



**Economía Creativa de la Publicidad en Venezuela. 1996-2008.**  
**Informe N°4 del Observatorio ININCO.**  
**Carlos Enrique Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar**

El objetivo de este informe fue realizar una descripción empírica de los rasgos que definen la Industria Creativa de la Publicidad y, cómo han ido evolucionando y consolidándose en los últimos años (1996-2008), cumpliendo con las exigencias metodológicas del **Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura**<sup>1</sup> de exponer algunas estadísticas e indicadores, que describan las particularidades que tiene en cuanto sector creativo<sup>2</sup>, e industrial específico en Venezuela. Para ello se detallan las características más sobresalientes pero siempre enmarcadas en las actividades propias de la investigación descriptiva, de tipo analítico-documental, con un **enfoque diacrónico**, antes que exhaustivo.

**CONTENIDO / CUADROS.**

**1.- Evolución nominal facturación de la Industria de la Publicidad en Venezuela. Años 1996-2008. En millones de bolívares (BsF.), dólares (US\$) y porcentajes (%).**

AÑOS	Facturación (en millones de BsF. a precios corrientes)	% Crecimiento Facturación en BsF.	Facturación (en millones de US \$) /1	% Crecimiento Facturación (en US \$)
1996	159,71		332,73	
1997	248,62	35,76	497,25	33,09
1998	430,92	42,30	769,50	35,38
1999	544,35	20,84	837,46	8,12
2000	526,14	-3,46	751,62	-11,42
2001	609,90	13,73	802,50	6,34
2002	564,96	-7,95	403,54	-98,86
2003	674,83	16,28	421,77	4,32
2004	1.196,79	43,61	623,33	32,34
2005	1.696,93	29,47	789,27	21,02
2006	2.287,62	25,82	1.064,01	25,82
2007	3.074,00	25,58	1.429,77	25,58
2008	4.108,54	25,18	1.910,95	25,18

**Fuentes:** Revista PRODUCTO AÑOS 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009.

**Notas:** Al no contar con información relacionada con la facturación de la totalidad de las Agencias de Publicidad establecidas en el país, las cifras reflejadas por este concepto corresponden a estudios anuales que realiza la Revista PRODUCTO (Venezuela), en la que consideran los datos suministrados por 32, 56, 54, 55, 47, 49, 39, 42, 43, 54, 50, 57 y 56 Agencias de Publicidad correspondientes a los años 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009 respectivamente, consultadas para tal fin. El término facturación indica la inversión publicitaria realizada en medios por los clientes de las agencias (anunciantes) y en ningún caso se refiere a los ingresos brutos o netos de cada agencia.

**Procesos:** Cálculos estadísticos y organización por Carlos Enrique Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar.

**2.- Evolución de la inversión publicitaria en Venezuela, por medios de comunicación. Años 1990-2008. En porcentajes (%).**

<sup>1</sup> El Observatorio ININCO de la Cultura y la Comunicación fue creado en el año 2005, bajo la coordinación del Sociólogo Carlos Guzmán Cárdenas y adscrito a la línea de investigación "Sociedad de la Información, Políticas Culturales y Economía de la Comunicación y la Cultura"

<sup>2</sup> Aunque el término industrias creativas (CIs) tiene múltiples significados y usos alrededor del mundo, en general se entienden como aquellas que tienen su origen en la creatividad individual, las habilidades y el talento, y que buscan el bienestar y la creación de trabajos a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual (Creative Industries Mapping Document. London. HMSO. UK Department for Culture, Media and Sport. 1998). Esta propiedad intelectual se traduce en marcas registradas, patentes, modelos de utilidad, derechos de autor, derechos de reproducción etc.

AÑOS	TELEVISIÓN	RADIO	PRENSA / REVISTAS	INTERNET	VALLAS/ EXTERIORES	OTROS
1990	61	3	34	:	:	2
1991	..	..	..	..	..	..
1992	55	3	38	:	:	4
1994	74	2	21	:	:	3
1996	73	5	20	:	:	4
1997	68,1	8,65	18,6	0,05	4,7	0,09
1998	63,37	7,98	22,15	0,11	3,34	3,5
1999	63,5	9	20,3	0,1	5,5	1,6
2000	65,5	8,55	19,89	0,73	5,03	0,3
2001	70,3	6,5	17,6	0,2	4,8	0,5
2002	71,9	6,9	16,44	0,02	4,7	0,04
2003	74,01	7,01	15,07	0,001	3,88	0,03
2004	73,06	7,38	14,48	0,02	5,03	0,03
2005	79	1	18	..	2	..
2006	78,2	0,7	19,5	..	1,5	..
2007	72,1	0,6	23,2	..	1,6	..
2008	73	1	27	..	10,6	..

Fuentes: Los Venezolanos ven más Televisión. En: El Universal. Economía. Cuerpo 2. Venezuela, Domingo 11 de Junio de 2000. Revista PRODUCTO AÑOS 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009.

Procesos: Cálculos estadísticos y organización por Carlos Enrique Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar.

### 3.- Facturación distribuida por Grupos Internacionales y locales. Años 2001-2008. En millones de Bolívares (BsF.) y dólares (US\$).

AÑOS	2008			2007			2006			2005		
	Bs	US \$ /1	%									
TOTAL FACTURACIÓN MANEJADA POR GRUPOS INTERNACIONALES	2.774,56	1.290,49	67,53	2.007,45	933,70	65,30	1.568,13	729,36	51,01	1.205,76	560,82	71,06
TOTAL FACTURACIÓN MANEJADA POR GRUPOS LOCALES	1.333,98	620,46	32,47	1.066,55	496,07	34,70	1.505,88	700,40	48,99	491,17	228,45	28,94
TOTAL FACTURACIÓN	4.108,54	1.910,95	100,00	3.074,00	1.429,77	100,00	3.074,00	1.429,77	100,00	1.696,93	789,27	100,00

  

AÑOS	2004			2003			2002			2001		
	Bs	US \$ /1	%	Bs	US \$ /1	%	Bs	US \$ /1	%	Bs	US \$ /1	%
TOTAL FACTURACIÓN MANEJADA POR GRUPOS INTERNACIONALES	887,28	462,12	74,14	529,16	330,72	78,41	430,51	307,51	76,20	467,39	614,99	76,63
TOTAL FACTURACIÓN MANEJADA POR GRUPOS LOCALES	309,51	161,21	25,86	145,68	91,05	21,59	134,45	96,04	23,80	142,51	187,51	23,37
TOTAL FACTURACIÓN	1.196,79	623,33	100,00	674,83	421,77	100,00	564,96	403,54	100,00	609,90	802,50	100,00

Fuentes: Revista PRODUCTO AÑOS 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009.

Procesos: Cálculos estadísticos y organización por Carlos Enrique Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar.

## SIMBOLOGÍA UTILIZADA A LOS CUADROS ESTADÍSTICOS

% tanto por ciento o porcentaje.

**Bs.** Bolívares. Moneda oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

.. Información no disponible.

: Información no procedente. No aplicable.

**US\$.** Dólares americanos

**/1** Tasa de cambio promedio (Bs. / US \$) utilizada para la liquidación de operaciones cambiarias, establecidas por el Banco Central de Venezuela (BCV). El Decreto No. 1292 de fecha 17/04/96, restablece la libre convertibilidad de la moneda en todo el territorio nacional a partir del 22/04/96, derogando los Decretos Nos. 972 del 11/12/95 y 268 del 09/07/94. En Febrero de 2003 se establece un control de cambio de BsF. 1,60 por US\$ (ajuste +14%); Febrero de 2004 a BsF. 1,92 por US\$ (ajuste +20%) y en Febrero de 2005 hasta la fecha de este estudio (2008) se ubica en BsF. 2,15 por US\$ (ajuste +12%). Un control de cambio es un instrumento de política cambiaria que consiste en regular oficialmente la compra y venta de divisas en un país. De esta manera, el Gobierno interviene directamente en el mercado de moneda extranjera, controlando las entradas o salidas de capital. Medida oficial que se toma para proteger tanto el valor de la moneda local como las reservas internacionales de un país mediante la restricción de la compra y venta de divisas.

---

Este artículo forma parte de los resultados parciales de las líneas de investigación "**Sociedad de la Información, Políticas Culturales y Economía de la Cultura**" y "**Comunicación Empresarial y Gestión de los Intangibles**" así como del proyecto en grupo (PG Código CDCH 070066522007) "**Las Industrias Creativas y Culturales en Venezuela**" del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela, financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH-UCV).