

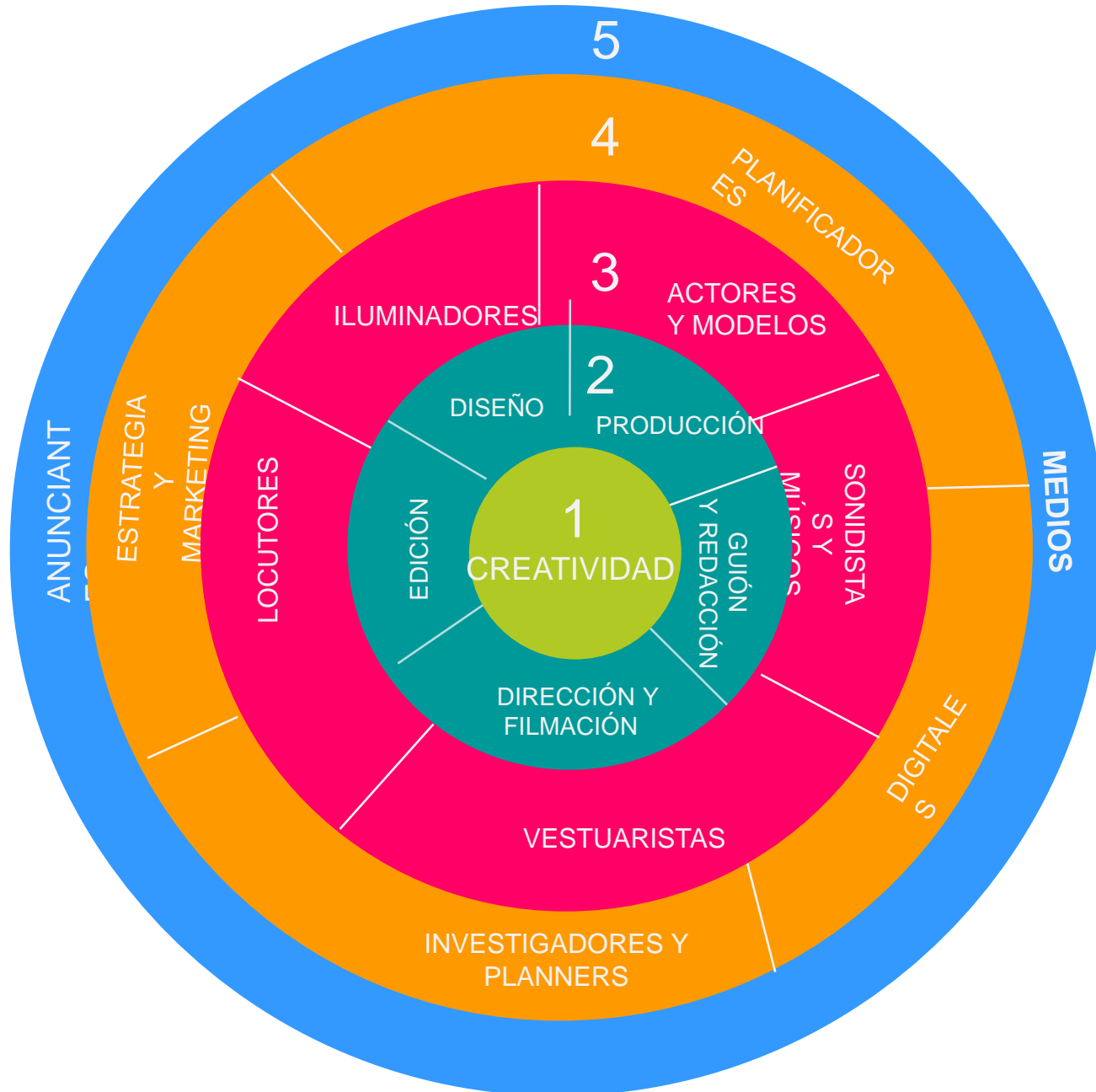


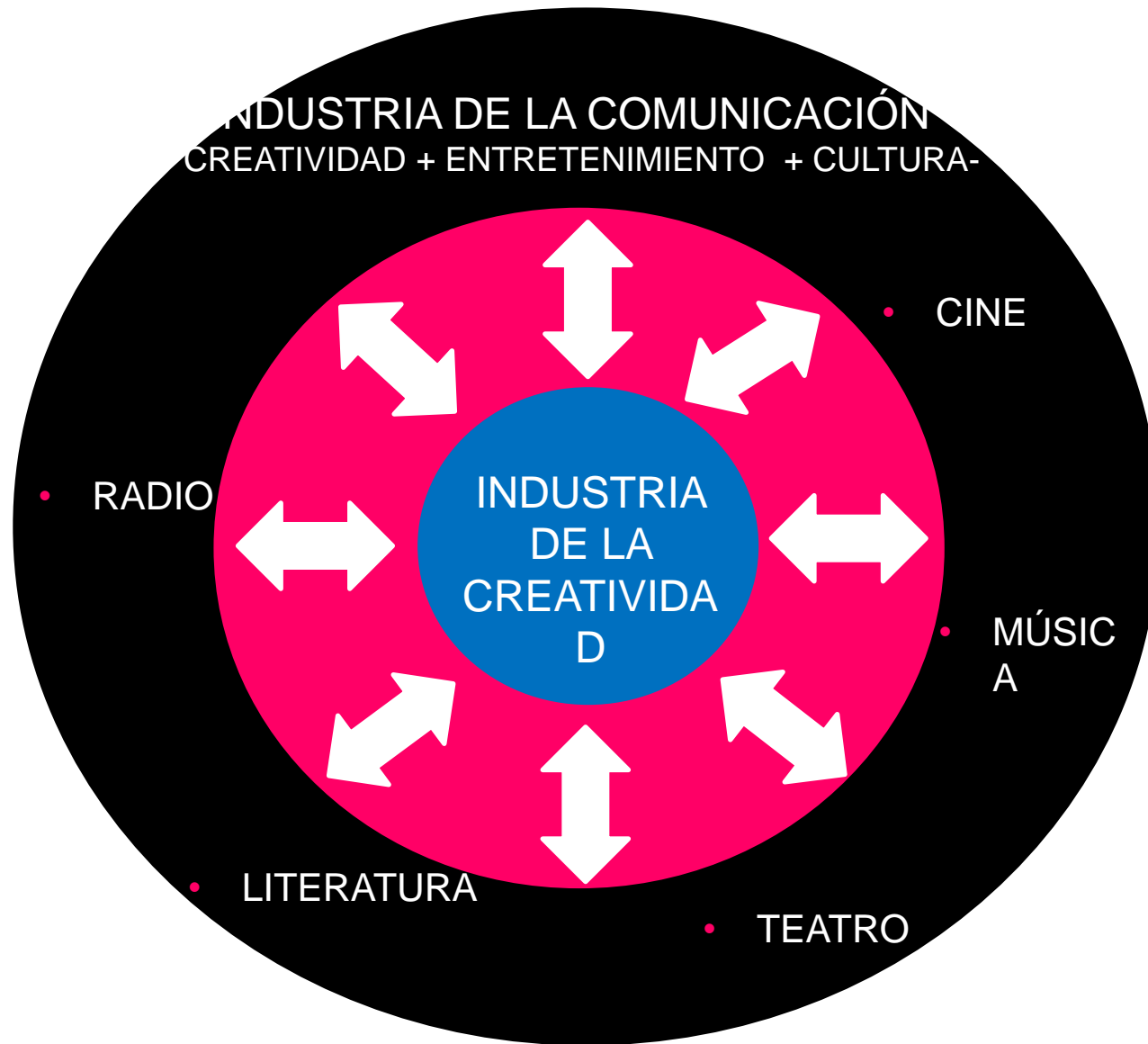
DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO  
LA INDUSTRIA DE LA PUBLICIDAD Y LA CREATIVIDAD  
EN ARGENTINA 2018-2020  
DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

PREPARADO Y ANALIZADO POR



# LOS 5 ANILLOS DE LA INDUSTRIA DE LA CREATIVIDAD





UN NODO DE TALENTOS MULTIDISCIPLINARIOS QUE CONTRIBUYE  
CON LA SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA  
DE UNA DE LAS MAYORES USINAS CULTURALES DEL MUNDO

# LA INDUSTRIA DE LA CREATIVIDAD EN NÚMEROS

-fuente AAP 2018

**+ DE 450 EMPRESAS CON UN  
TAMAÑO PROMEDIO DE 23,5  
EMPLEADOS EN RELACIÓN DE  
DEPENDENCIA CADA UNA.**

# LA INDUSTRIA DE LA CREATIVIDAD EN NÚMEROS

-Fuente: AAP 2017-

**1000** MILLONES DE DÓLARES  
DE VALOR AGREGADO  
EN SERVICIOS DE  
PRODUCCIÓN LOCAL  
Y CALIDAD GLOBAL

# LA INDUSTRIA DE LA CREATIVIDAD EN NÚMEROS

-Fuente AAP 2017-

**6500** MILLONES DE DÓLARES  
INVIERTEN LAS MARCAS,  
EMPRESAS Y ORGANIZACIONES  
EN MEDIOS POR AÑO

# LA INDUSTRIA DE LA CREATIVIDAD EN NÚMEROS

-Fuente AAP 2018-

10.500 EMPLEOS DIRECTOS

40.000 INDIRECTOS

LA INDUSTRIA DE LA CREATIVIDAD EN NÚMEROS

-fuente AAP-

**TOP 10 MUNDIAL  
DURANTE LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS  
ENTRE LOS PAÍSES  
MÁS PREMIADOS**

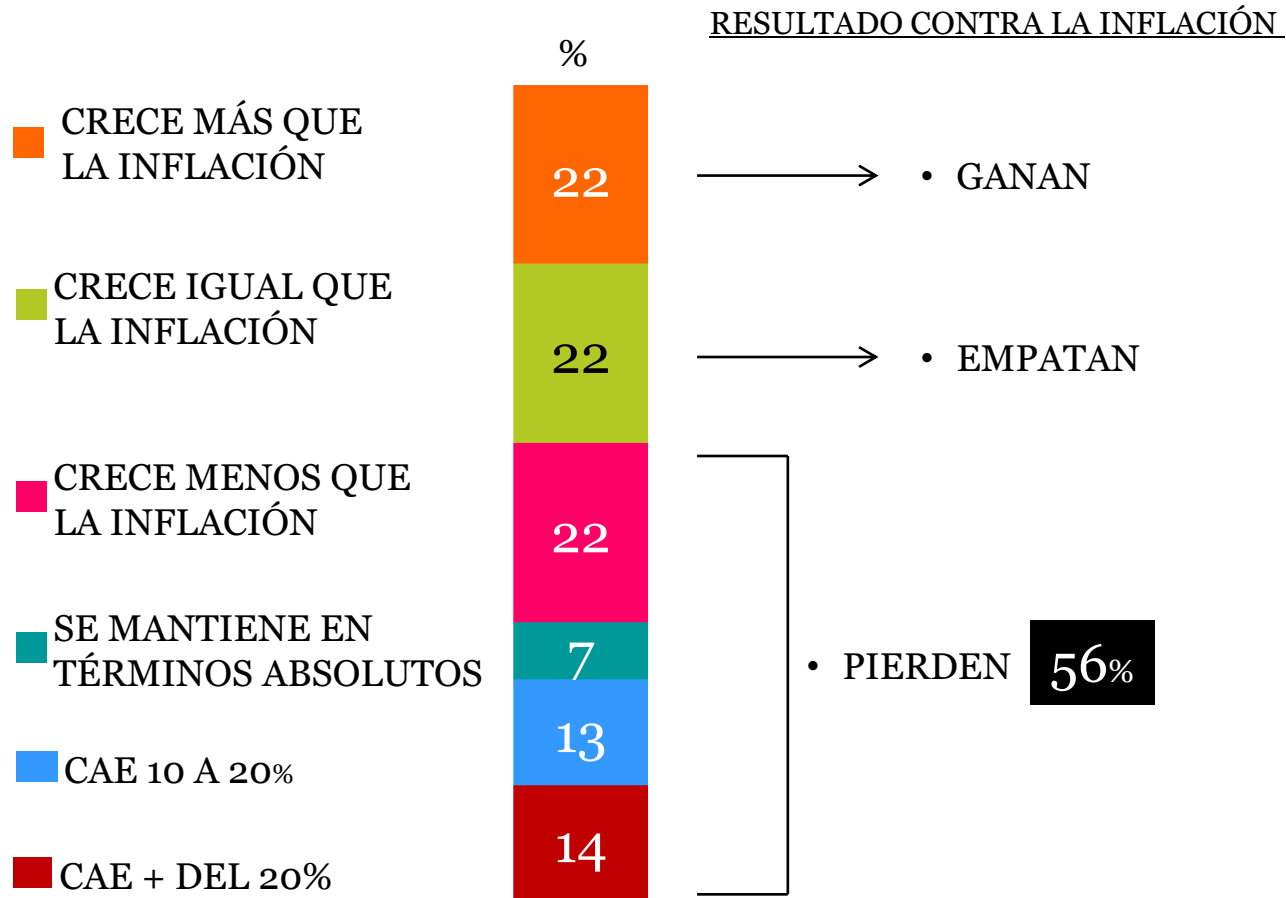


La industria de la publicidad,  
aún atravesando una situación compleja,

Es un nodo de creatividad,  
formación y empleo  
muy valioso para todo el sector de  
la comunicación y la cultura

# FACTURACIÓN 2018

EVOLUCIÓN 2018 VS 2017

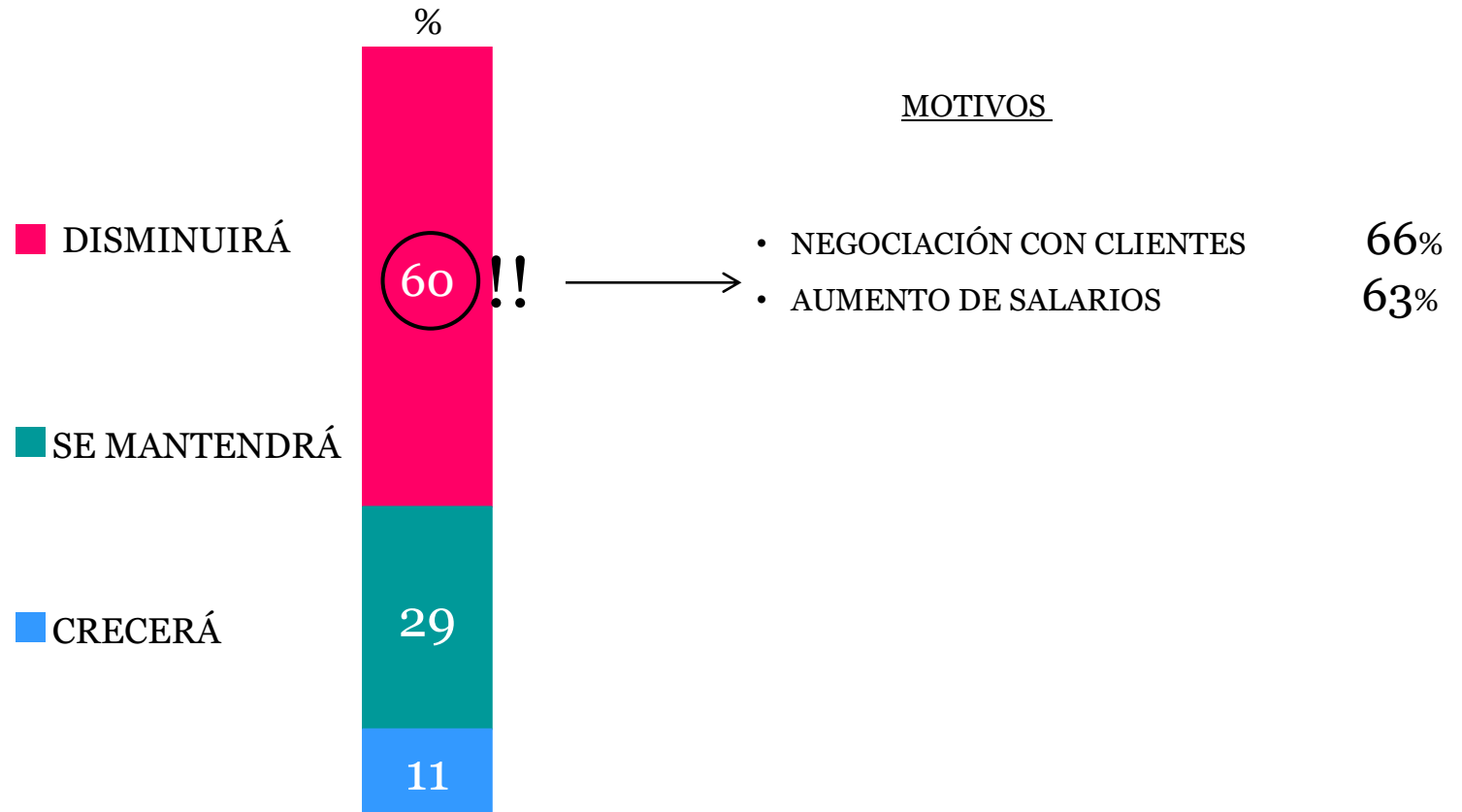


## PROBLEMA 1: VOLUMEN



# RENTABILIDAD 2018

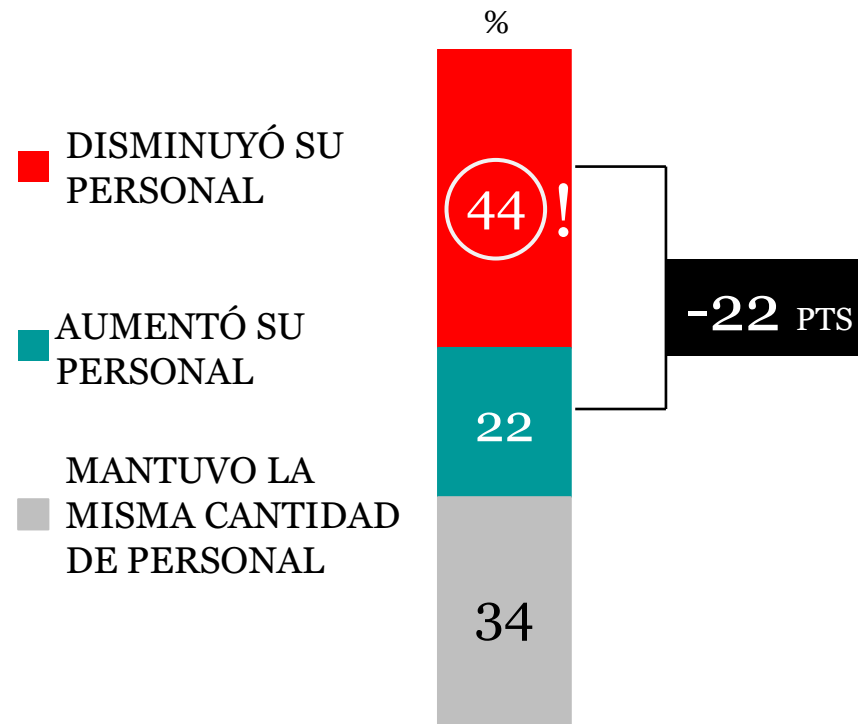
- EVOLUCIÓN 2018 VS 2017 -



## PROBLEMA 2: PROFIT

# EQUIPOS DE TRABAJO

EVOLUCIÓN 2018 VS 2017



**MENOS NEGOCIO = MENOS GENTE**

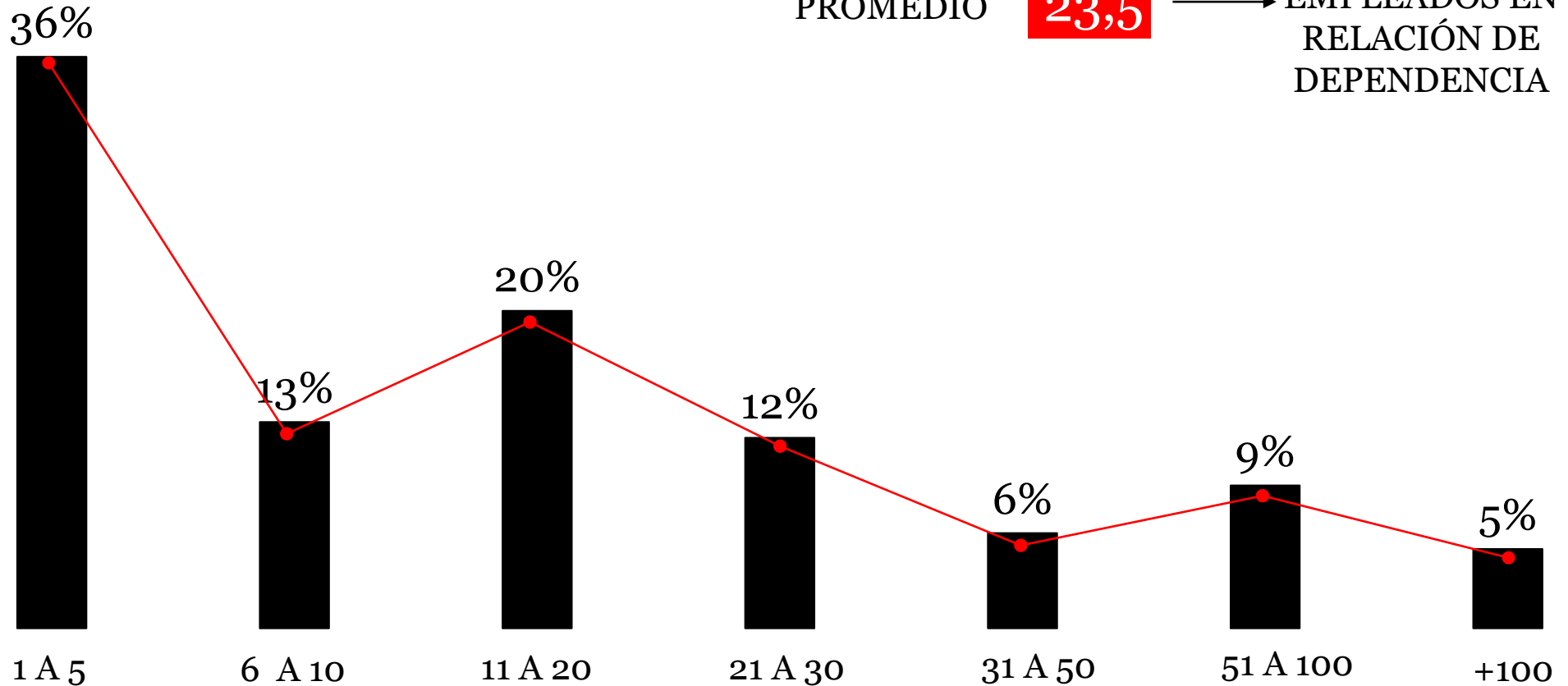
# EQUIPOS DE TRABAJO 2018

CANTIDAD DE EMPLEADOS EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA JULIO 2018

PROMEDIO

**23,5**

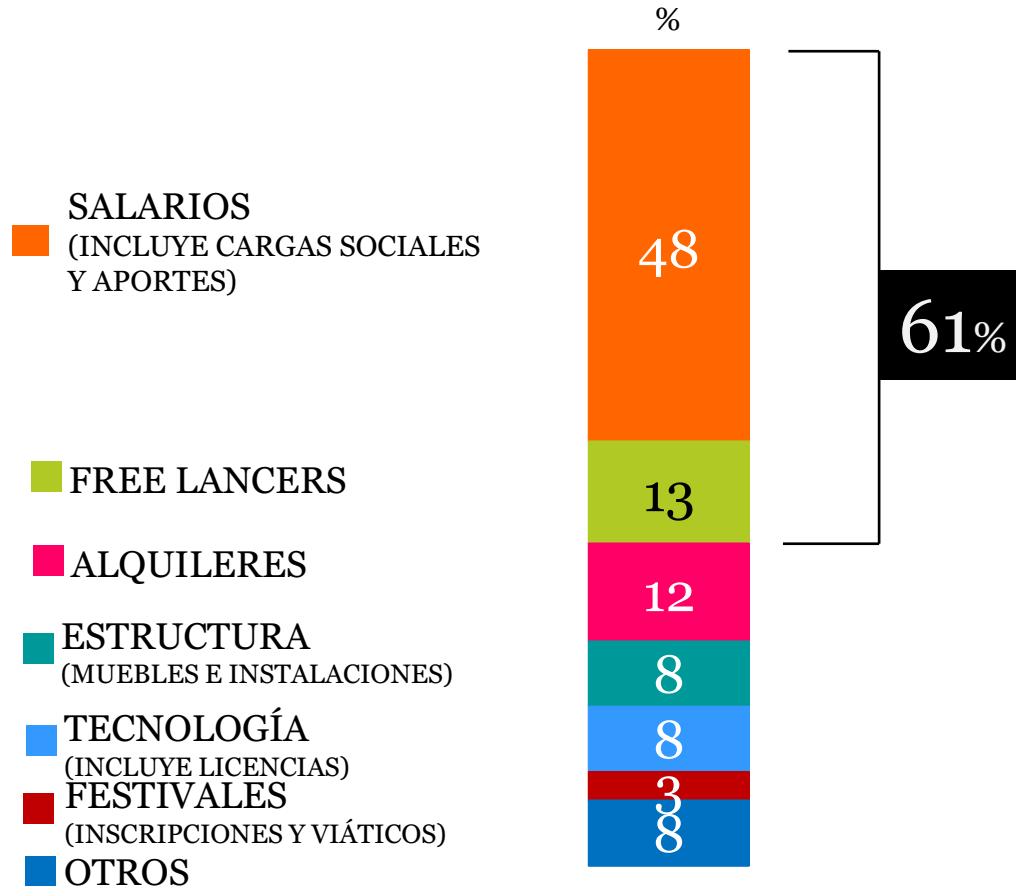
→ EMPLEADOS EN  
RELACIÓN DE  
DEPENDENCIA



Hoy el 70% de las empresas tienen  
menos de 20 empleados en relación de dependencia

# ESTRUCTURA DE COSTOS 2018

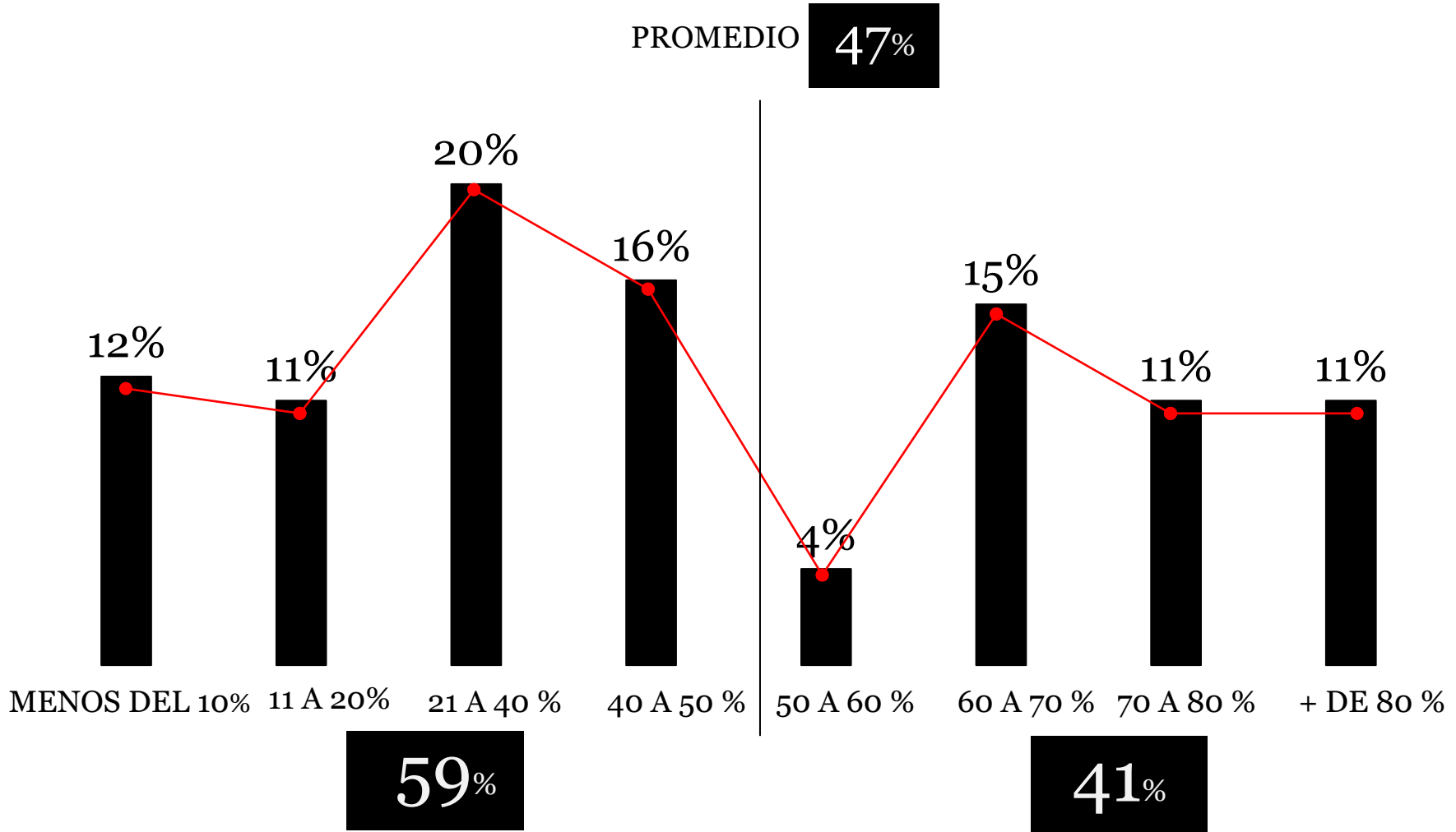
- ESTRUCTURA DE COSTOS PROMEDIO -



**LÓGICA DE NEGOCIO DE SERVICIOS Y TALENTO= GENTE**

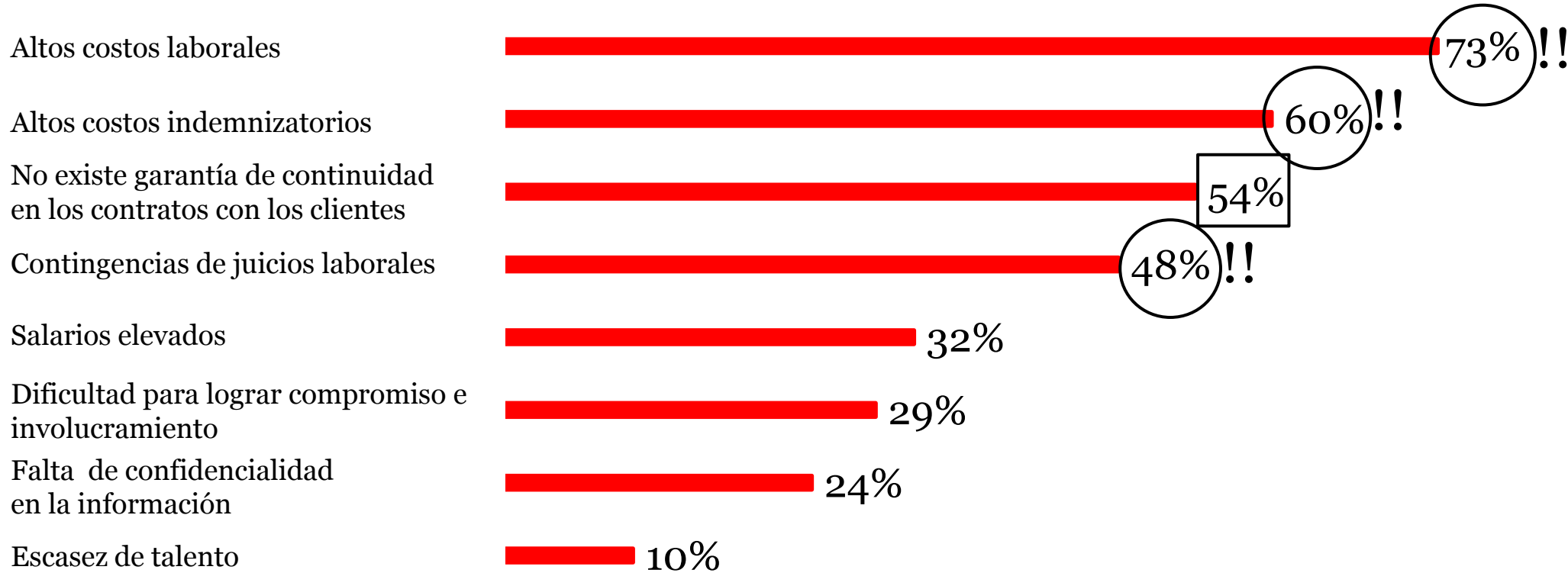
# MIX DE FACTURACIÓN: FIJA VS VARIABLE

- % DE LA FACTURACIÓN QUE ES FEE MENSUAL 2018-



-Racionales de la decisión empresaria-

% QUE RESPONDE QUE EL FACTOR ES DE ALTA IMPORTANCIA PARA FRENAR LAS CONTRATACIONES



LA LEGISLACIÓN NO ACOMPAÑA LA NUEVA LÓGICA DEL NEGOCIO



# ORIGEN DEL CAPITAL



NO SE VERIFICAN EN EL SECTOR 2 GRANDES TENDENCIAS DEL MUNDO ACTUAL DE LOS NEGOCIOS

- A) GLOBALIZACIÓN DEL CAPITAL
- B) CONCENTRACIÓN DE PLAYERS

## ORIGEN DEL CAPITAL

NACIONAL INDEPENDIENTE



INTEGRANTE DE UNA RED O GRUPO  
MULTINACIONAL



NACIONAL QUE REPRESENTA A UNA  
MULTINACIONAL



CAPITALES MIXTOS



INDEPENDIENTE DENTRO DE RED  
DE AGENCIAS



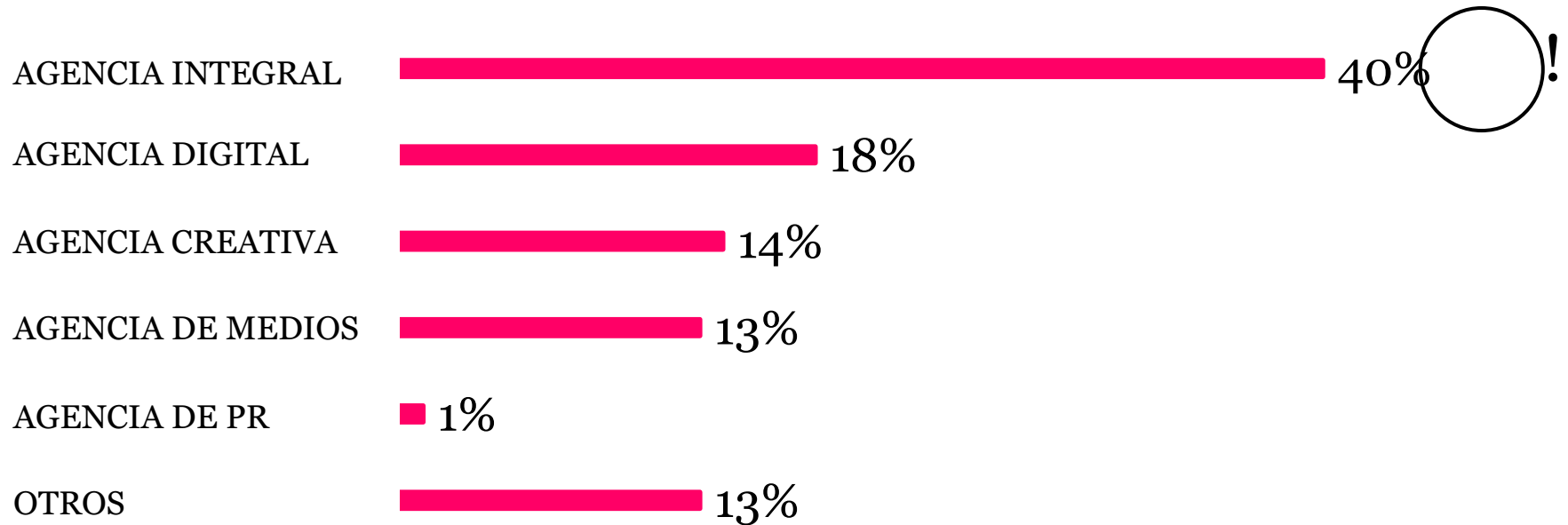
OTRAS EMPRESAS



20%

## AUTODEFINICIÓN DE LOS INTEGRANTES DE LA INDUSTRIA

### TIPO DE EMPRESA

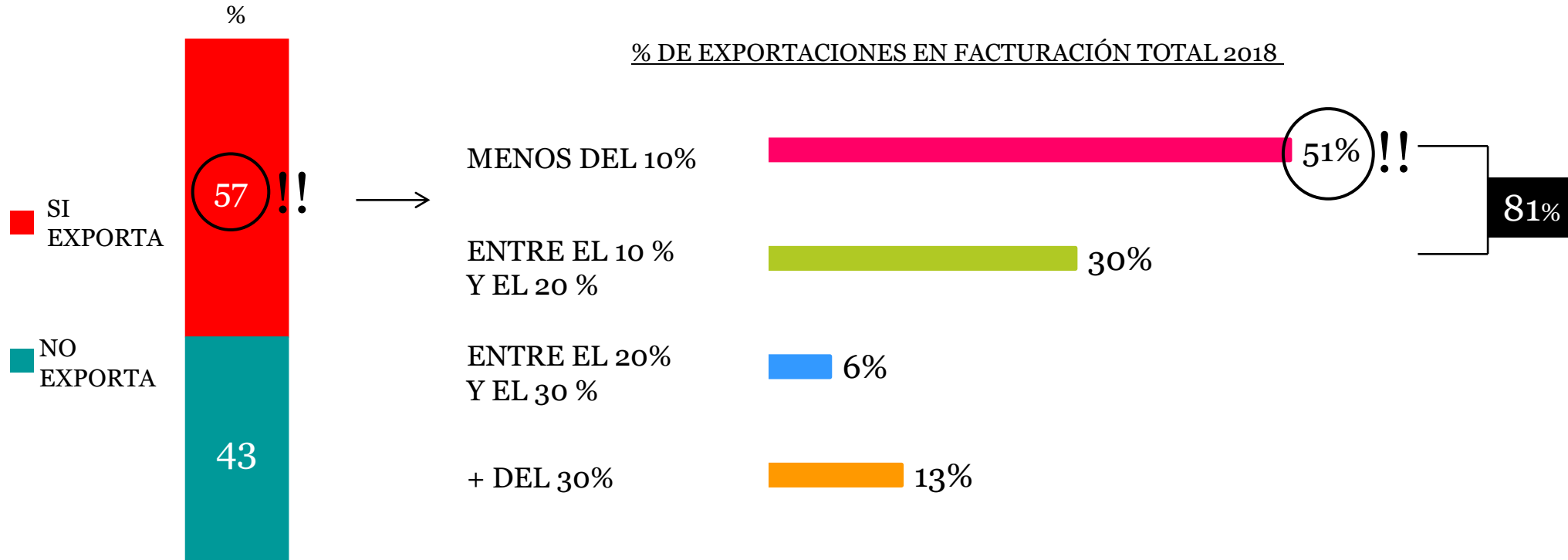


HOY SE VERIFICAN 2 MODELOS DE NEGOCIO DIFERENTES:  
VERTICAL VS HORIZONTAL

FOCO Y ESPECIALIZACIÓN VS DIVERSIDAD E INTEGRACIÓN

# EXPORTACIONES

CONTINÚAN EXISTIENDO EN LA INDUSTRIA  
PERO SU RELEVANCIA EN EL NEGOCIO SIGUE SIENDO BAJA

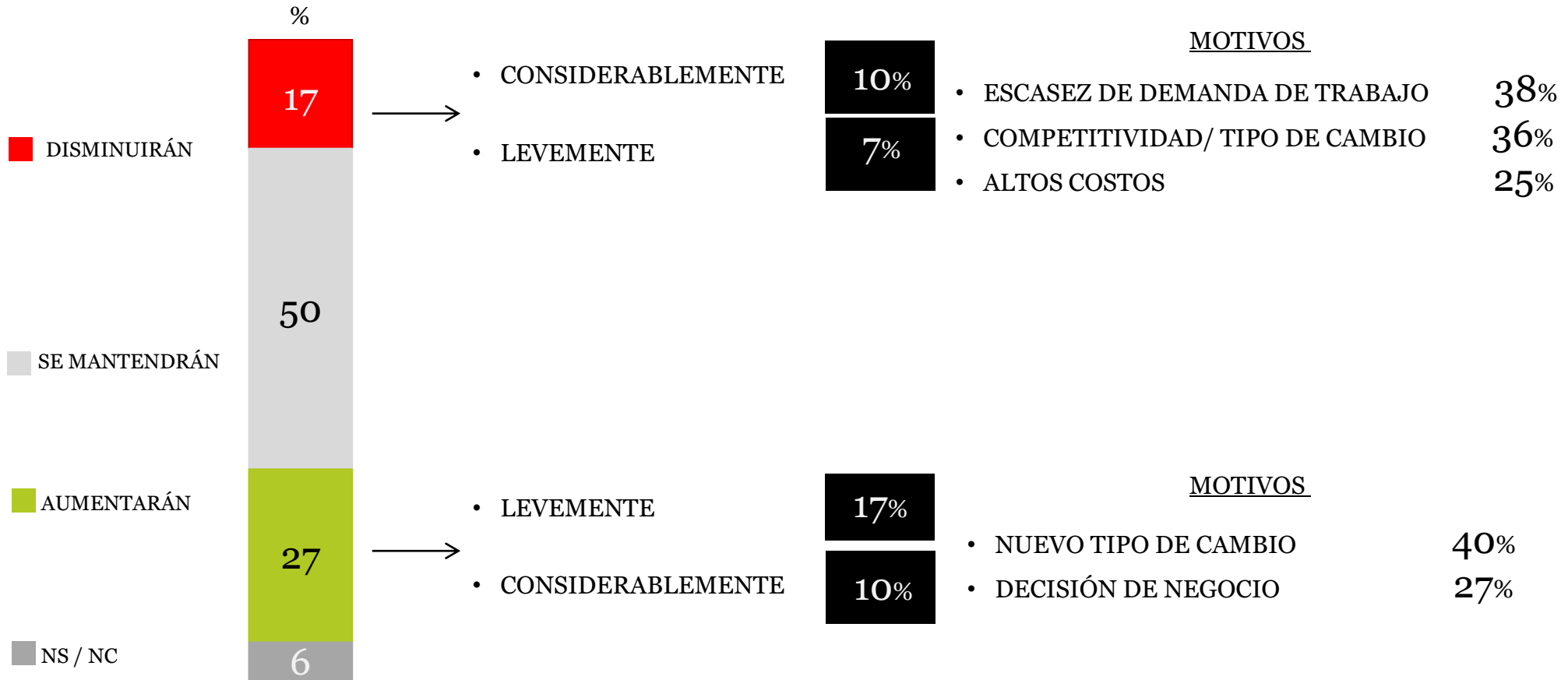


## PROMEDIO DE EXPORTACIONES SOBRE FACTURACIÓN

- 15% ENTRE LOS QUE EXPORTAN
- MENOS DEL 9 % DEL TOTAL DE LO QUE GENERA LA INDUSTRIA

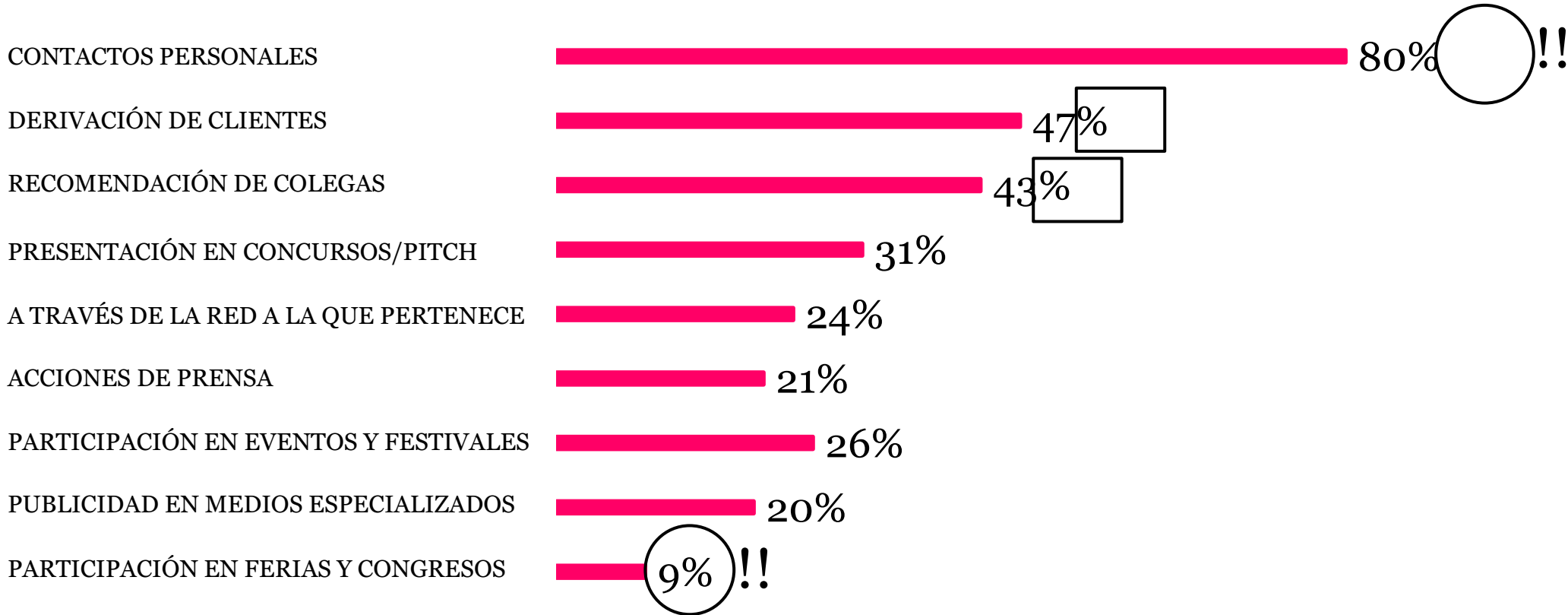
# EXPORTACIONES

- QUE SUCEDERÁ CON LAS EXPORTACIONES ESTE AÑO – ENTRE EL 57% QUE EXPORTA -



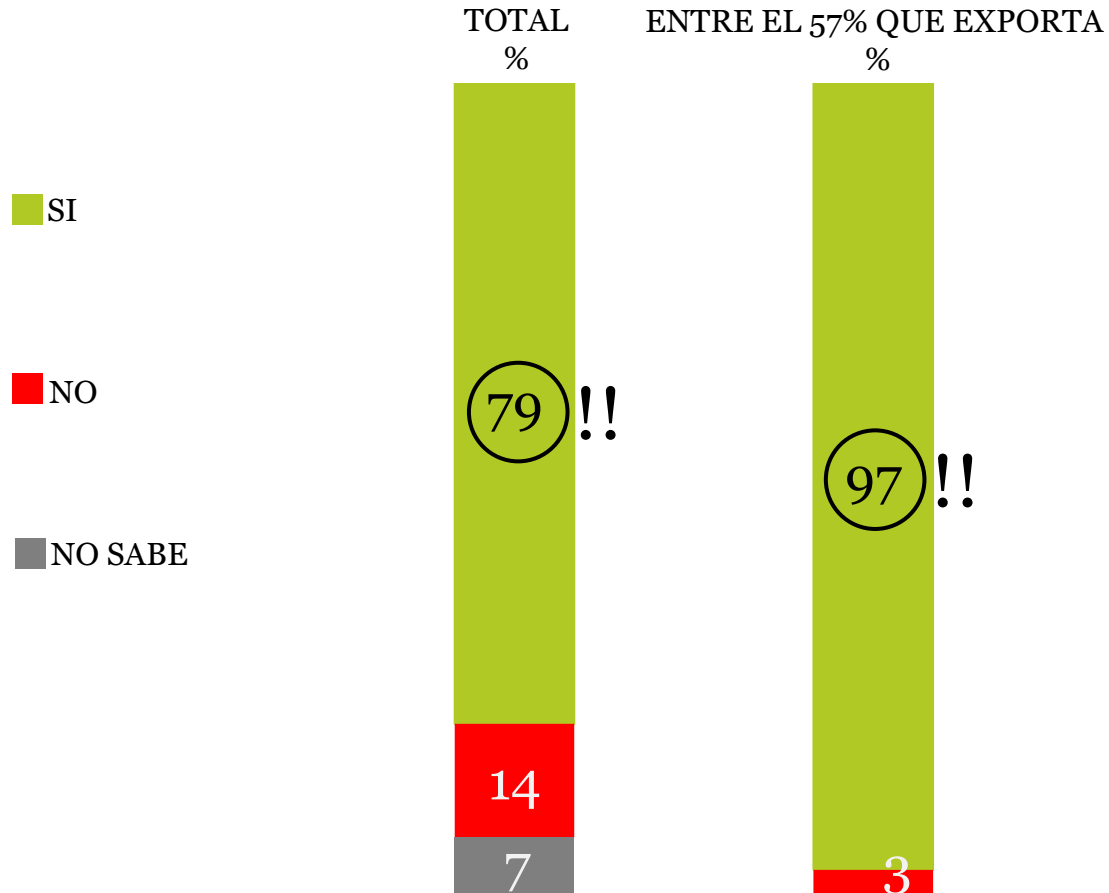
## EL ACCESO A LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN EMERGE MÁS COMO UN IMPULSO INDIVIDUAL QUE COLECTIVO

- HERRAMIENTAS UTILIZA PARA INSERTARSE EN MERCADOS EXTERNOS – ENTRE EL 57% QUE EXPORTA -



**NO PARECIERA HABER UNA POLÍTICA COLECTIVA  
PARA FACILITAR E IMPULSAR LAS EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA**

## LAS EXPORTACIONES CONTINÚAN SIENDO VISTAS COMO UN “MOTOR” POTENCIAL DEL NEGOCIO



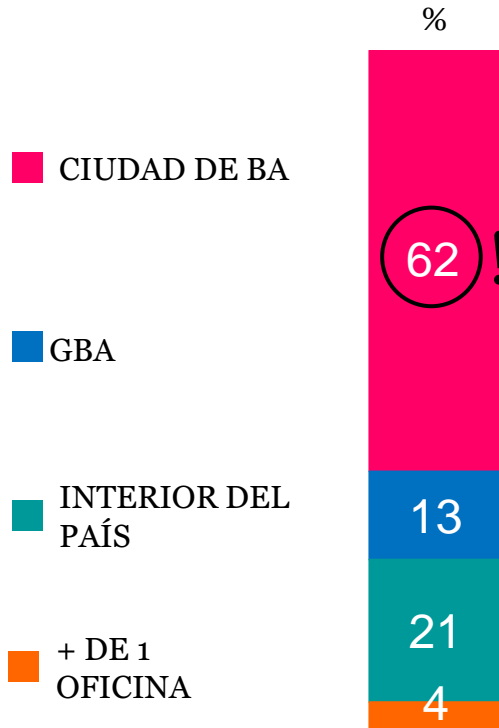
NO HAY PERDIDA DE INTERÉS, PERO SÍ HAY PÉRDIDA DE FOCO Y RELEVANCIA

# LAS VENTAJAS DEL DISTRITO AUDIOVISUAL NO ESTÁN SIENDO BIEN APROVECHADAS



2017

## AÉREA DE RADICACIÓN



## OFICINAS EN DISTRITO AUDIOVISUAL

■ SÍ ■ NO



## ¿TIENE ALGÚN BENEFICIO?

■ SI

13%

■ NO

65%

■ NO SABE

22%

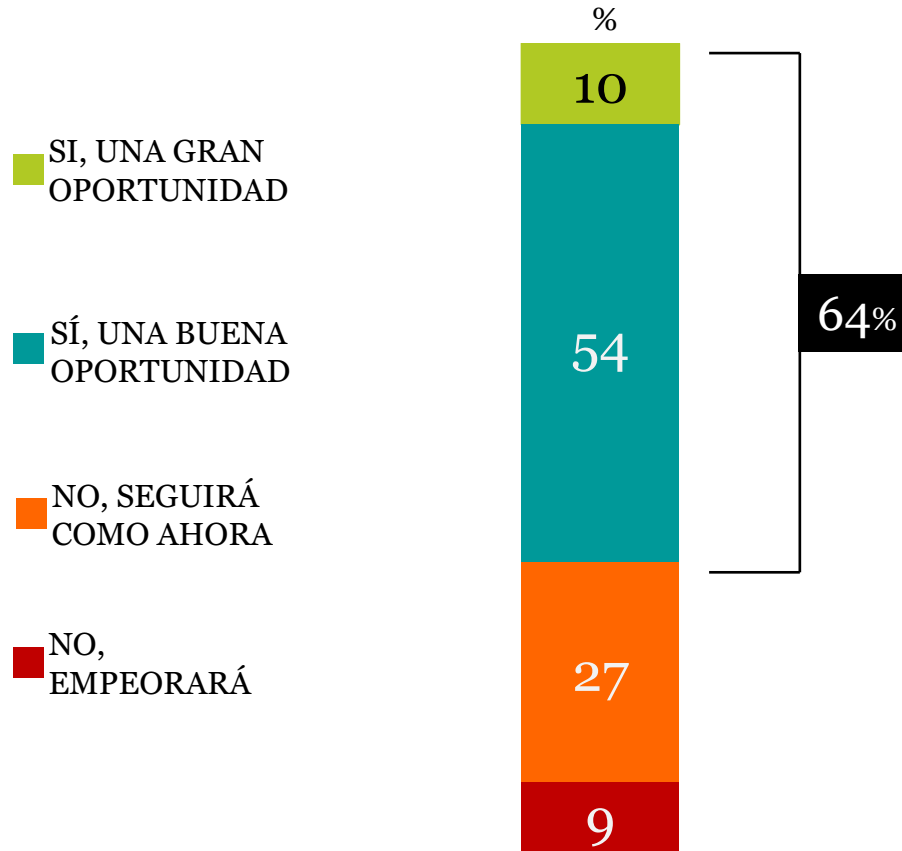
87%!!

## RESULTA EVIDENTE QUE:

- OPCIÓN A: LAS VENTAJAS ACTUALES SON POCO RELEVANTES PARA EL SECTOR Y NO AFECTARON SU TOMA DE DECISIONES
- OPCIÓN B: LAS VENTAJAS PUEDAN SER RELEVANTES, PERO SON POCO CONOCIDAS

# EL FUTURO DE LA INDUSTRIA

¿TIENE UNA OPORTUNIDAD LA INDUSTRIA PUBLICITARIA DE ACÁ A 2025?



LOS VERDADERAMENTE DESCREÍDOS SON APENAS 1 DE CADA 10