

RELACIÓN ENTRE INVERSIÓN PUBLICITARIA / PBI			
PAÍS	TOTAL INVERSIÓN PUBLICITARIA 2007 (1)	TOTAL PBI ANUAL 2007 (2)	% INV. PUB. DENTRO DEL PBI (3)
ARGENTINA	1.616,72	203.120.010,00	0,796%
BRASIL	9.309,00	826.087.977,00	1,127%
CHILE	886,34	113.411.259,00	0,782%
COLOMBIA	956,79	116.053.270,00	0,824%
MÉXICO	4.713,49	837.765.066,00	0,563%
PERÚ	366,41	83.701.356,00	0,438%
URUGUAY	177,95	15.245.650,00	1,167%
	<b>18.026,70</b>	<b>2.195.384.588,00</b>	<b>0,821%</b>

**Fuentes:**

(1) Estimaciones AAAP en base a la información suministrada por IBOPE Media Latinoamerica y ajustada a neto según indicadores AAAP. Solo se tomó como dato Televisión (abierto y cable), Gráfica (diarios y revista) y Radio.

Agencias de Publicidad y cámaras empresariales de los países intervinientes.

(2) FMI: International Monetary Found / CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

(3) Cifras totales referidas a los 7 países participantes en millones de dólares americanos

RELACIÓN ENTRE INVERSIÓN PUBLICITARIA / HABITANTES			
PAÍS	TOTAL INVERSIÓN PUBLICITARIA 2007 (1)	CANTIDAD DE HABITANTES (2)	INVERSIÓN PUBLICITARIA PER CÁPITA (3)
ARGENTINA	1.616,72	39.921.833	40,50
BRASIL	9.309,00	188.078.227	49,50
CHILE	886,34	16.134.219	54,94
COLOMBIA	956,79	44.593.035	21,46
MÉXICO	4.713,49	107.449.525	43,87
PERÚ	366,01	28.302.603	12,93
URUGUAY	177,95	3.431.932	51,85
<b>TOTAL LATAM (4)</b>	<b>18.026,30</b>	<b>427.911.374</b>	<b>42,13</b>

**Fuentes:**  
(1) Estimaciones AAAP en base a la información suministrada por IBOPE Media Latinoamerica y ajustada a neto según indicadores AAAP. Se tomó como dato Televisión (abierto y cable), Gráfica (diarios y revista) y Radio. Agencias de Publicidad y cámaras empresariales de los países intervinientes.  
(2) FMI: International Monetary Fund / CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe  
(3) Cifras totales referidas a los 7 países participantes en millones de dólares americanos