



EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN LAS PLATAFORMAS TRADICIONALES Y DIGITALES

Nivel Nacional

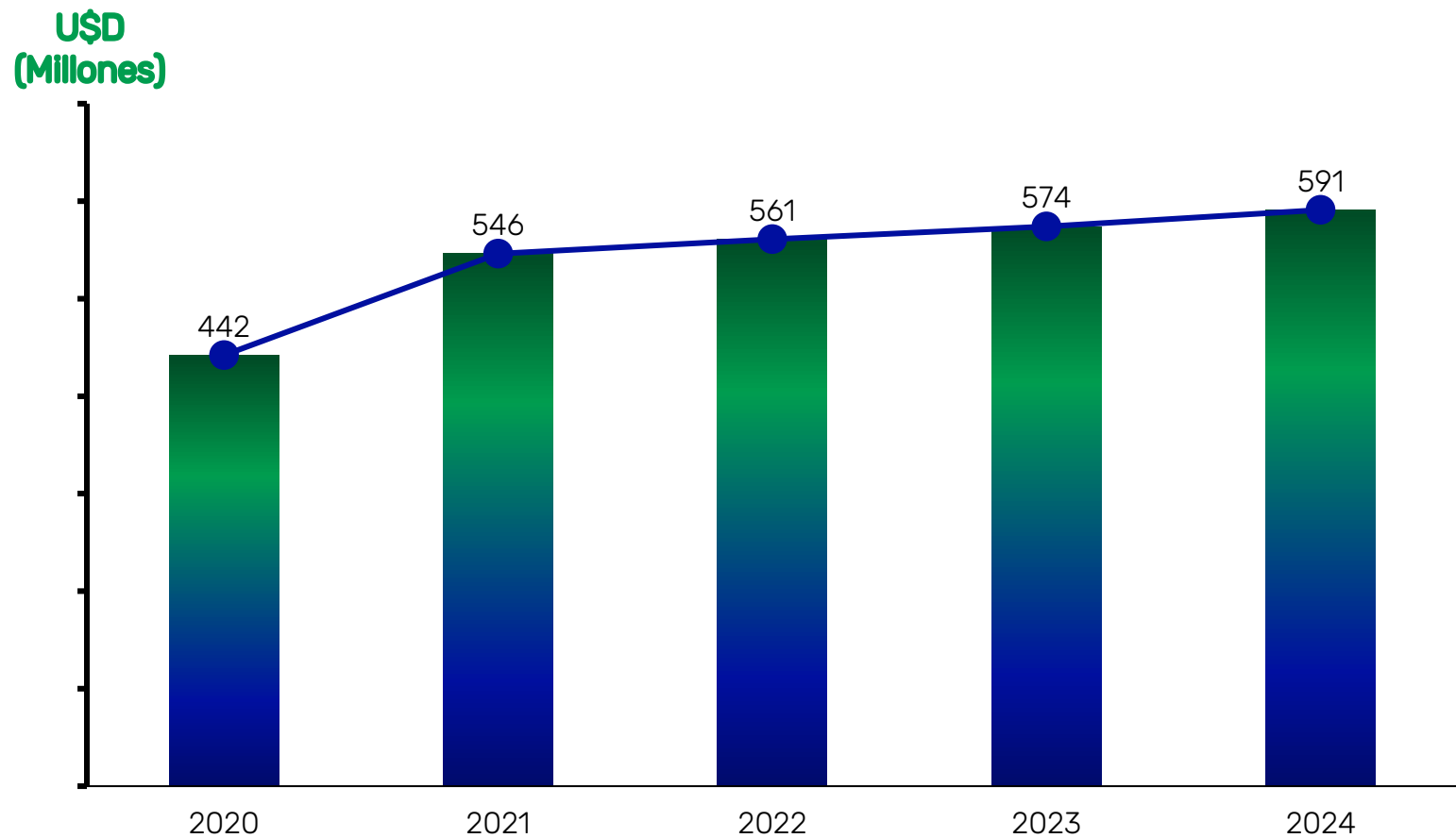
2020 - 2024

La inversión publicitaria en el Perú ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, pasando de \$ 442 millones en 2020 a \$ 591 millones en 2024. Digital ha sido la plataforma con mayor crecimiento, incrementando su inversión en 94 millones de dólares, paralelamente, otros medios como radio y OOH han mantenido una tendencia ascendente, con aumentos de 26 y 11 millones de dólares, respectivamente.

Un aspecto relevante es la evolución de la inversión en televisión, que, al desglosarse en TV Abierta y TV Cable, muestra diferencias significativas. Mientras que la TV Abierta ha pasado de \$ 188 millones en 2020 a \$ 198 millones en 2024, la inversión en TV Cable

se ha mantenido prácticamente estable en torno a los 15 a 17 millones de dólares anuales.

Por otro lado, los diarios impresos han experimentado una reducción progresiva en su inversión, disminuyendo de \$ 25 millones en 2020 a \$ 19 millones en 2024. En contraste, los diarios digitales han aumentado su participación, pasando de \$ 16 a \$ 28 millones en el mismo período, reflejando el cambio en los hábitos de consumo de noticias. Finalmente, destaca la reaparición del cine en 2024 con una inversión de 3 millones de dólares, lo que podría indicar una recuperación del medio tras la crisis sanitaria y una renovada confianza de los anunciantes en su potencial publicitario.



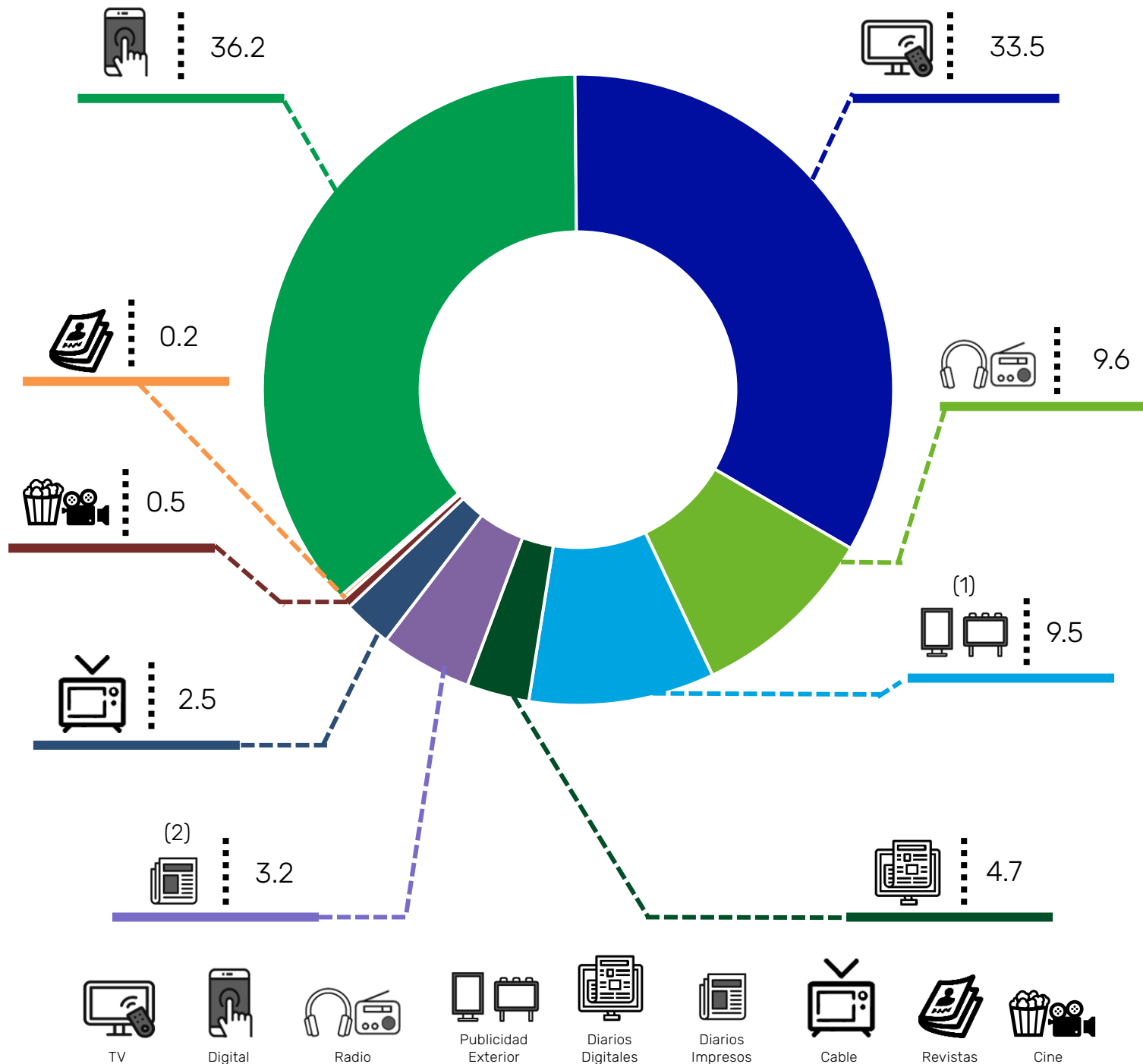
		2020		2021		2022		2023		2024	
Medios		US\$ (Millones)	%	US\$ (Millones)	%	US\$ (Millones)	%	US\$ (Millones)	%	US\$ (Millones)	%
 Digital		120	27.1	180	33.0	189	33.7	198	34.5	214	36.2
 TV		188	42.5	224	41.0	215	38.3	211	36.8	198	33.5
 Radio		46	10.4	48	8.8	51	9.1	55	9.6	57	9.6
(1)  Publicidad Exterior		30	6.8	33	6.0	42	7.5	48	8.4	56	9.5
(2)  Diarios Digitales		16	3.6	20	3.7	23	4.1	25	4.4	28	4.7
 Diarios Impresos		25	5.7	23	4.2	24	4.3	21	3.7	19	3.2
 Cable		15	3.4	17	3.1	16	2.9	15	2.6	15	2.5
 Cine		-.-	-.-	-.-	-.-	-.-	-.-	-.-	-.-	3	0.5
 Revistas		2	0.5	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2
Total		442	100.0	546	100.0	561	100.0	574	100.0	591	100.0
Participación PBI		0.22		0.25		0.23		0.21		0.20	
Crecimiento del PBI		-11.0%		13.4%		2.7%		-0.6%		3.2%	

(1) Incluye Digital OOH. (2) No incluye avisos clasificados, encartes.

Fuente: PBI: INEI Tipo de cambio: SBS Elaboración: CPI

SHARE DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA

2024





Contáctanos



Correo Electrónico
cpi@cpi.pe



Dirección
Calle Juan Fanning 304
Lima - Perú