

BARÓMETRO DE MEDIOS 2022

INVERSIÓN PUBLICITARIA PERÚ
2022 vs. 2021 (ENE-JUN)

CONTENIDO

Introducción	3
Agencias Participantes	4
Resumen	5-6
Resultados 2022 vs. 2021 (Ene-Jun)	7
Zoom Digital	11
Zoom Vía Pública	15
Inversión Publicitaria 2022 (Q2 vs. Q1)	19
Análisis histórico de Inversión Publicitaria (2019-2022)	22
Inversión Publicitaria Proyectada AAM 2022 vs. 2021	26
Consideraciones	29

INTRODUCCIÓN

La Asociación de Agencias de Medios | AAM Perú ha desarrollado el Barómetro de Medios con el objetivo de analizar el comportamiento de la inversión publicitaria en nuestro país y de aportar información relevante para la industria del marketing y las comunicaciones.

Este informe realiza un comparativo de dos periodos de la inversión publicitaria: **2022 vs. 2021 (ENE-JUN)**, haciendo foco principal en Digital y Vía Pública. Adicionalmente, analizamos el **histórico 2019-2022 (ENE-JUN)**.

El presente barómetro es declaratoria de inversión real de las diez principales agencias de medios del país, las cuales, representan aproximadamente el 75% de la inversión total del mercado.

AGENCIAS PARTICIPANTES

CARAT | Designing
for People

HAVAS
MEDIA GROUP

 Centralmedia

 Hearts & Science

IPG **MEDIABRANDS**

MINDSHARE 

mediacom

Wavemaker

OMG
OmnicomMediaGroup


PUBLICIS
MEDIA

MediaConnection



RESUMEN



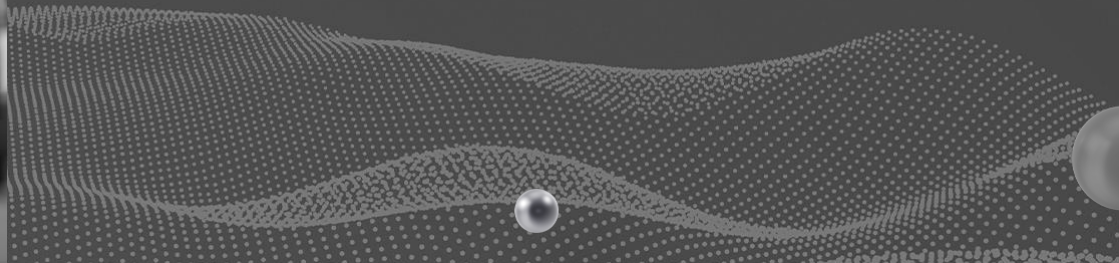
- ✓ La inversión publicitaria en el primer semestre 2022 creció 3% vs. mismo periodo 2021.
- ✓ Digital, por primera vez después de dos años, registró una caída de -3%, aunque continúa liderando la inversión.
- ✓ Display/Banners y Digital Video decrecieron, en -10% y -13%, respectivamente. Por el contrario, Social Ads creció 3% y fue el formato con mayor participación.
- ✓ Tv abierta fue el segundo medio con mayor inversión, aunque cayó en -2%.
- ✓ Vía Pública tuvo un alza de 54%, continuó siendo el medio con mayor crecimiento y el que más aumentó su participación, de 7% a 11%.
- ✓ Todos los formatos de Vía Pública crecieron, y los que aumentaron su participación fueron Indoor Tradicional e Indoor Digital.
- ✓ Radio se mantuvo creciendo, registró un alza de 5%.



RESUMEN

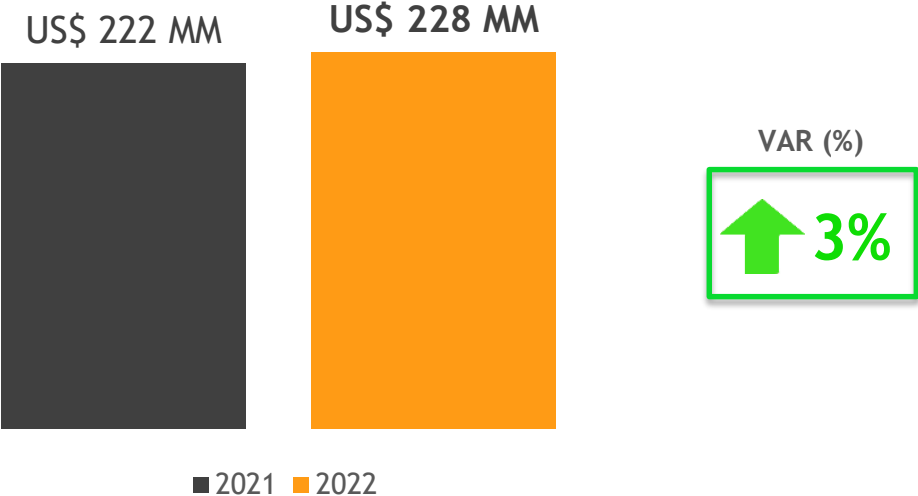


- ✓ Por primera vez, después de dos años, Diarios dejó la tendencia en negativo y mostró un crecimiento de 8%, mientras que Revistas continuó cayendo.
- ✓ Para el primer semestre 2022, el Q2 mostró un crecimiento de 7% vs. el Q1. Los medios impresos y Cine son los que registraron mayor crecimiento para el segundo trimestre.
- ✓ La inversión publicitaria mostró un crecimiento para el primer semestre 2022 vs. los años pandemia y post-pandemia; sin embargo, todavía no ha logrado recuperarse vs. el 2019.
- ✓ La AAM, estima un crecimiento de 7% para el periodo Ene-Set 2022 vs. mismo periodo 2021.



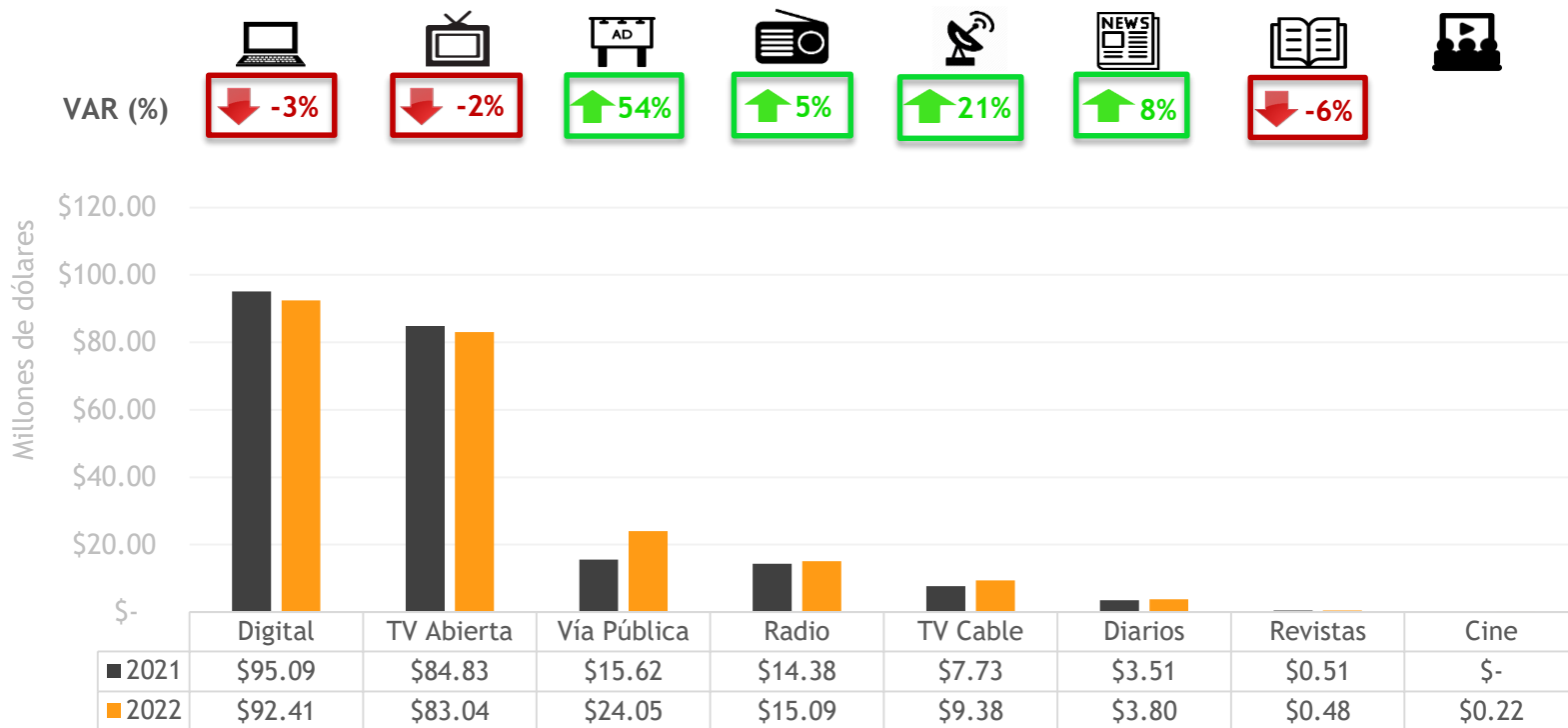
RESULTADOS

INVERSIÓN PUBLICITARIA 2022 vs. 2021 (ENE-JUN)



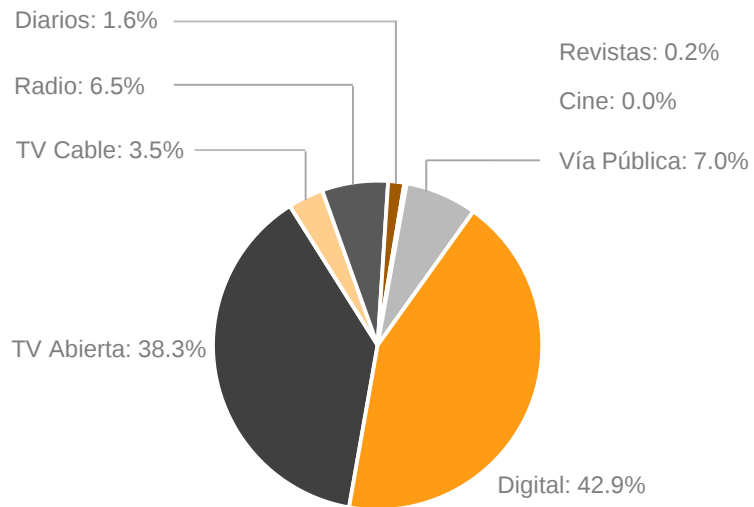
Fuente: Asociación de Agencias de Medios | AAM Perú

EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN POR MEDIOS 2022 vs. 2021 (ENE-JUN)

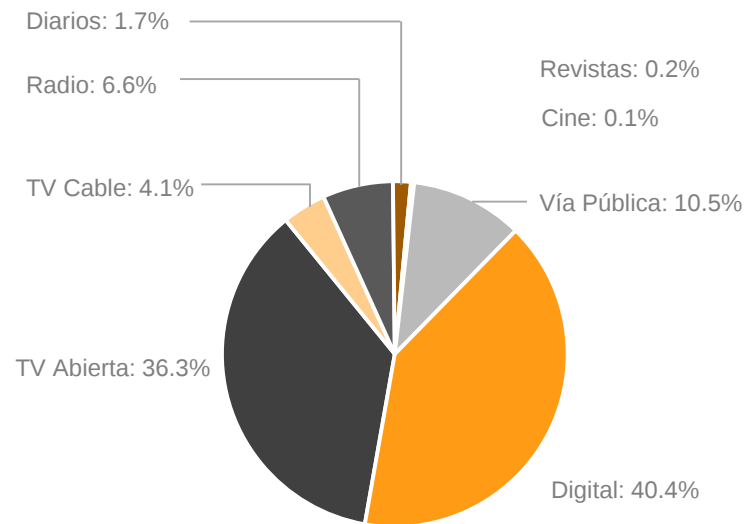


Fuente: Asociación de Agencias de Medios | AAM Perú

SOI POR MEDIOS 2022 vs. 2021 (ENE-JUN)



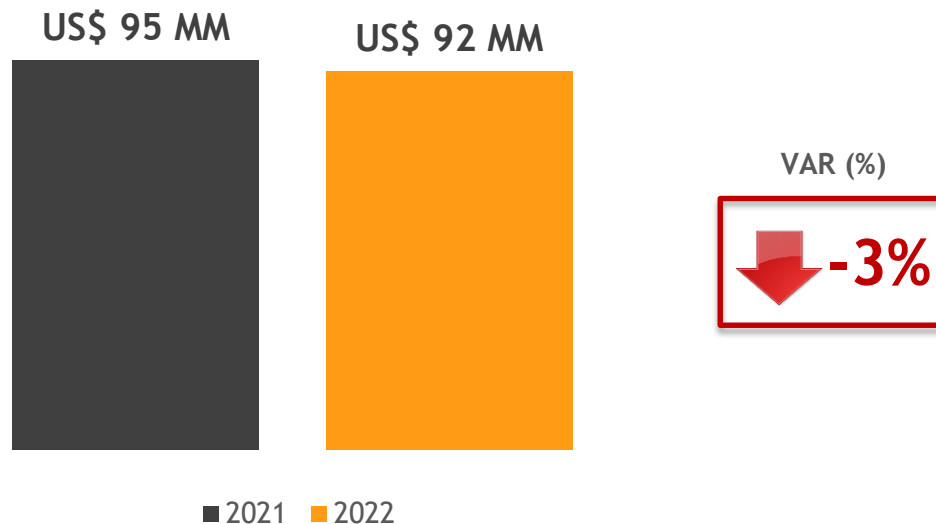
2021



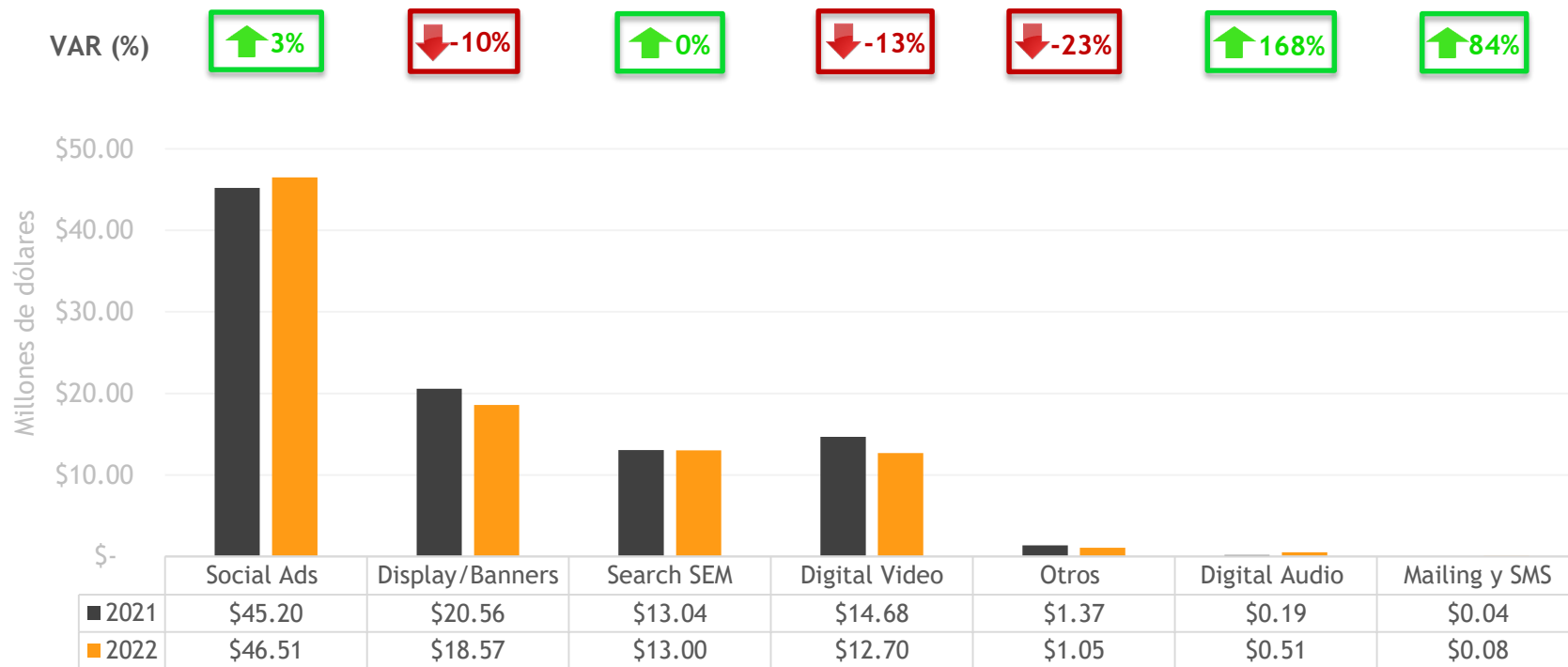
2022

ZOOM DIGITAL

INVERSIÓN PUBLICITARIA EN DIGITAL 2022 vs. 2021 (ENE-JUN)

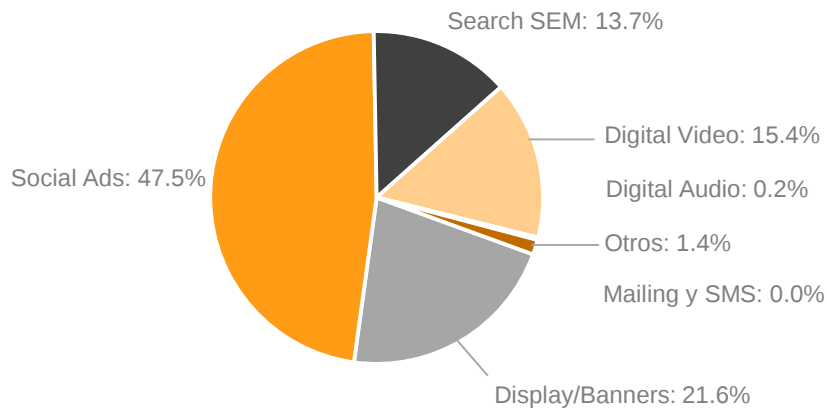


EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN DIGITAL 2022 vs. 2021 (ENE-JUN)

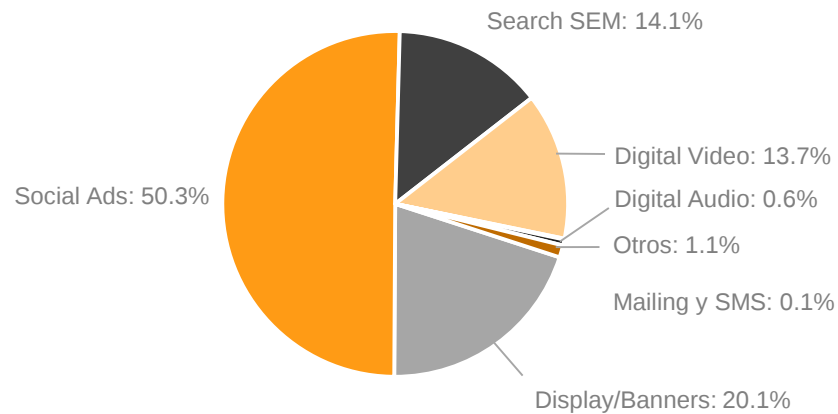


Fuente: Asociación de Agencias de Medios | AAM Perú

SOI DIGITAL 2022 vs. 2021 (ENE-JUN)



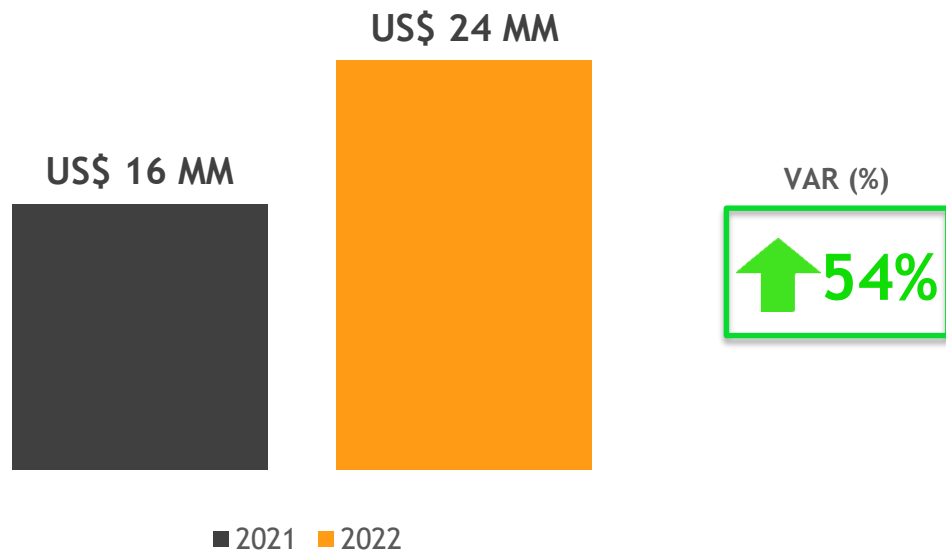
2021



2022

ZOOM VÍA PÚBLICA

INVERSIÓN PUBLICITARIA EN VÍA PÚBLICA 2022 vs. 2021 (ENE-JUN)



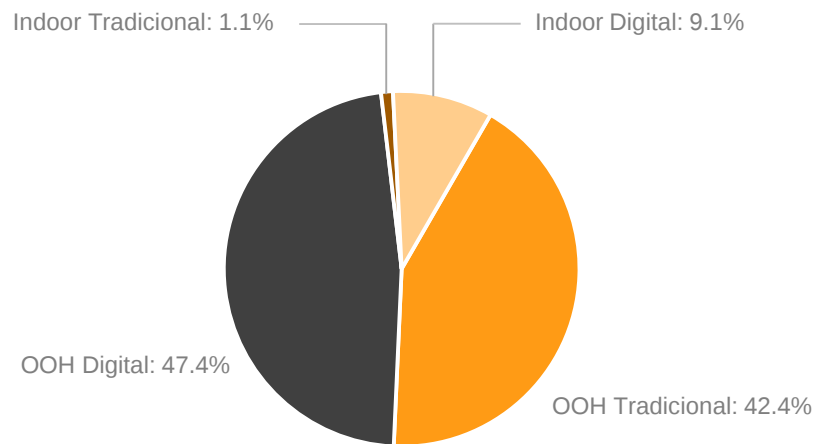
Fuente: Asociación de Agencias de Medios | AAM Perú

EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN VÍA PÚBLICA 2022 vs. 2021 (ENE-JUN)

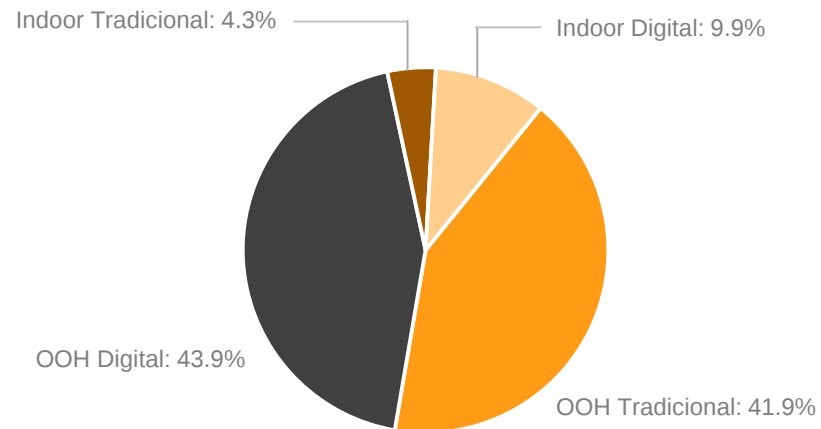


Fuente: Asociación de Agencias de Medios | AAM Perú

SOI VÍA PÚBLICA 2022 vs. 2021 (ENE-JUN)



2021

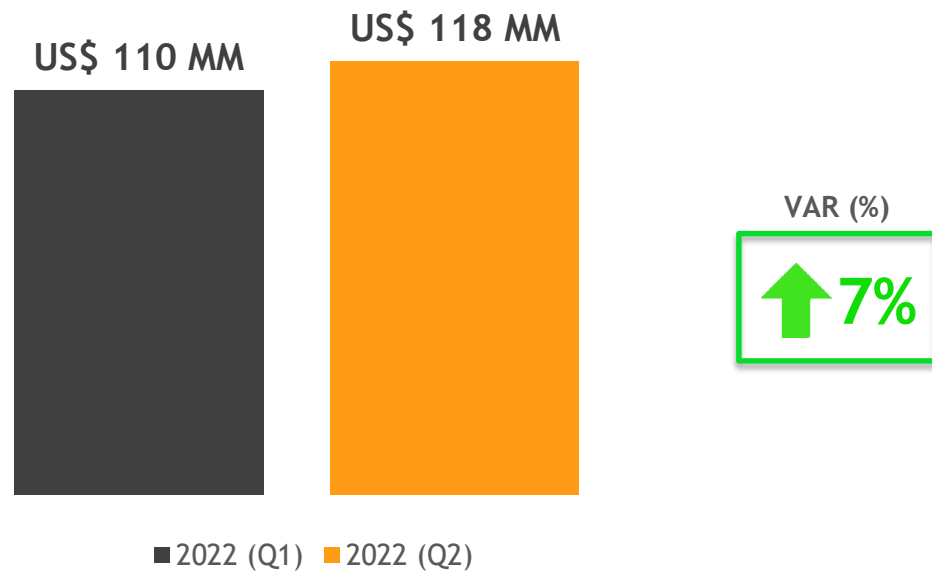


2022

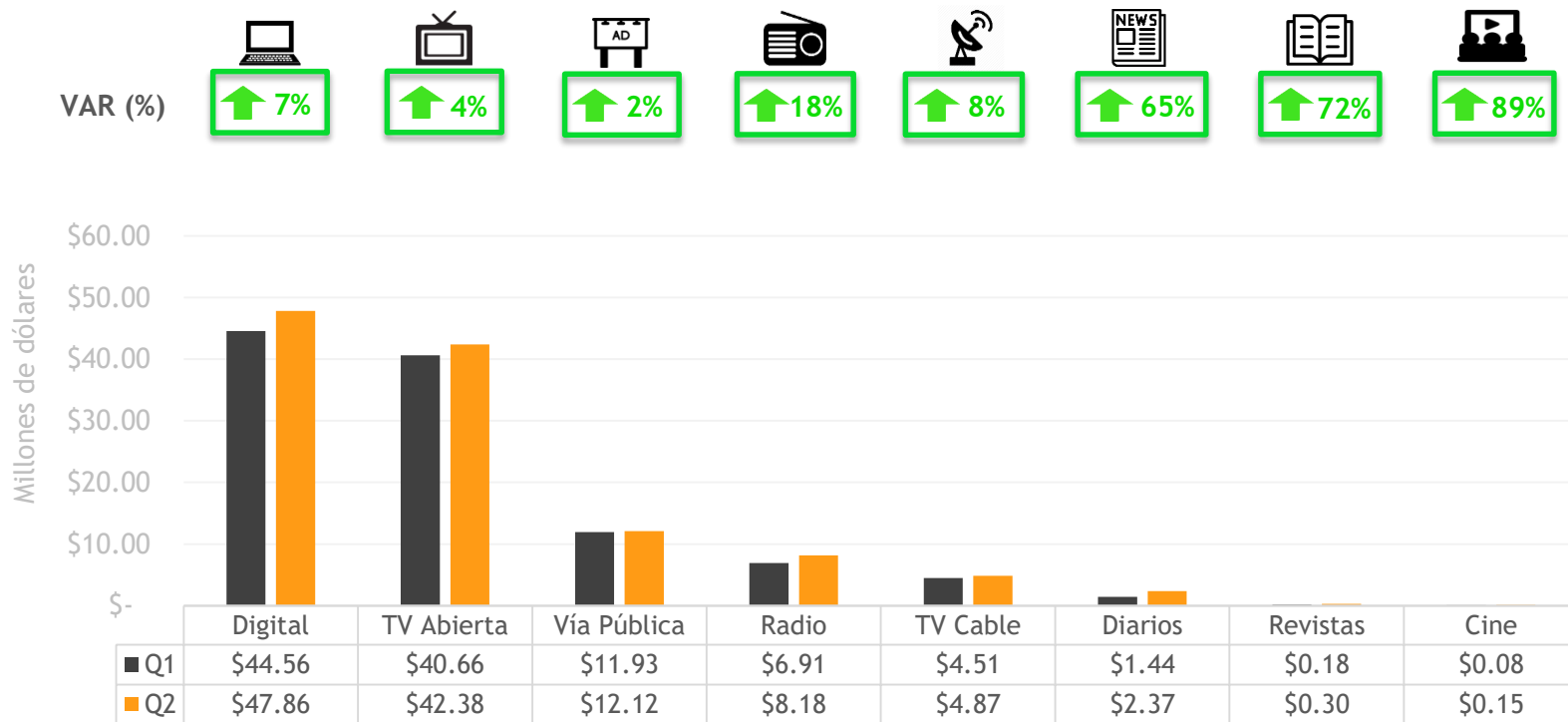
INVERSIÓN PUBLICITARIA 2022

Q2 vs. Q1

INVERSIÓN PUBLICITARIA 2022 (Q2 vs. Q1)



INVERSIÓN PUBLICITARIA POR MEDIOS 2022 (Q2 vs. Q1)

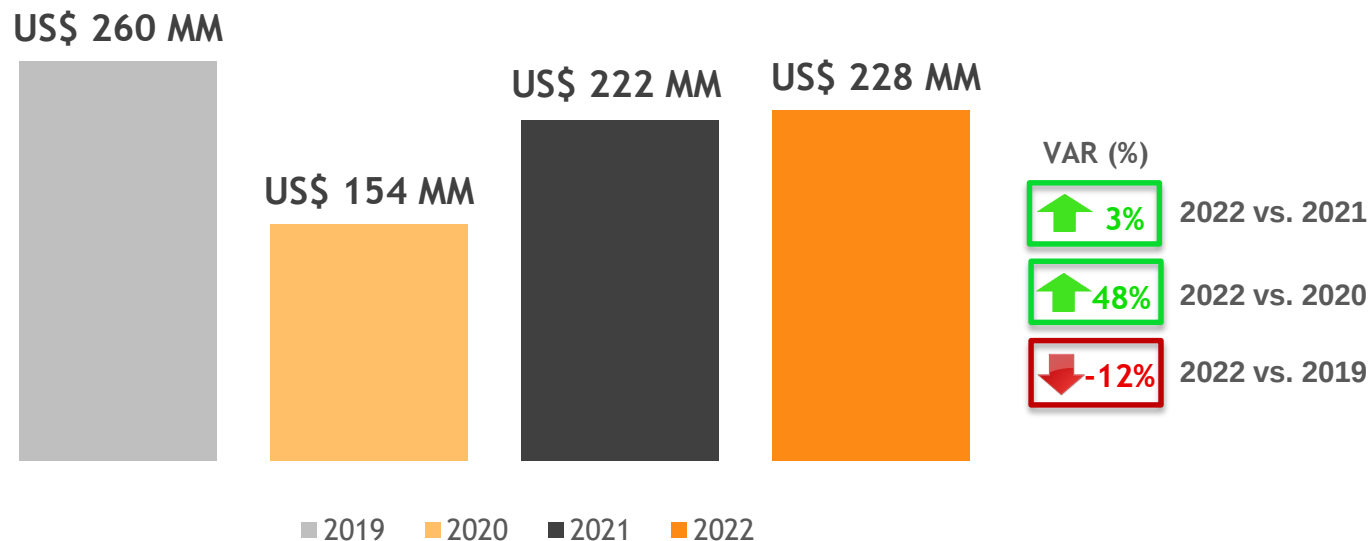


Fuente: Asociación de Agencias de Medios | AAM Perú

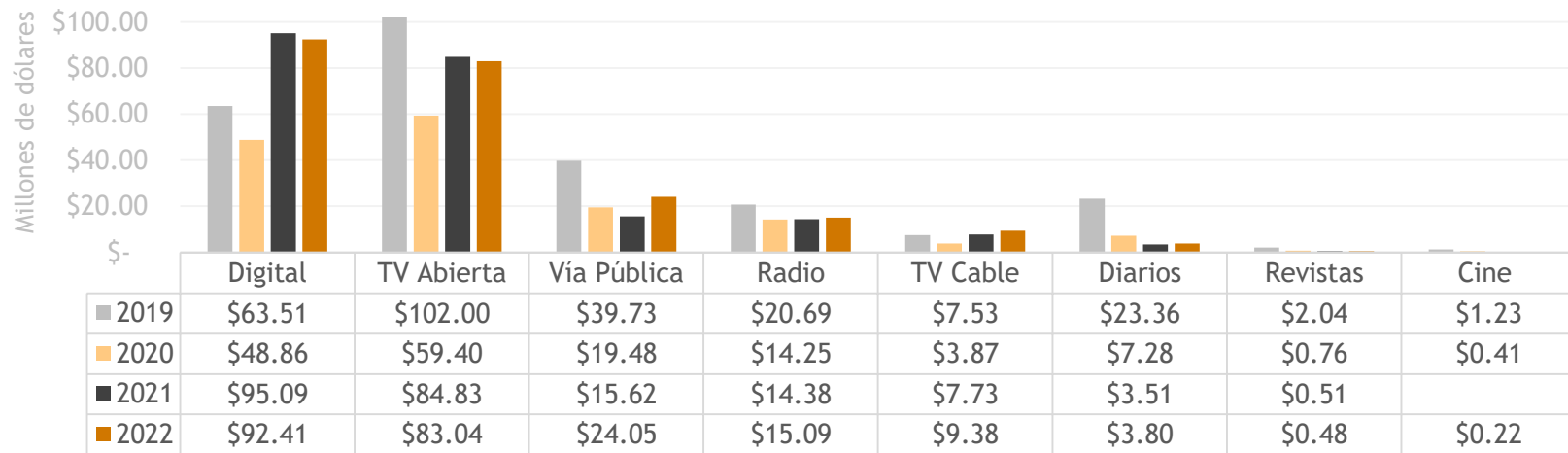
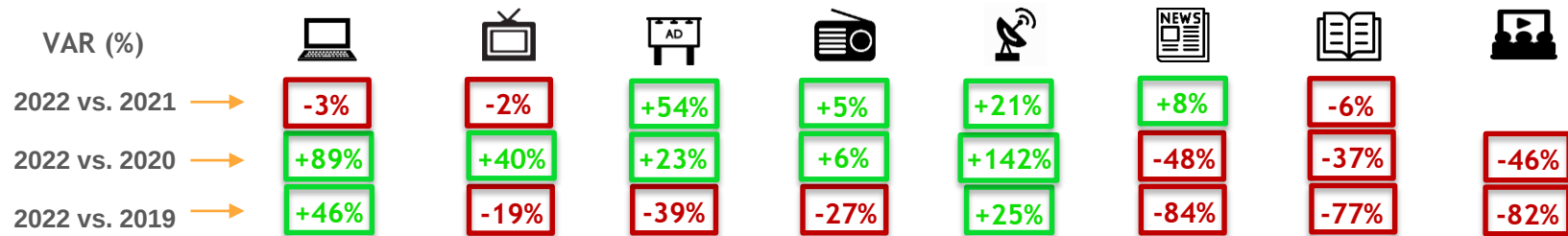
ANÁLISIS HISTÓRICO DE INVERSIÓN PUBLICITARIA

2019 - 2022 (Ene-Jun)

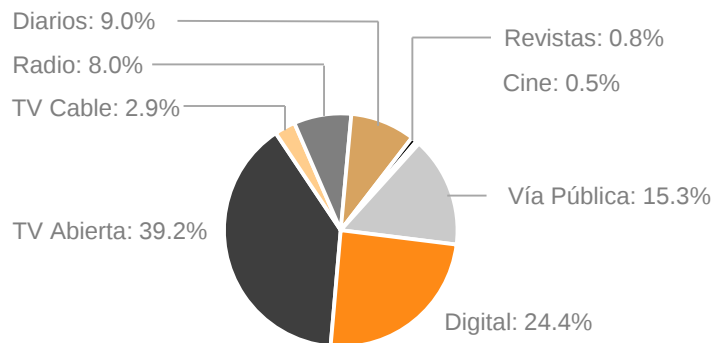
INVERSIÓN PUBLICITARIA 2019 - 2022 (ENE-JUN)



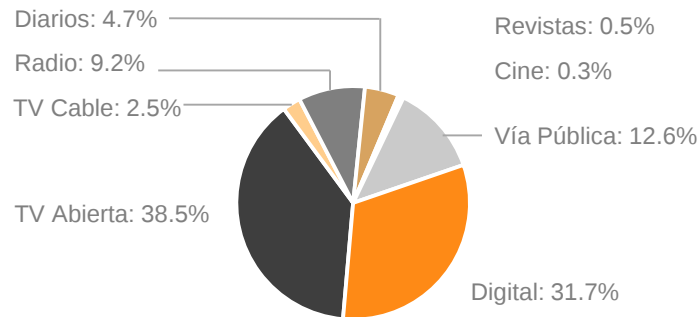
EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN POR MEDIOS 2019 - 2022 (ENE-JUN)



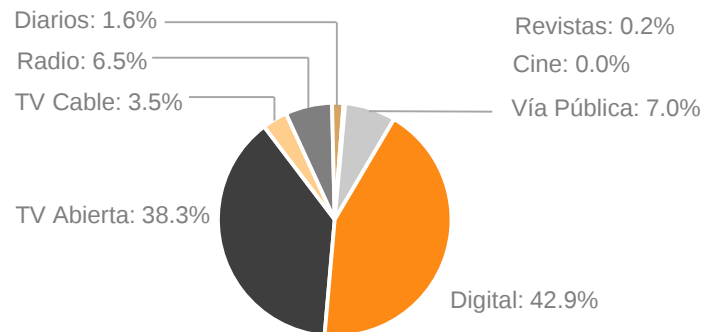
SOI POR MEDIOS 2019 - 2022 (ENE-JUN)



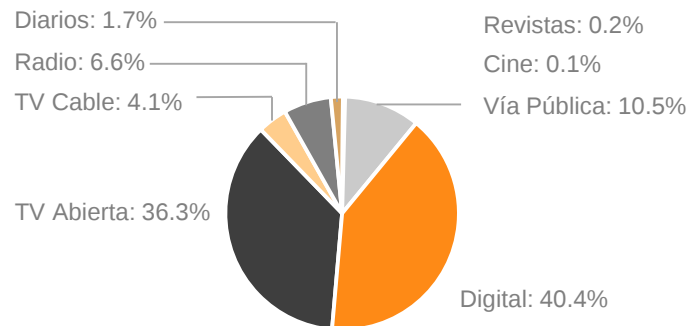
2019



2020



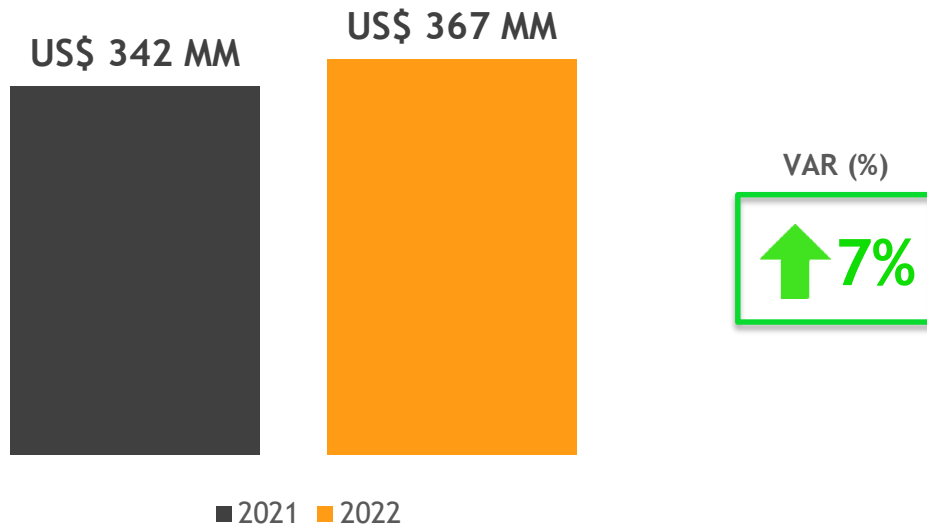
2021



2022

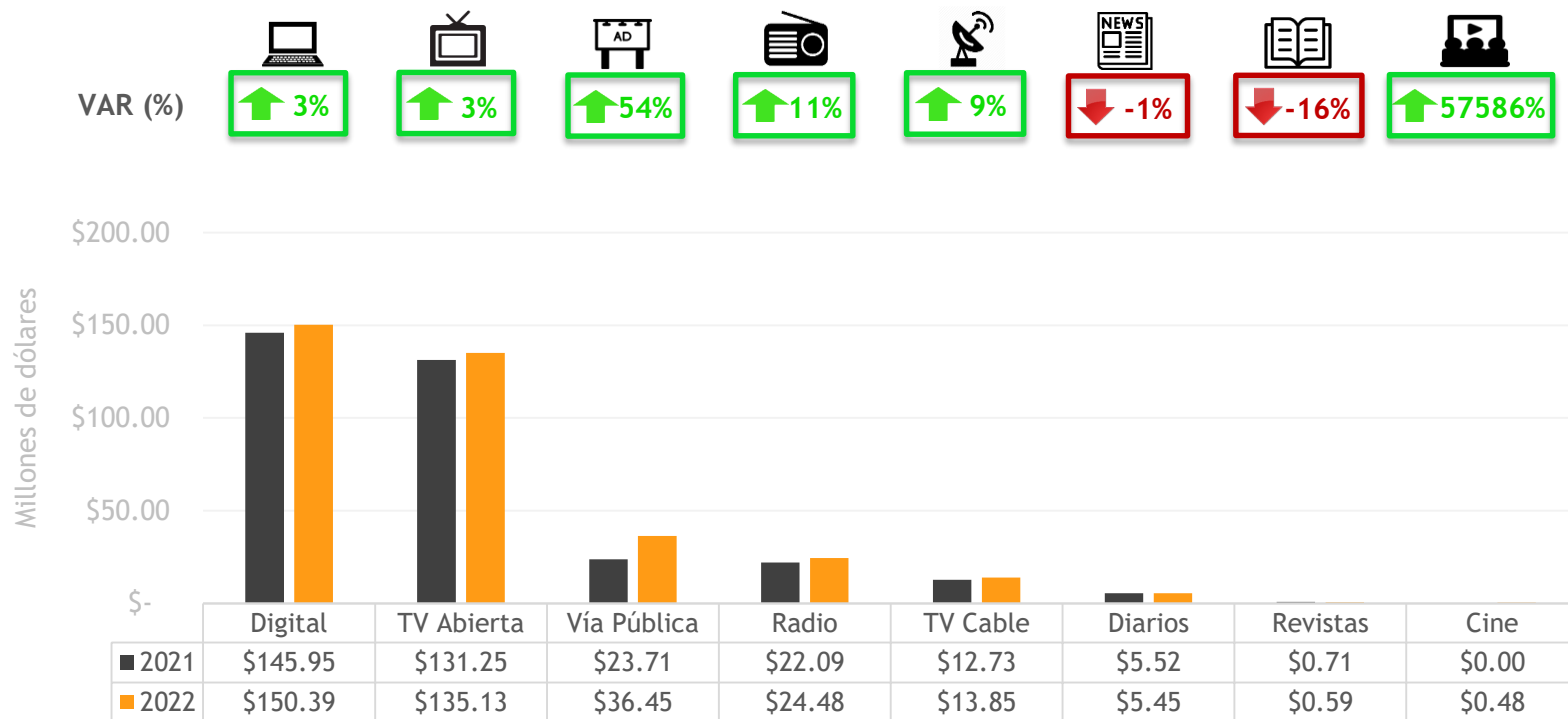
INVERSIÓN PUBLICITARIA PROYECTADA AAM 2022 VS. 2021 (ENE-SET)

INVERSIÓN PUBLICITARIA PROYECTADA AAM 2022 vs. 2021 (ENE-SET)



Fuente: Asociación de Agencias de Medios | AAM Perú

INVERSIÓN PUBLICITARIA PROYECTADA AAM POR MEDIOS 2022 vs. 2021 (ENE-SET)



Fuente: Asociación de Agencias de Medios | AAM Perú

Consideraciones:

- El presente informe contempla la inversión publicitaria tanto del sector público como privado.
- La inversión publicitaria declarada en este informe es a total país.
- Para este informe, solo se ha considerado la inversión publicitaria de las 10 agencias de medios que forman parte de la AAM.

¡GRACIAS!

Email: raisa.castillo@aam.com.pe
Web: www.aam.pe

