB (MMUS\$ 2011)	205.779	216.398	223.523	221.207	234.690	248.743
PIB per Cápita (US\$)	12.523	13.038	13.334	13.067	13.729	14.421
IPEC Adimark (Índice)	54,1	48,1	35,4	54,0	52,2	44,8
IPC (Variación %)	2,6	7,8	7,1	-1,4	3,0	4,4
IPC Promedio (Var %)	3,4	4,4	8,7	1,6	1,4	3,3
Tasa Interés (%)	6,6	5,1	5,1	4,7	4,0	4,6
Tasa Desempleo (%)	7,8	7,1	7,8	9,7	8,1	7,1
Dólar Observado (\$)	530,3	522,5	522,5	559,6	510,4	483,36
Cobre (US\$)	3,05	3,23	3,16	2,34	3,42	4,00
Petróleo (US\$)	66,0	72,3	99,6	61,7	79,4	95,1
IPSA (Índice)	2.693	3.052	2.376	3.581	4.928	4.178
Población (Miles)	16.433	16.598	16.763	16.929	17.094	17.248

# IPEC Adimark

Enero 2007 | Diciembre 2011

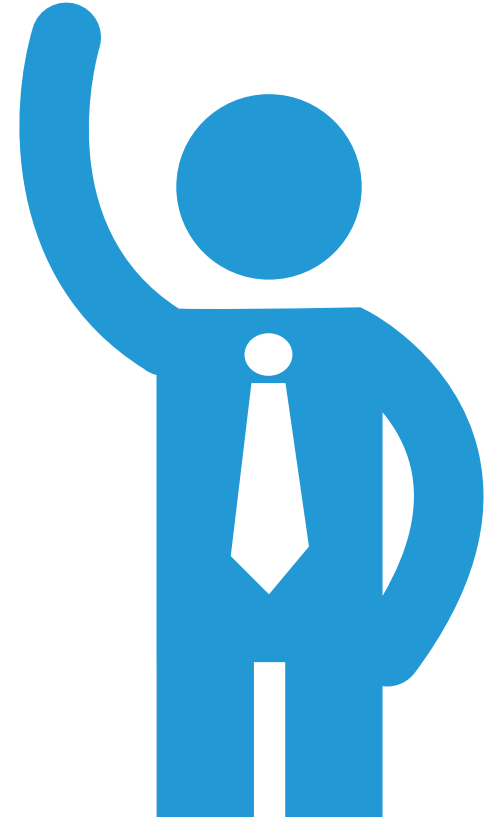




# Nota Metodológica

Las cifras de inversión en vía pública (2004), TV de Pago (2009) y online (2006, 2009 y 2010) fueron corregidas al alza debido a la incorporación de información de nuevas fuentes y soportes. Por lo tanto no se consideraron para el cálculo de las variaciones porcentuales totales de manera de comparar contra la misma base del año anterior.

POR LO TANTO NO FUERON CONSIDERADAS PARA EL CÁLCULO DE LA VARIACIONES  
**porcentuales del año**  
 DE MANERA DE COMPARAR CONTRA LA MISMA BASE DEL AÑO ANTERIOR.



# Términos

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

*\* La metodología de cálculo del PIB fue cambiada por el Banco Central de Chile en Marzo de 2012 por lo que las cifras de este informe pueden presentar discrepancias en algunos valores de los informes anteriores.*



**ACHAP**

**ASOCIACIÓN  
CHILENA  
DE AGENCIAS  
DE PUBLICIDAD**