



# EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN LAS PLATAFORMAS TRADICIONALES Y DIGITALES

---

Nivel Nacional  
2019 - 2023

Fuente: CPI

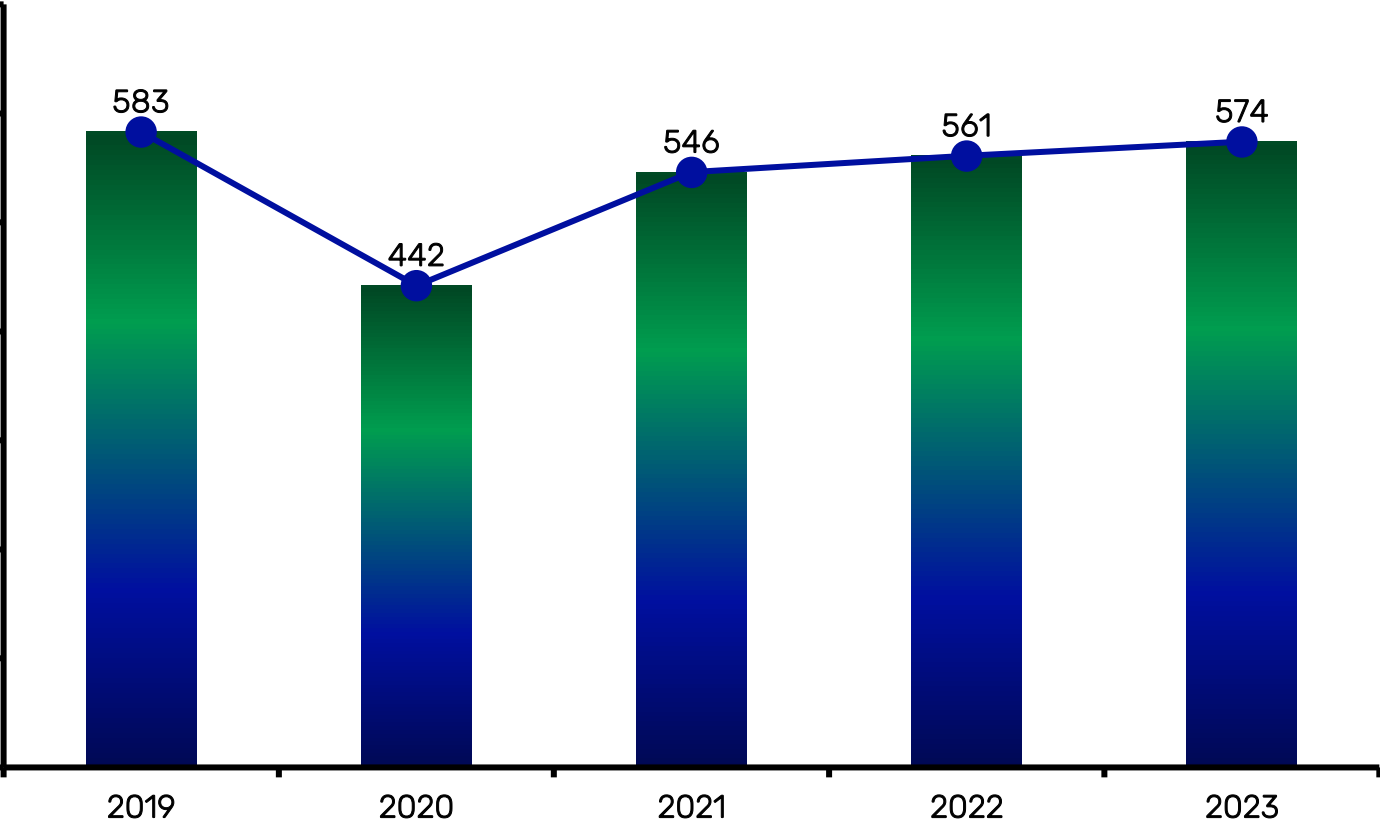
En el 2023 se observó un panorama complejo y cambiante en múltiples aspectos en el mundo. Económicamente, algunas regiones se recuperaron tras los impactos de la pandemia de COVID-19, mientras que otras experimentaron dificultades persistentes, exacerbadas por la inflación, la escasez de suministros y la volatilidad en los mercados financieros globales. Políticamente, se observó un aumento en la polarización y la fragmentación en diversas partes del mundo, además de conflictos geopolíticos, especialmente en regiones como el Medio Oriente y Ucrania, las cuales generaron tensiones internacionales y desafíos para la diplomacia global.

En el Perú, los desafíos económicos, políticos y sociales no fueron la excepción. La economía se vio afectada

por un proceso de desaceleración, acompañada de inestabilidad política y social. Sin embargo, el dinamismo y la resiliencia del sector privado y público, permitieron cerrar el año con una tasa de inflación alentadora, proyectándose en un crecimiento de 2.5% para el 2024, según el último reporte de Banco Mundial.

Respecto a la inversión publicitaria, se observó un crecimiento de 2.3% en comparación al 2022, resultando una cifra de \$ 574 millones. La televisión mantuvo su liderazgo en participación, seguido del digital, el cual siguió en aumento como en los años anteriores. La inversión en medios como la radio, la publicidad de exteriores y los diarios digitales, también fue mayor, mientras que los diarios impresos, cable y revistas continuaron su tendencia a la baja.

USD  
(Millones)



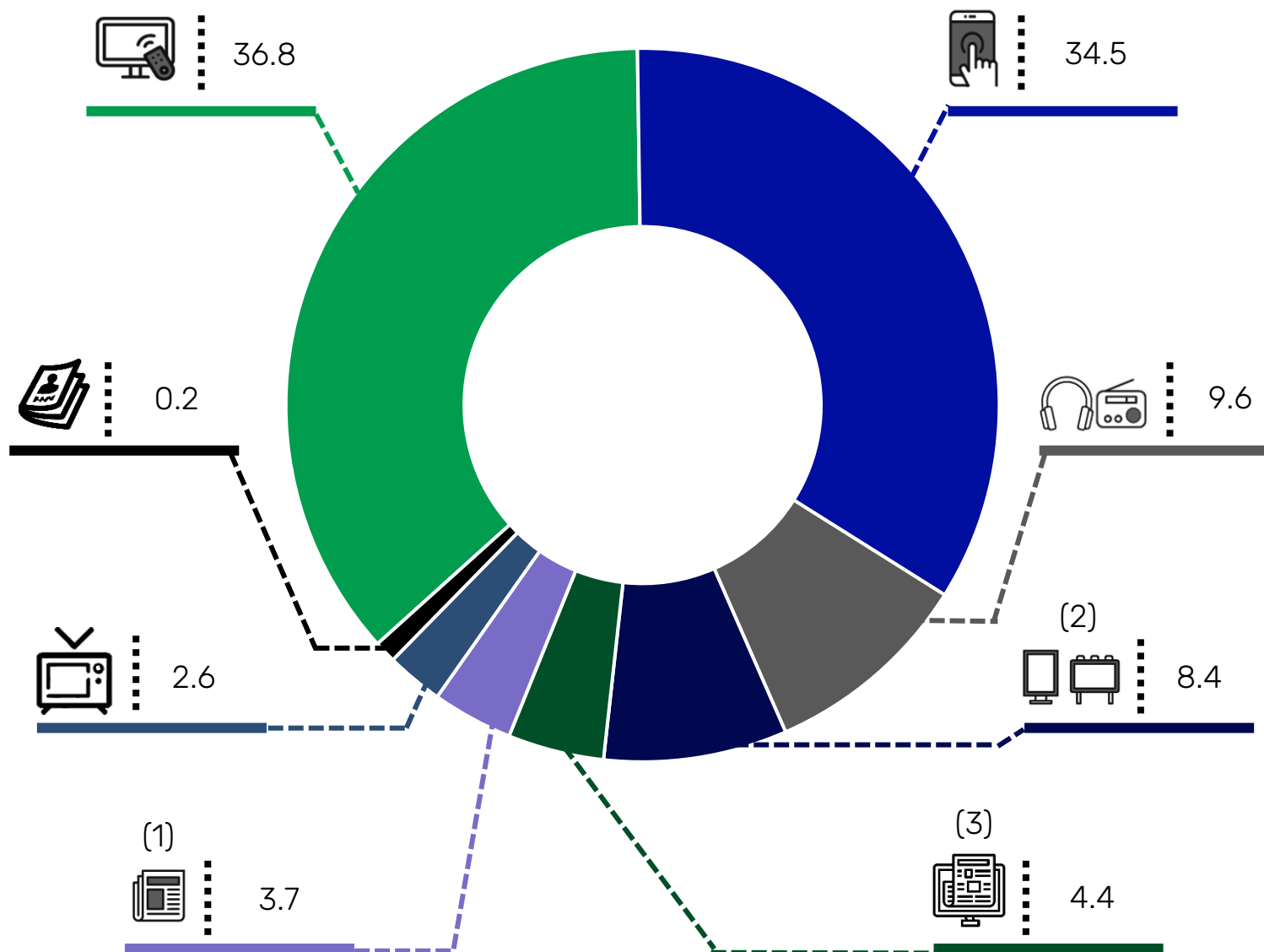
		2019		2020		2021		2022		2023	
Medios		US\$ (Millones)	%	US\$ (Millones)	%	US\$ (Millones)	%	US\$ (Millones)	%	US\$ (Millones)	%
 TV		250	42.9	188	42.5	224	41.0	215	38.3	211	36.8
 Digital		116	19.9	120	27.1	180	33.0	189	33.7	198	34.5
 Radio		72	12.3	46	10.4	48	8.8	51	9.1	55	9.6
(2)  Publicidad Exterior		60	10.3	30	6.8	33	6.0	42	7.5	48	8.4
(3)  Diarios Digitales		--	--	16	3.6	20	3.7	23	4.1	25	4.4
(1)  Diarios Impresos		56	9.6	25	5.7	23	4.2	24	4.3	21	3.7
 Cable		21	3.6	15	3.4	17	3.1	16	2.9	15	2.6
 Revistas		8	1.4	2	0.5	1	0.2	1	0.2	1	0.2
Total		583	100.0	442	100.0	546	100.0	561	100.0	574	100.0
Participación PBI		0.26		0.22		0.25		0.23		0.22	
Crecimiento del PBI		2.2%		-11.0%		13.4%		2.7%		-0.6%	

(1) No incluye avisos clasificados, encartes. (2) Incluye Digital OOH. (3) 2019 incluido en Digital

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

# SHARE DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA

# 2023



TV



Digital



Radio



Publicidad Exterior



Diarios Digitales



Diarios Impresos



Cable



Revistas

(1) No incluye avisos clasificados, encartes. (2) Incluye Digital OOH. (3) 2019 incluido en Digital

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



# CPI.

RESEARCH



**Teléfonos**  
422 3815



**Correo Electrónico**  
[cpi@cpi.pe](mailto:cpi@cpi.pe)



**Dirección**  
Calle Río de Janeiro 150 Miraflores  
Lima - Perú