

TENDENCIAS DE CONSUMO

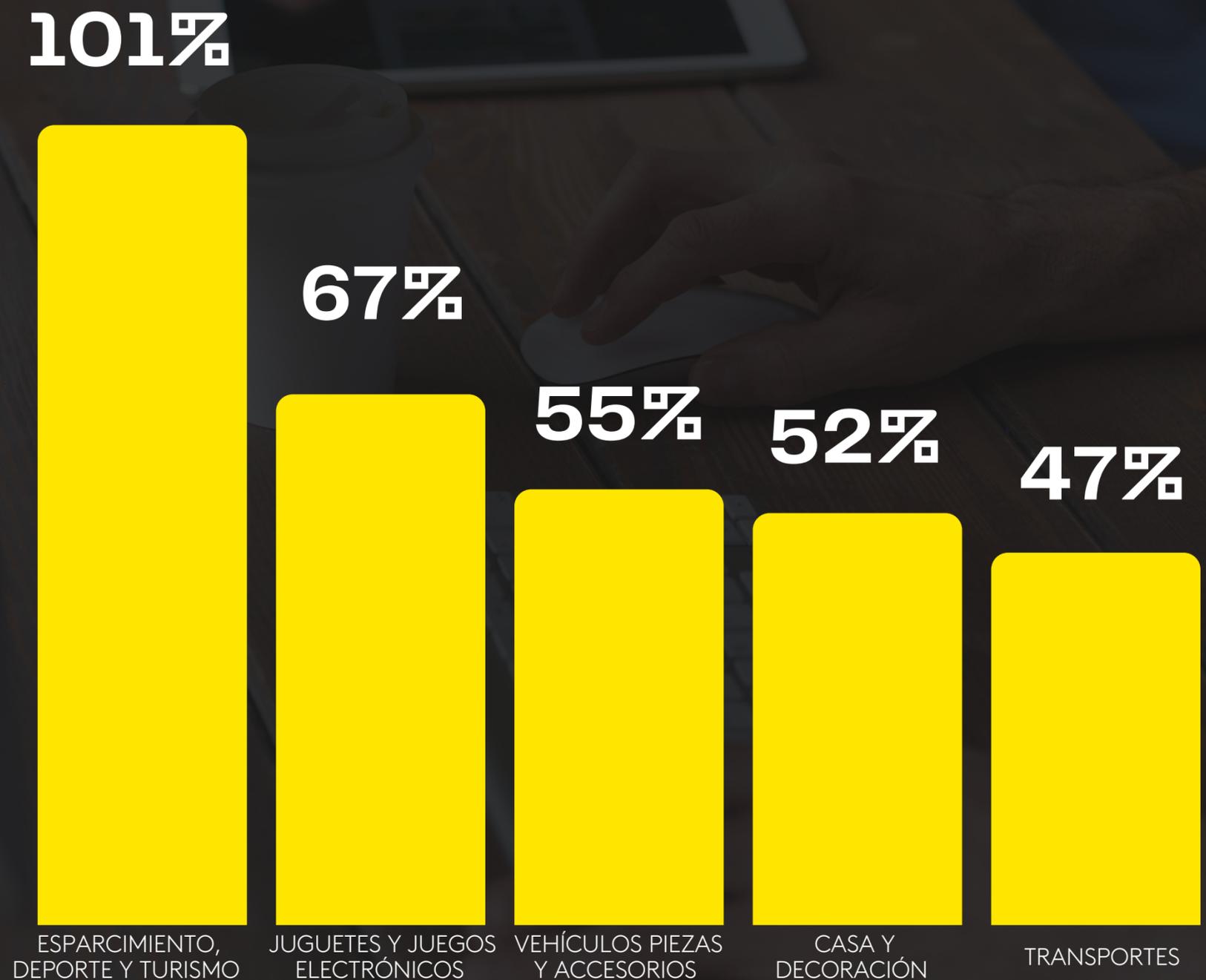
→ I SEMESTRE 2023



Estos son...

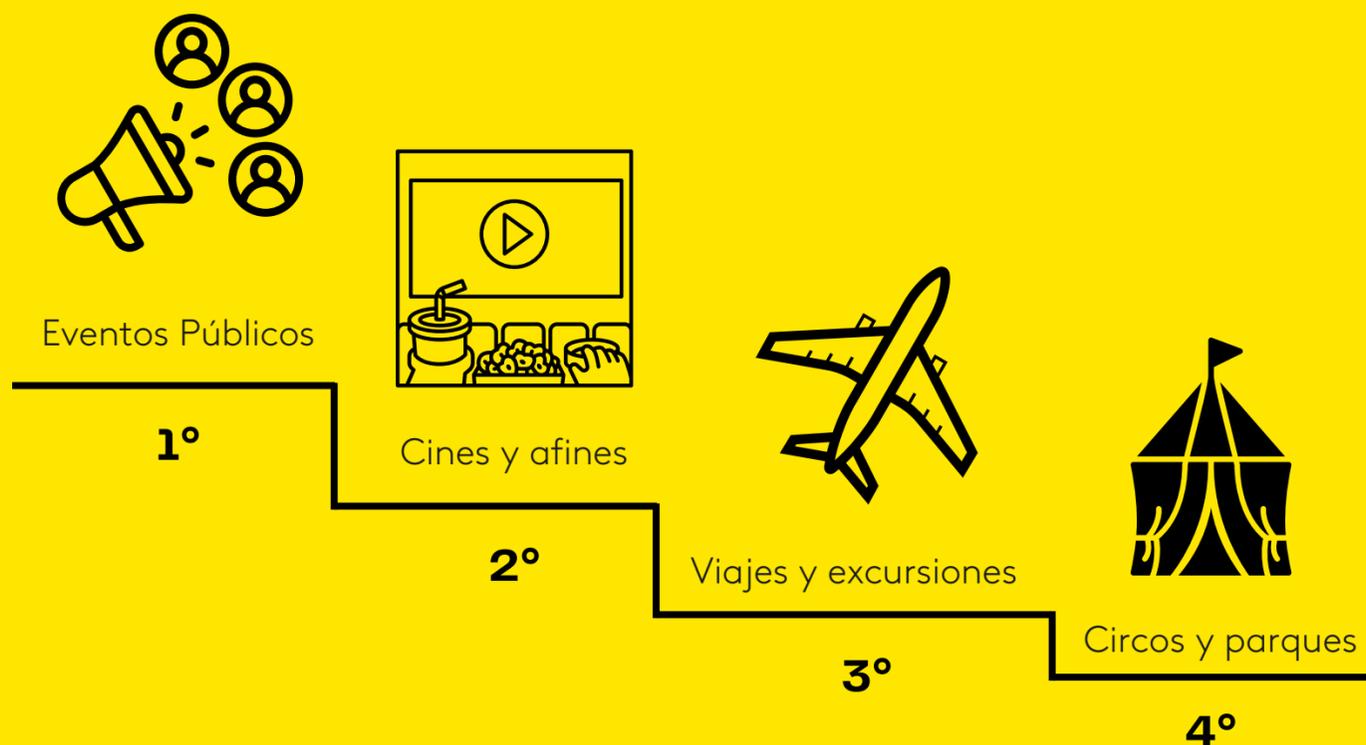
Los 5 sectores que más crecieron en inversión publicitaria en el primer semestre 2023.

FUENTE: Kantar IBOPE Media. Servicio de Monitoreo e Inversión Publicitaria. Tarifa impresa bruta en dólares sin negociación. Enero-Junio 2022 vs 2023



ESPARCIMIENTO, DEPORTE Y TURISMO

¿Cuáles son las categorías de más participación publicitaria dentro del sector?



Principalmente tienen más presencia los festivales, shows y conciertos.

- 62% considera que la Internet les ayuda a planear y reservar viajes.
- De los peruanos que siguen a influencers digitales, el 34% sigue a los que generan contenido sobre música, conciertos y cantantes.

Más del 80% de peruanos disfruta pasar el tiempo en familia.

JUGUETES Y JUEGOS ELECTRÓNICOS

Entre los que juegan videojuegos, el predominio del segmento joven se destaca sobre todo los de 25 - 34 años.



Un 55% de los peruanos juega a través de sus smartphones.



Al 40% les gusta los videojuegos de acción y al 32% de aventura.



28% de los jugadores toma en cuenta la calidad gráfica/ realismo al momento de jugar/comprar un juego.

45+ años
20%

12 a 17 años
22%

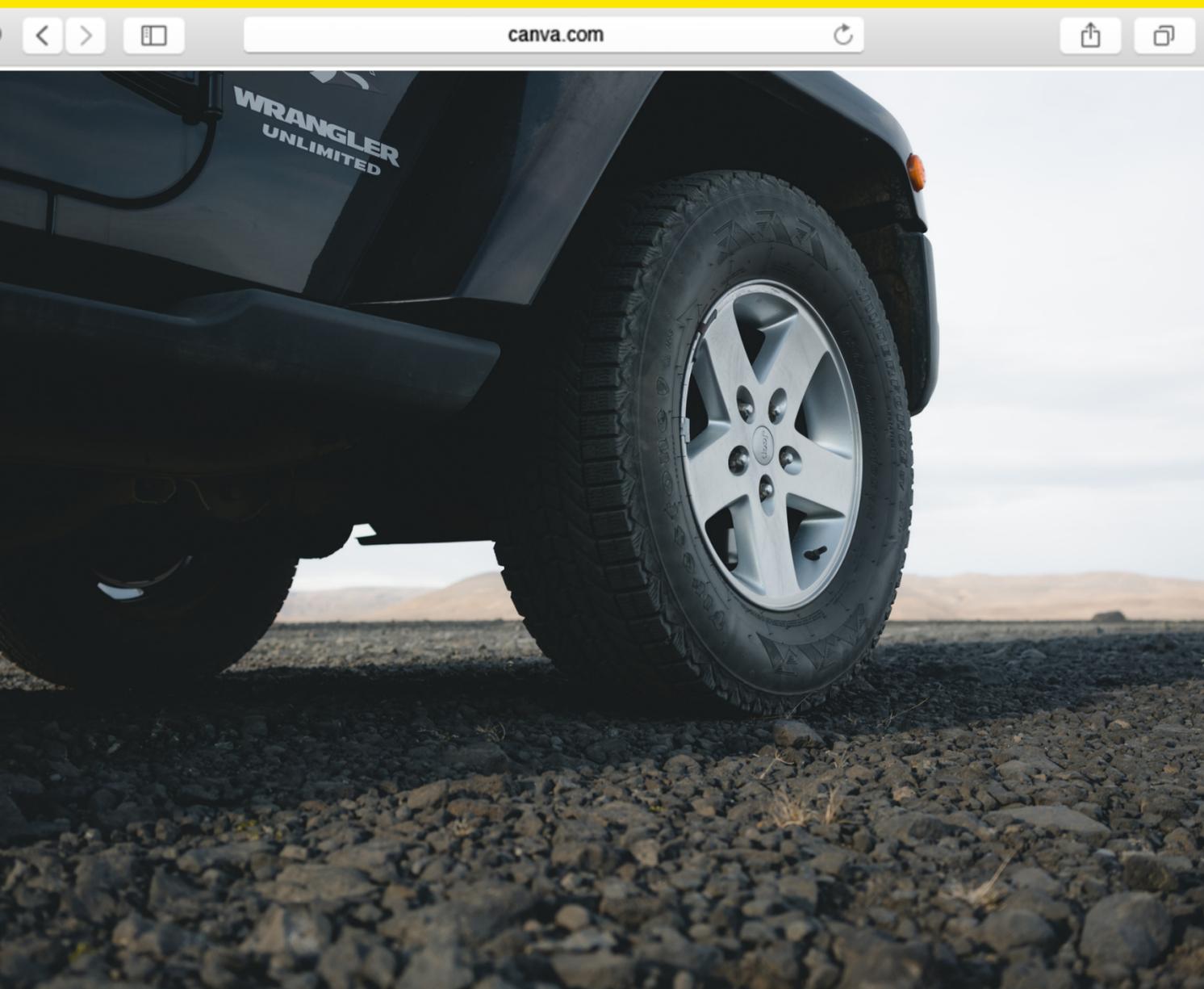
35 a 44 años
14.7%

18 a 24 años
19.1%

25 a 34 años
24.2%

Un 35% de peruanos juega videojuegos y el 44% son mujeres.

VEHÍCULOS, PIEZAS Y ACCESORIOS



48%

De la inversión publicitaria del sector se destina al medio OOH (Outdoor), así mismo, la televisión abierta es el segundo medio de mayor participación en el share de inversión.



El 32% de peruanos tiene la intención de comprar un auto en los próximos 12 meses. De ellos, 50% pertenecen a Lima Metropolitana y Callao, mientras el 20% es de la región Central del país.

CASA Y DECORACIÓN

1 de cada 4 peruanos ha comprado artículos de mejora para el hogar en el último año. Principalmente artículos de baño, artículos de cocina, alumbrado y pinturas.



¿Quiénes realizaron las compras de mejoras para el hogar?

65%

Ama de casa

85%

Jefe de familia

¿Cuál es el share de inversión publicitaria por medios dentro del sector?

27%

Exteriores

26%

Internet

20%

TV Abierta

80% de peruanos siempre está buscando nuevas ideas para mejorar su hogar.

82% de peruanos compró muebles, tales como colchones y artículos de cama.

Fuente: TGI PERÚ R1 2023 - Personas 12+ años | Servicio de Monitoreo e Inversión Publicitaria - Tarifa impresa bruta en dólares sin negociación - Periodo: Enero-Junio 2022 vs 2023.

TRANSPORTES

TRANSPORTE AÉREO

es la categoría de mayor inversión dentro del sector, seguido de Transporte Terrestre. Los medios de mayor inversión son TV Abierta e Internet.

LOS FACTORES DETERMINANTES

para elegir una aerolínea son los precios, puntualidad y que sea una aerolínea nacional.

MARCAS DE MAYOR INVERSIÓN

Publicitaria en medios en relación a los viajes en avión: SKY, LATAM Y JETSMART.

FUENTE: TGI PERÚ R1 2023 – Personas 12+ años | Servicio de Monitoreo e Inversión Publicitaria - Tarifa Impresa bruta en dólares sin negociación – Periodo: Enero- Junio 2022 vs 2023 .

