



Asociación de
Agencias de Medios

BARÓMETRO DE MEDIOS 2020

INVERSIÓN PUBLICITARIA
2020 vs. 2019 (Ene-Dic)

CONTENIDO

Introducción 3

Agencias Participantes 5

Resultados 7

Zoom Digital 12

Análisis (Nov-Dic 2020) 16



A person is shown from the waist down, in a starting crouch on a paved surface. They are wearing dark leggings and running shoes. A smartwatch is visible on their left wrist, displaying the time 11:27. The image has a warm, orange-toned overlay.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

La AAM | Asociación de Agencias de Medios ha desarrollado el Barómetro de Medios con el objetivo de analizar el comportamiento de la inversión publicitaria en el Perú 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: **2020 vs. 2019 (Ene-Dic)**, haciendo foco principal en Digital.

El presente barómetro es declaratoria de inversión real de las once principales agencias de medios del país, que representan el 85% de la inversión total del mercado.



AGENCIAS PARTICIPANTES



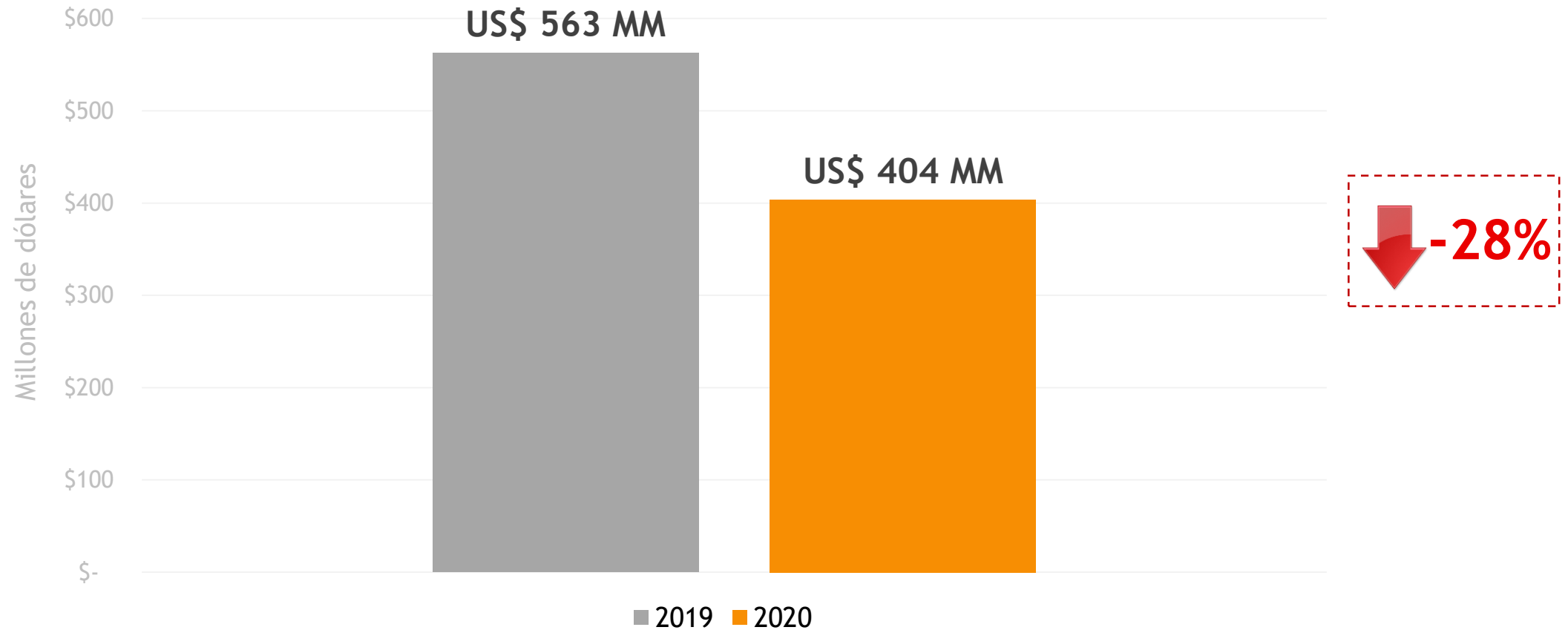
RESULTADOS

A blurred, warm-toned photograph of a business meeting. Several people are gathered around a table, looking at and pointing to various documents and charts. The documents feature pie charts, bar graphs, and text. A white mug is visible on the table. The overall atmosphere is professional and collaborative.

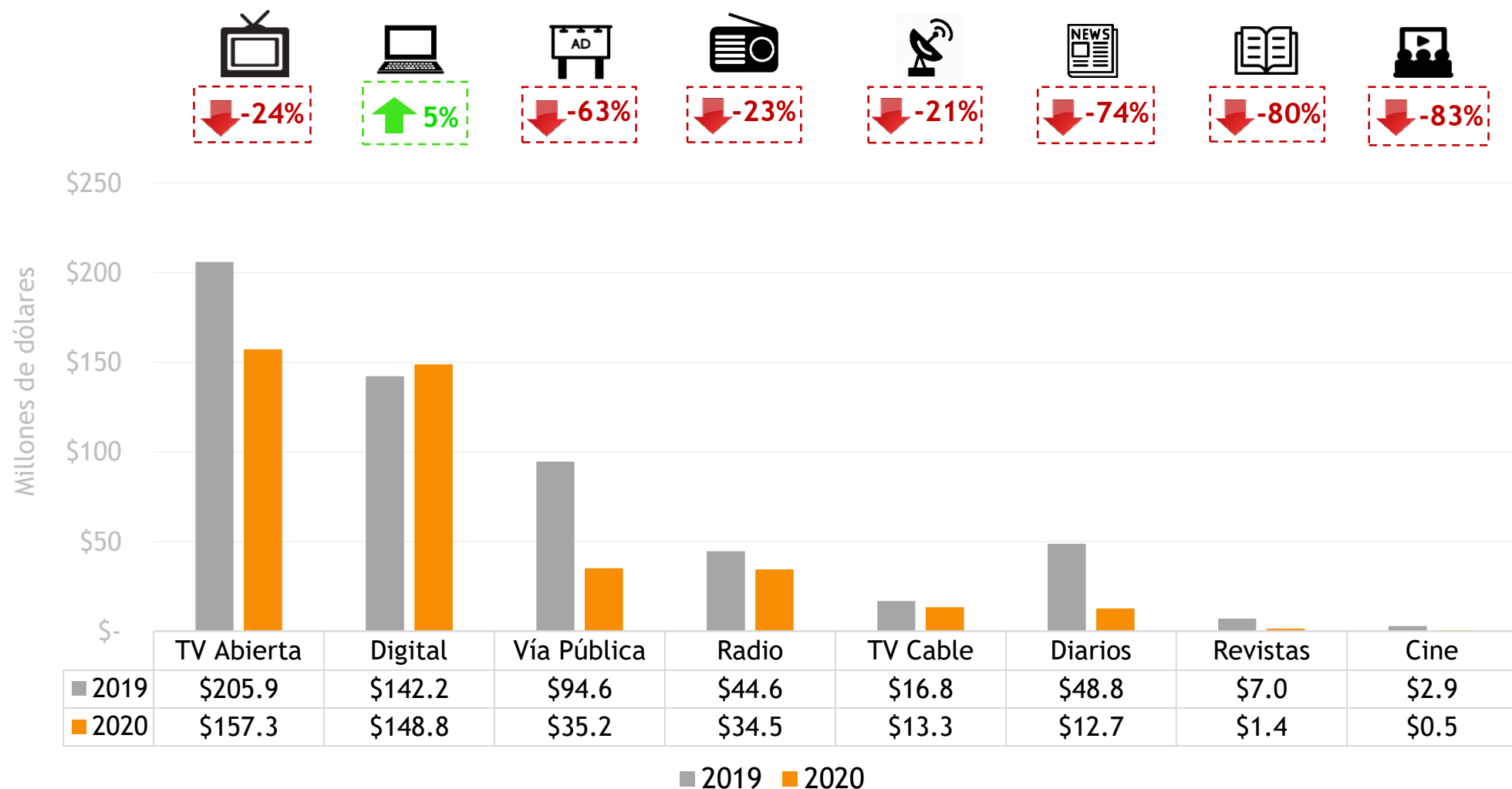
RESUMEN

- La inversión publicitaria cayó 28% en el 2020.
- Si bien TV abierta lideró la inversión, Digital ocupó el segundo lugar muy cerca del primero, siendo el único medio que creció.
- Los Medios impresos sufrieron la mayor caída. Principalmente, Diarios que pasó a ser el más afectado entre los medios masivos.
- Vía Pública cayó 63%.
- Digital creció 5%.
- Los formatos que más destacaron fueron Display (+11%) y Video online (+8).

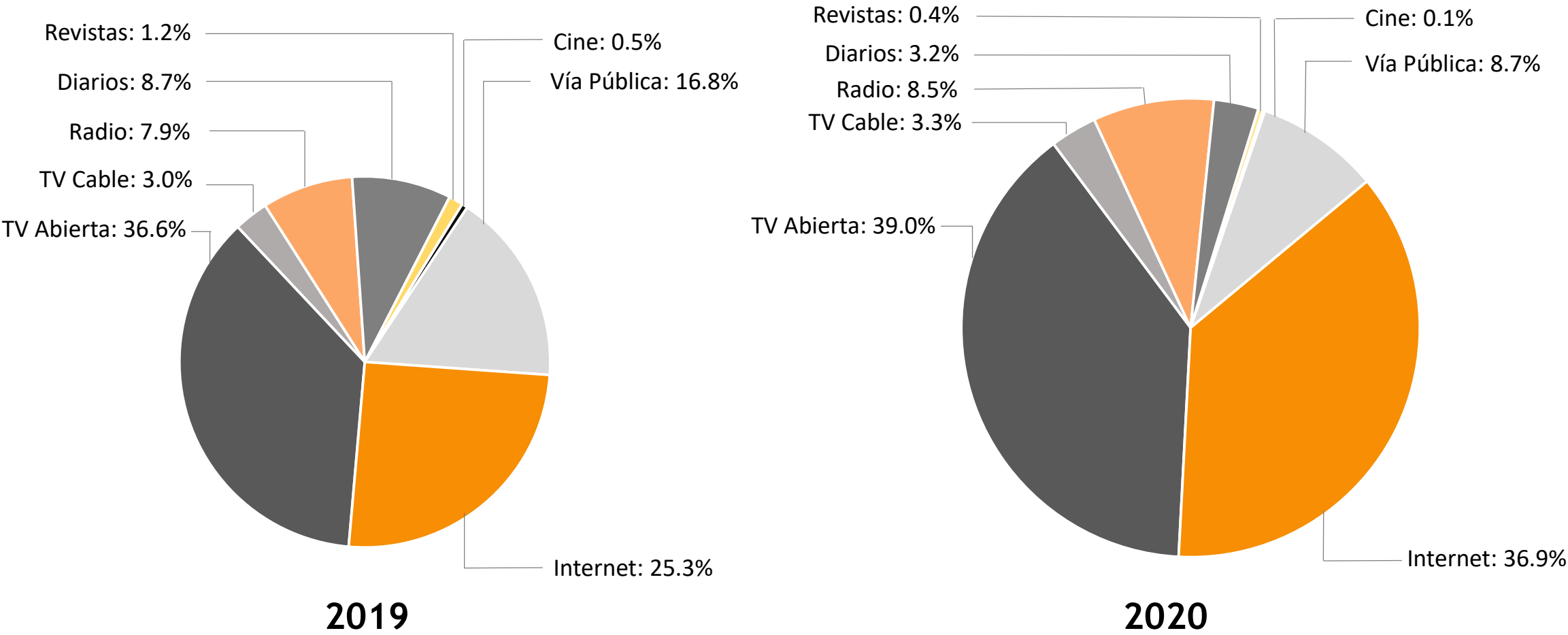
INVERSIÓN PUBLICITARIA 2020 VS. 2019 (ENE-DIC)



EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN POR MEDIOS 2020 VS. 2019 (ENE-DIC)



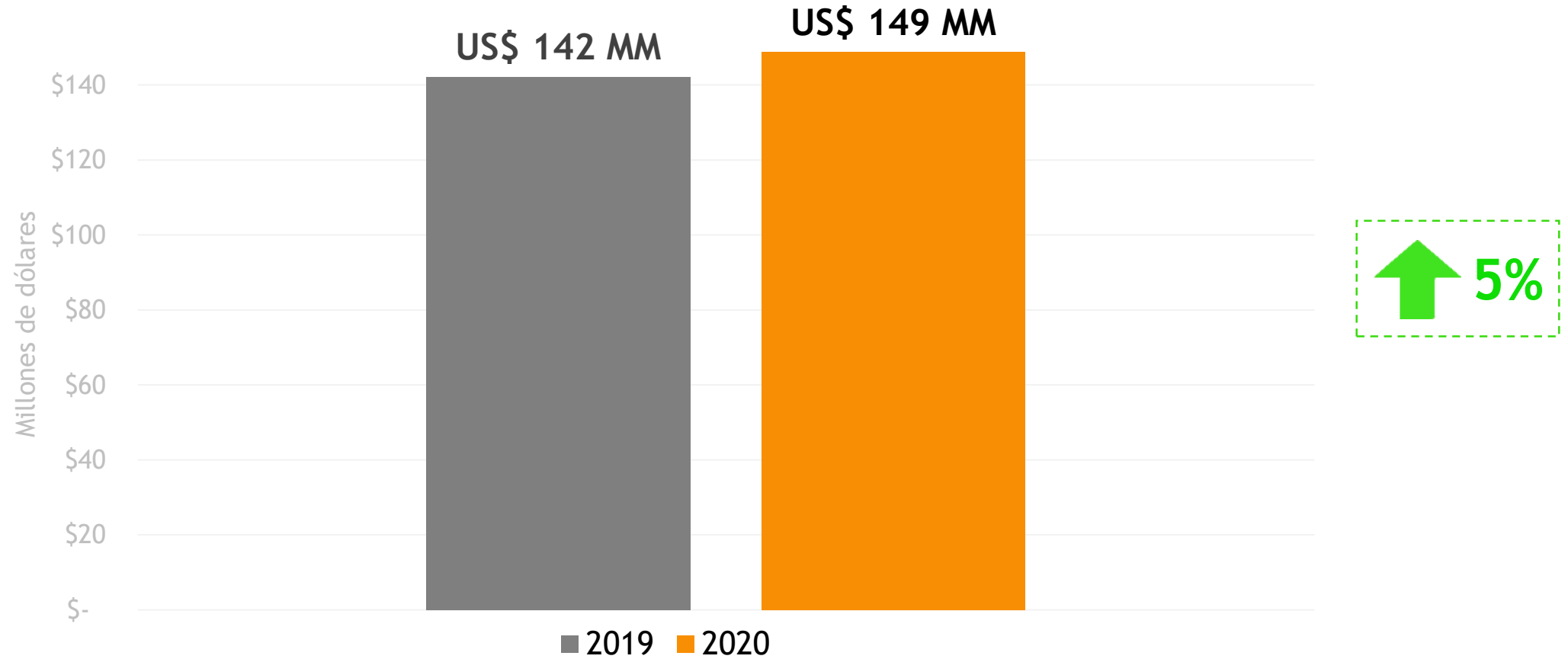
SOI POR MEDIOS 2020 VS. 2019 (ENE-DIC)



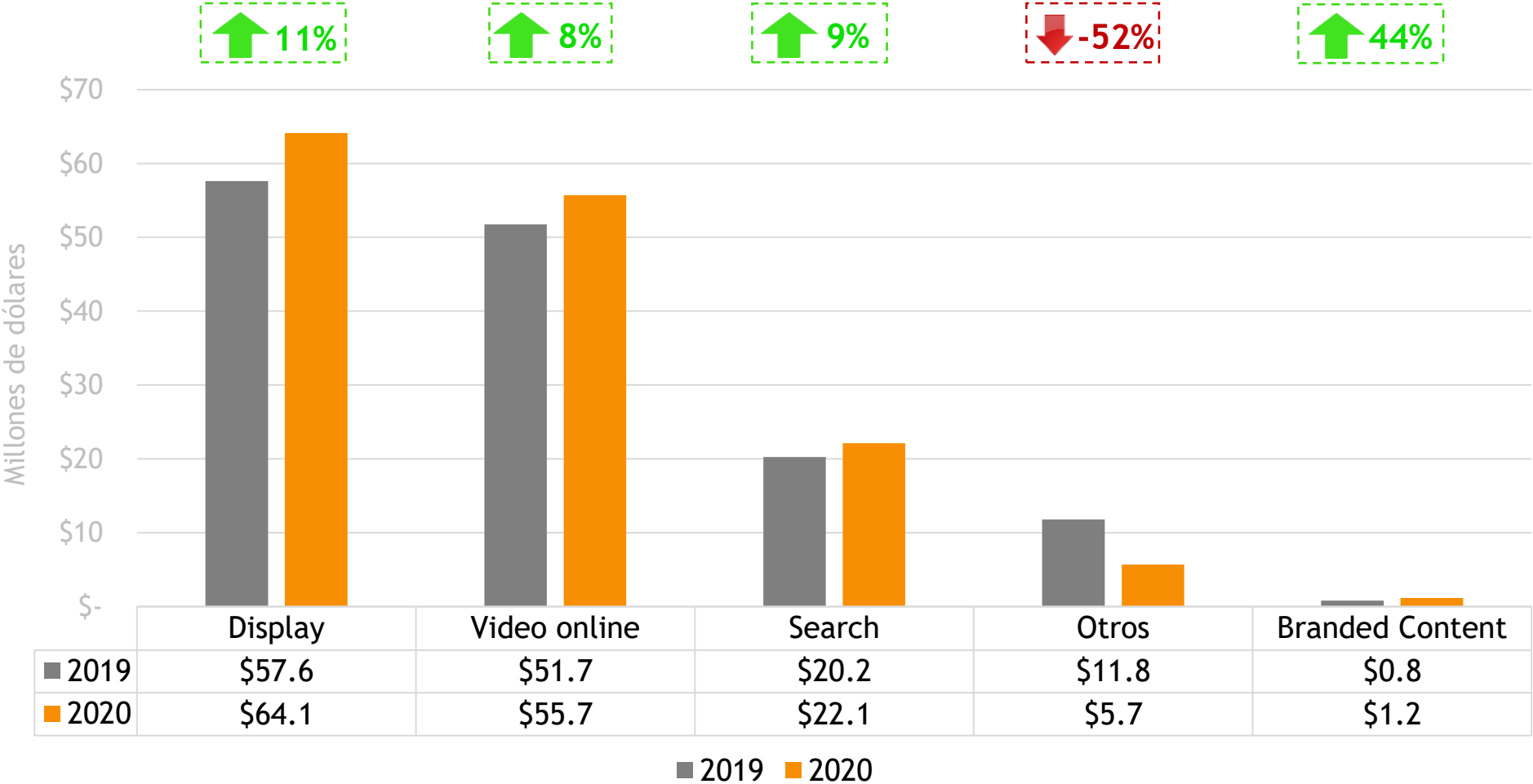
ZOOM DIGITAL



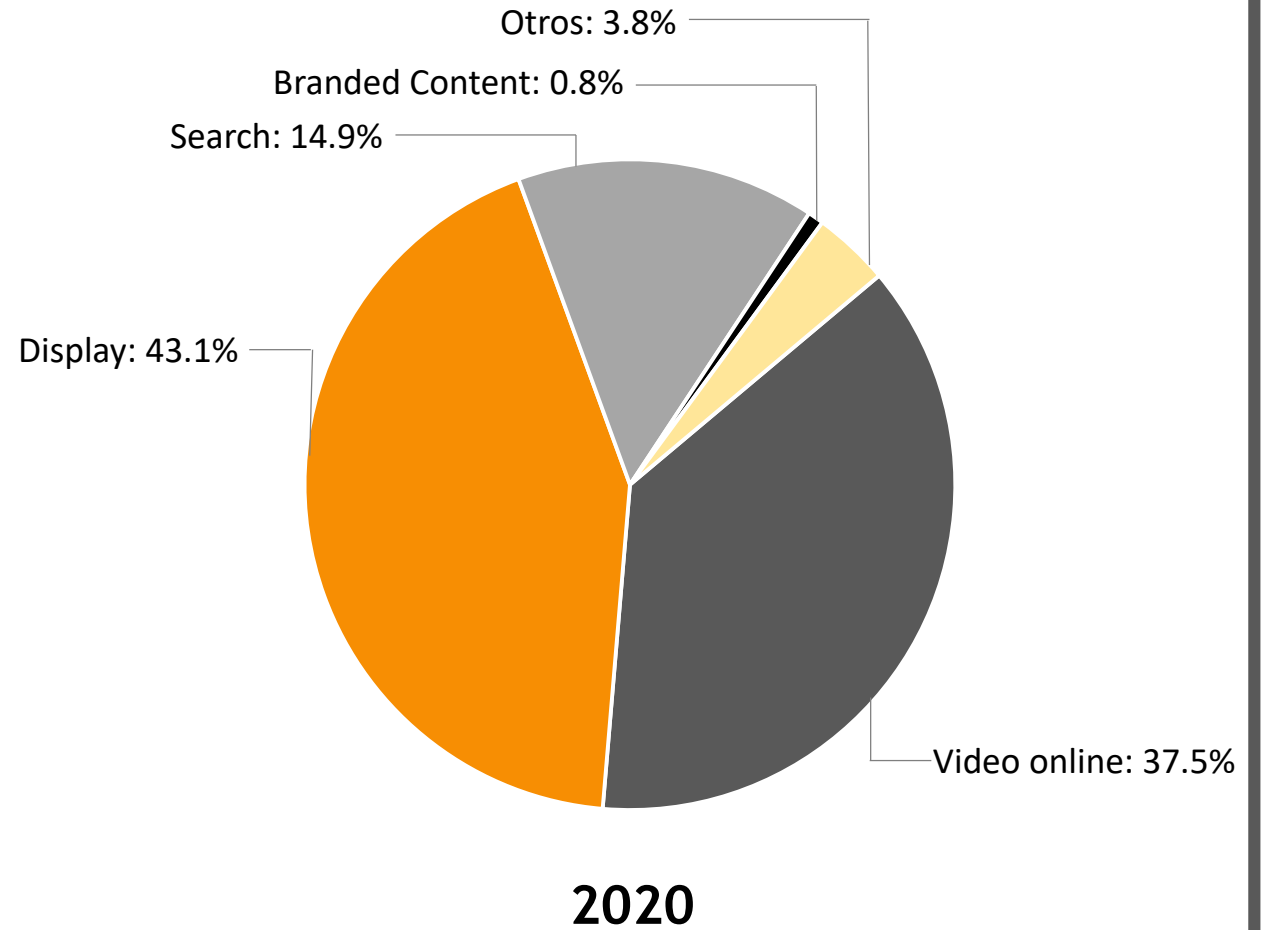
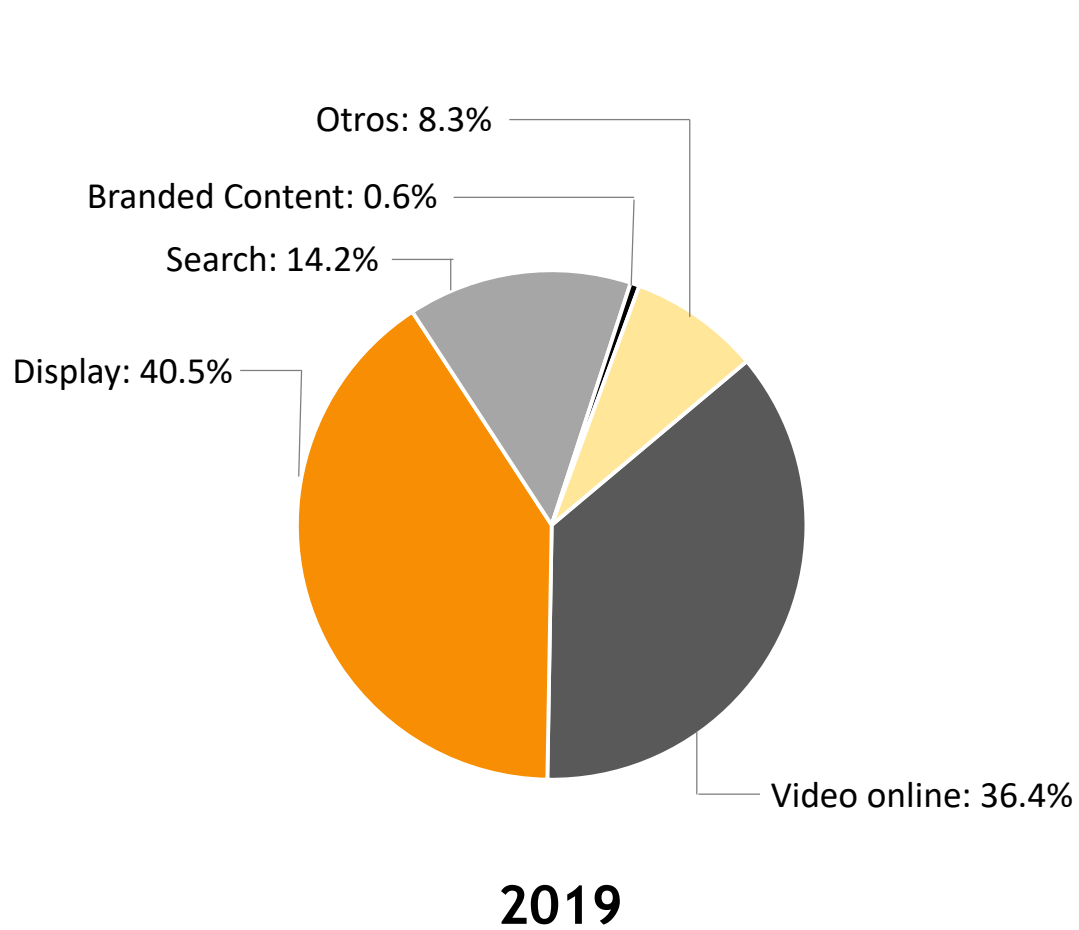
INVERSIÓN PUBLICITARIA EN DIGITAL 2020 VS. 2019 (ENE-DIC)



EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN DIGITAL 2020 VS. 2019 (ENE-DIC)



SOI POR DIGITAL 2020 VS. 2019 (ENE-DIC)

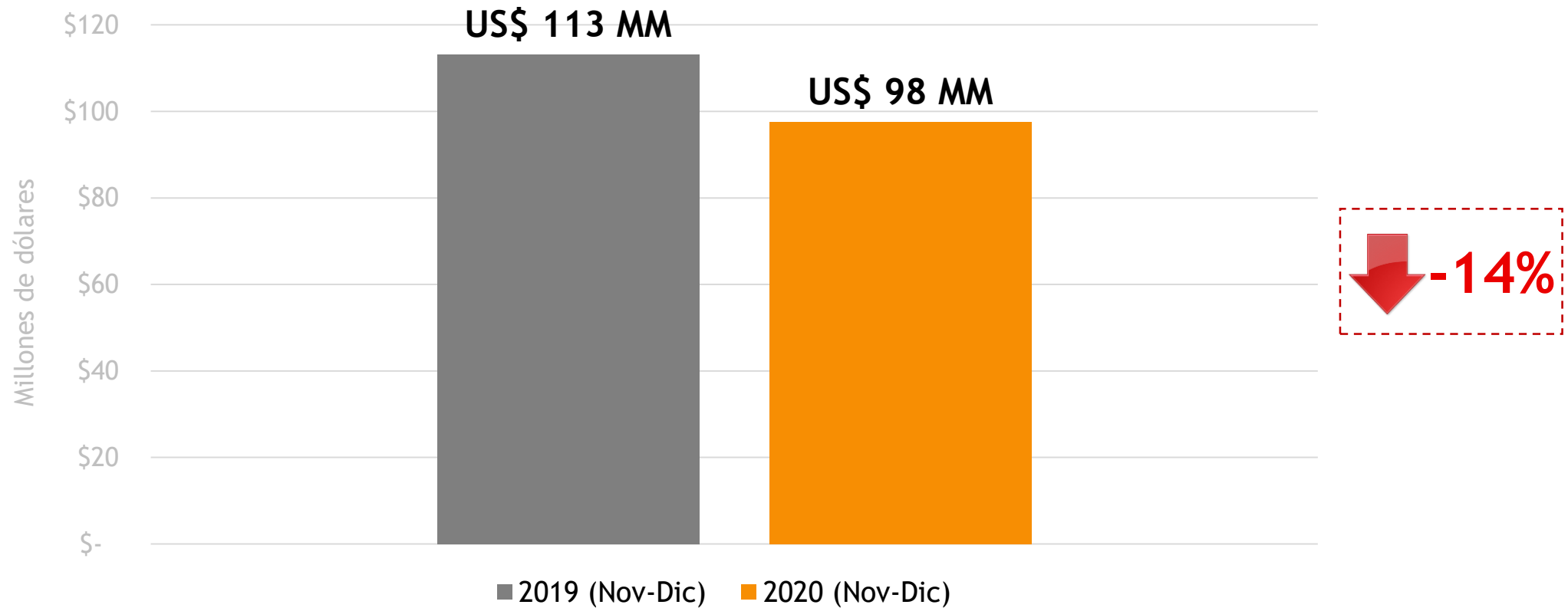


A stack of coins, likely Euro coins, is the central focus of the image. The coins are stacked in a slightly irregular manner, with some coins visible on the surface in the foreground. The entire image is covered with a warm, golden-brown overlay, giving it a soft, vintage feel. The background is blurred, showing more coins and a reflective surface.

INVERSIÓN PUBLICITARIA ANÁLISIS (NOV-DIC 2020)

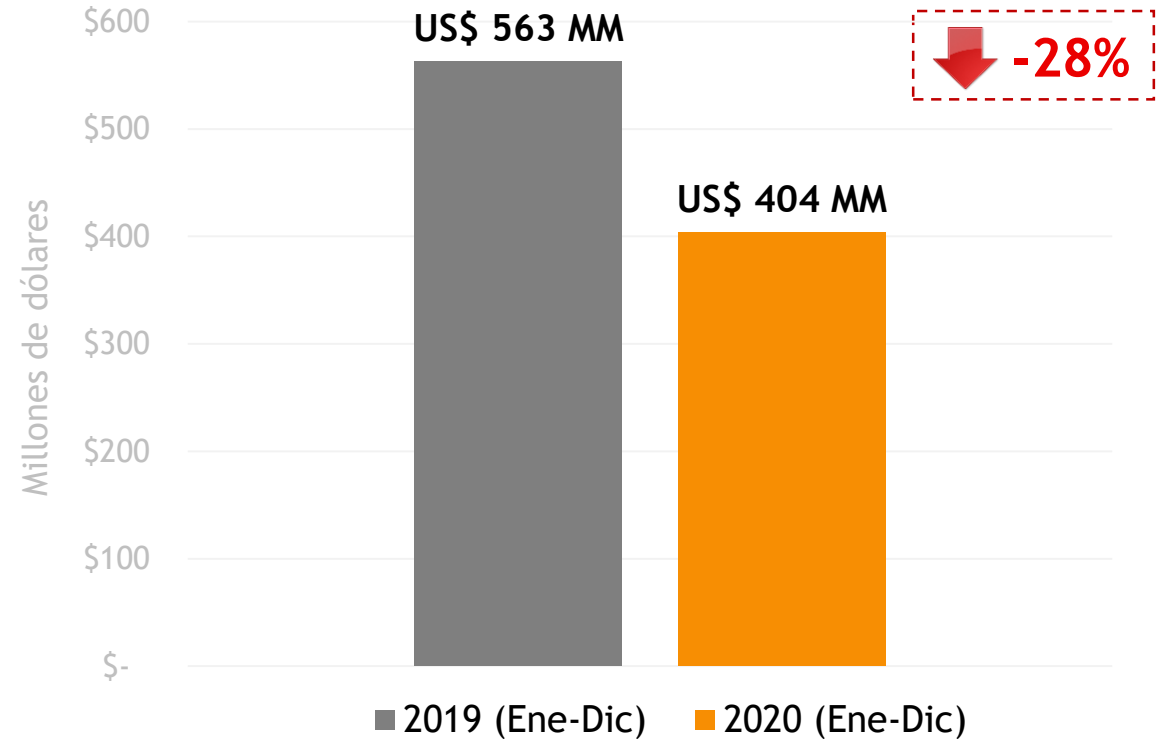
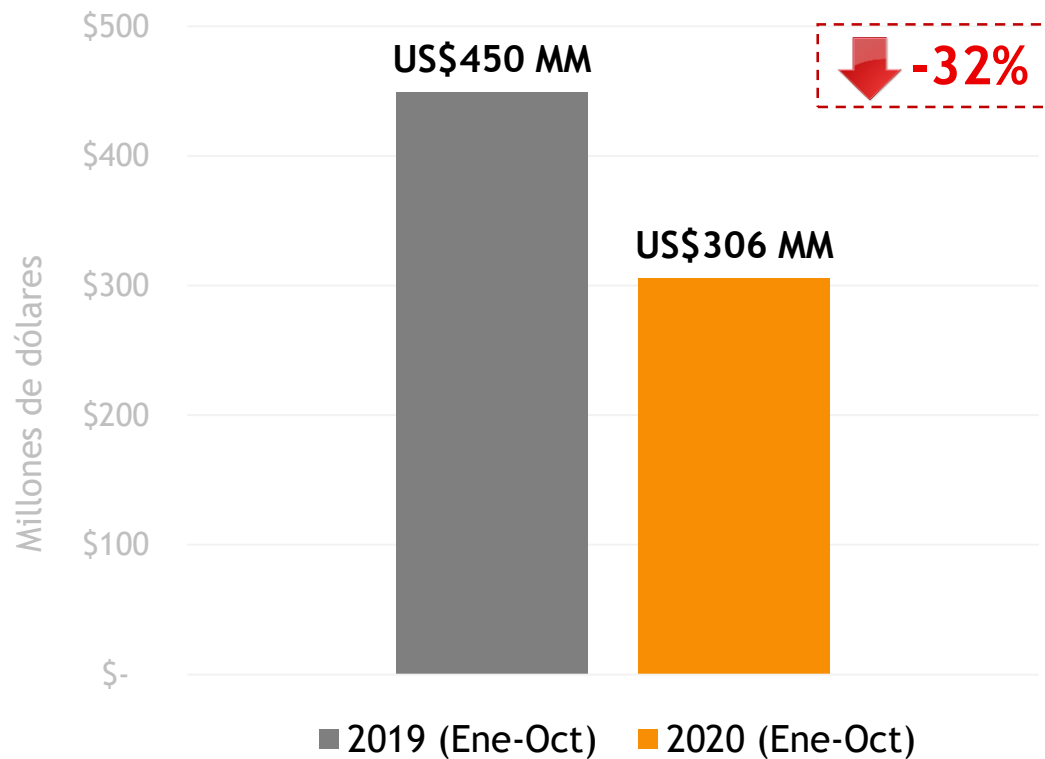
- Inversión en el bimestre Nov-Dic 2020 vs. 2019 disminuyó en 14%

2020 VS. 2019 (NOV-DIC)



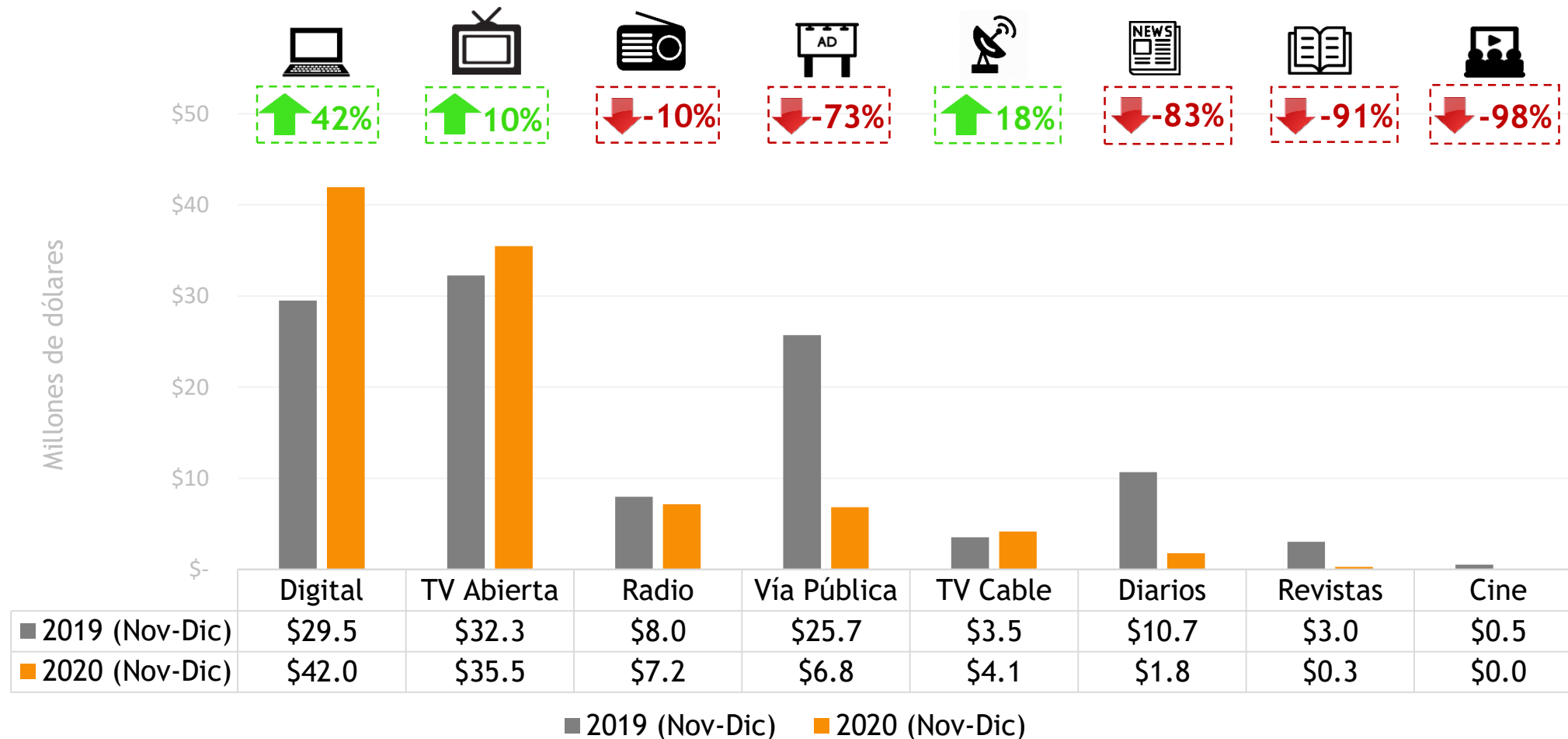
○ Caída de la inversión publicitaria continuó desacelerándose

2020 (ENE-DIC) VS. 2020 (ENE-OCT)



- Digital lideró ampliamente la inversión publicitaria del último bimestre 2020

EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN POR MEDIOS 2020 VS. 2019 (NOV-DIC)





Asociación de
Agencias de Medios

¡GRACIAS!

www.aam.com.pe

