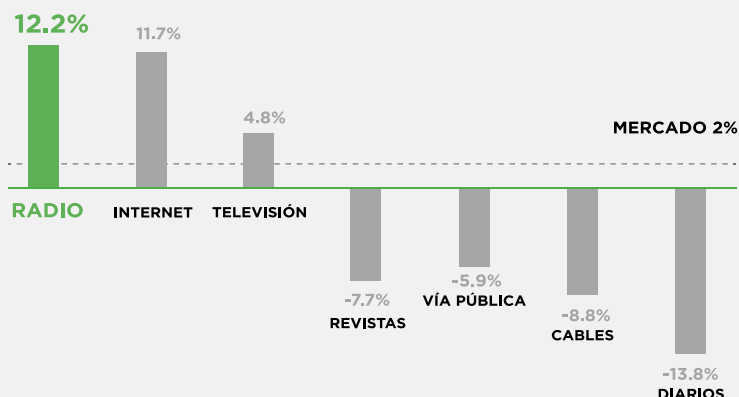


INVERSIÓN PUBLICITARIA 2016

VARIACIÓN INVERSIÓN PUBLICITARIA 2016 VS 2015



La radio es el medio que más creció con 12.2% llegando a \$83 MM. El mercado creció 2%. Los medios que más crecieron: radio e internet.

PARTICIPACIÓN ÚLTIMOS 5 AÑOS 2012 - 2016

La radio sigue manteniendo su participación a través de los años.

La radio ha sabido adaptarse a los cambios tecnológicos, entregando resultados eficientes a sus anunciantes.

MEDIO	2012 Part %	2013 Part %	2014 Part %	2015 Part %	2016 Part %
TELEVISIÓN	49.2	49.9	50	49.4	50.8
INTERNET	5.7	6.2	8.8	10.8	11.9
RADIO	11.4	11.2	10.9	10.4	11.4
DIARIOS	15.8	15.0	14.3	13.2	11.2
VÍA PÚBLICA	10.0	10.1	9.7	9.6	8.8
CABLE	6.0	5.5	4.4	4.8	4.3
REVISTAS	2.0	2.0	1.9	1.8	1.7
TOTAL	100	100	100	100	100

Fuente: C.PI Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública

En el 2016 el mercado publicitario creció 2%, incluyendo campañas electorales. El medio radial creció más de 12%, aun más que internet. CRP creció por encima del medio radial.

En CRP venimos trabajando para generar eficiencias y resultados en las inversiones de los anunciantes. Esto lo logramos asegurando un alto nivel de creatividad, una segmentación estratégica y una pauta eficiente.