

Reporte de Publicidad Online



Perú
Primer Semestre 2016



Características del reporte



Reporte de publicidad online elaborado por adCuality, herramienta de monitoreo de publicidad en tiempo real. El monitoreo y la actualización de la información en la plataforma se realiza las 24 hs del día, los 365 días del año.

Metodología

Monitoreo de sitios mediante el empleo de un motor de trackeo y descarga de anuncios. Proceso de clasificación por medio del uso de un algoritmo predictivo con control humano al final del proceso.

La tecnología empleada por adCuality para el monitoreo no realiza click sobre los banners (tecnología limpia).

Alcance

Pautas publicitarias en sitios locales, regionales y en adnetworks orientadas con IP local (Publicidad en red de Display).

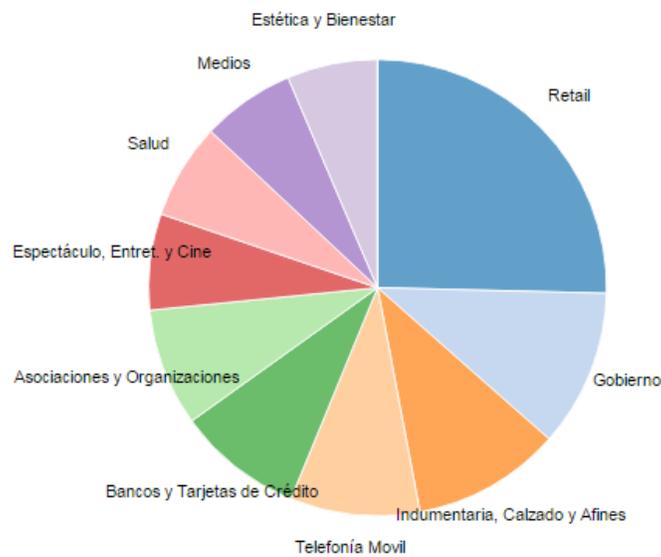
Para conocer más acerca del método de adCuality, ingresar a <https://customer.adCuality.com>.

Algunas consideraciones

Todas las estadísticas expuestas en el presente informe están expresadas en porcentajes (%).

Dichos porcentajes son proporcionales a la cantidad de anuncios que adCuality ha encontrado y clasificado.

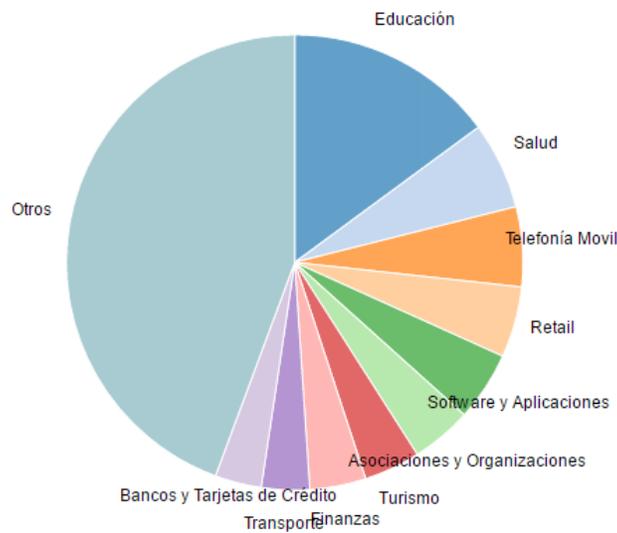
Por ejemplo: Si el 25% corresponde a la Industria «Alimentos», es porque el 25% de todos los anuncios encontrados, pertenecían a anunciantes de dicha Industria.



adCuality brinda métricas de cobertura, de share of voice. El SOV expresa, en términos porcentuales, la participación de un anunciante (medio, industria, etc) en relación con sus competidores, con el total de su sector o en relación con el mercado en su totalidad.

Share de Industrias

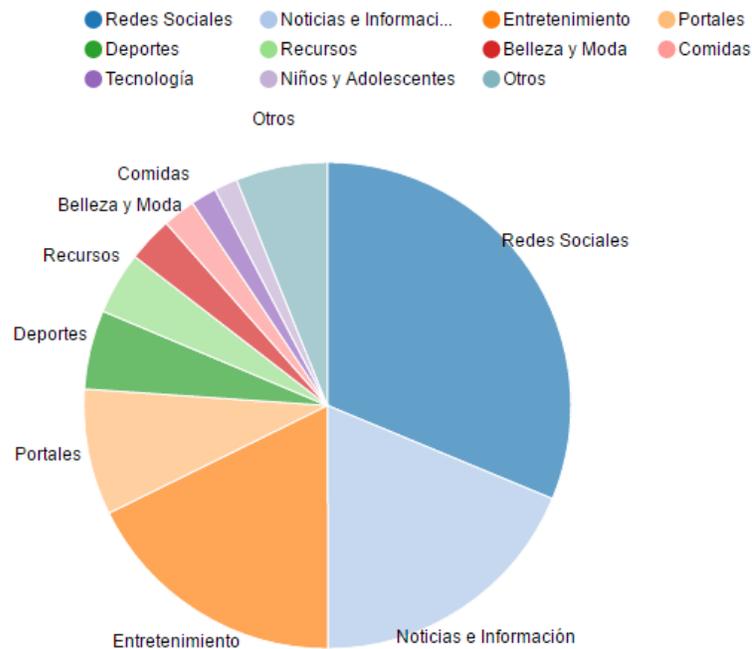
Porcentaje de participación de las 10 principales industrias en publicidad online.



1	Educación	14.88%
2	Salud	6.18%
3	Telefonía Movil	5.66%
4	Retail	5.04%
5	Software y Aplicaciones	4.92%
6	Asociaciones y Organizaciones	4.30%
7	Turismo	3.99%
8	Finanzas	3.98%
9	Transporte	3.40%
10	Bancos y Tarjetas de Crédito	3.29%

Categorías de medios

Porcentaje de participación de las 10 categorías de medios más elegidas por los anunciantes para pautar en publicidad online.

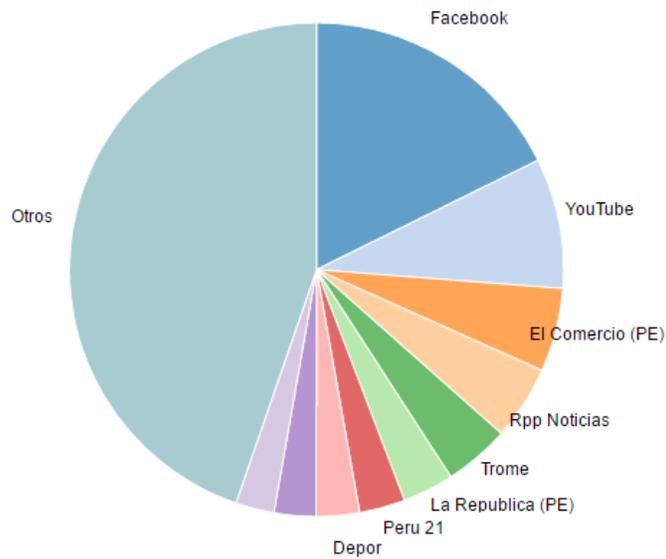


1	Redes Sociales	31.26%
2	Noticias e Información	18.71%
3	Entretenimiento	17.74%
4	Portales	8.38%
5	Deportes	5.25%
6	Recursos	4.15%
7	Belleza y Moda	3.00%
8	Comidas	2.17%
9	Tecnología	1.72%
10	Niños y Adolescentes	1.54%

Share de Medios

Porcentaje de participación de los 10 medios más elegidos por los anunciantes para pautar en publicidad online.

● Facebook
 ● YouTube
 ● El Comercio (PE)
 ● Rpp Noticias
 ● Trome
 ● La Republica (PE)
 ● Peru 21
 ● Depor
 ● Diario Correo
 ● Peru.com
 ● Otros

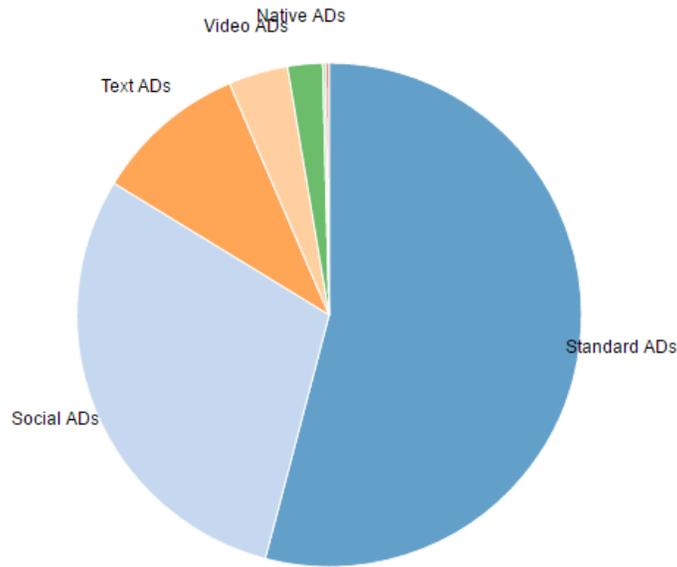


1	Facebook	<div style="width: 17.70%;"></div>	17.70%
2	YouTube	<div style="width: 8.52%;"></div>	8.52%
3	El Comercio (PE)	<div style="width: 5.48%;"></div>	5.48%
4	Rpp Noticias	<div style="width: 4.86%;"></div>	4.86%
5	Trome	<div style="width: 4.30%;"></div>	4.30%
6	La Republica (PE)	<div style="width: 3.35%;"></div>	3.35%
7	Peru 21	<div style="width: 3.00%;"></div>	3.00%
8	Depor	<div style="width: 2.81%;"></div>	2.81%
9	Diario Correo	<div style="width: 2.74%;"></div>	2.74%
10	Peru.com	<div style="width: 2.52%;"></div>	2.52%

Formatos de anuncios

Distribución por formatos de la pauta publicitaria.

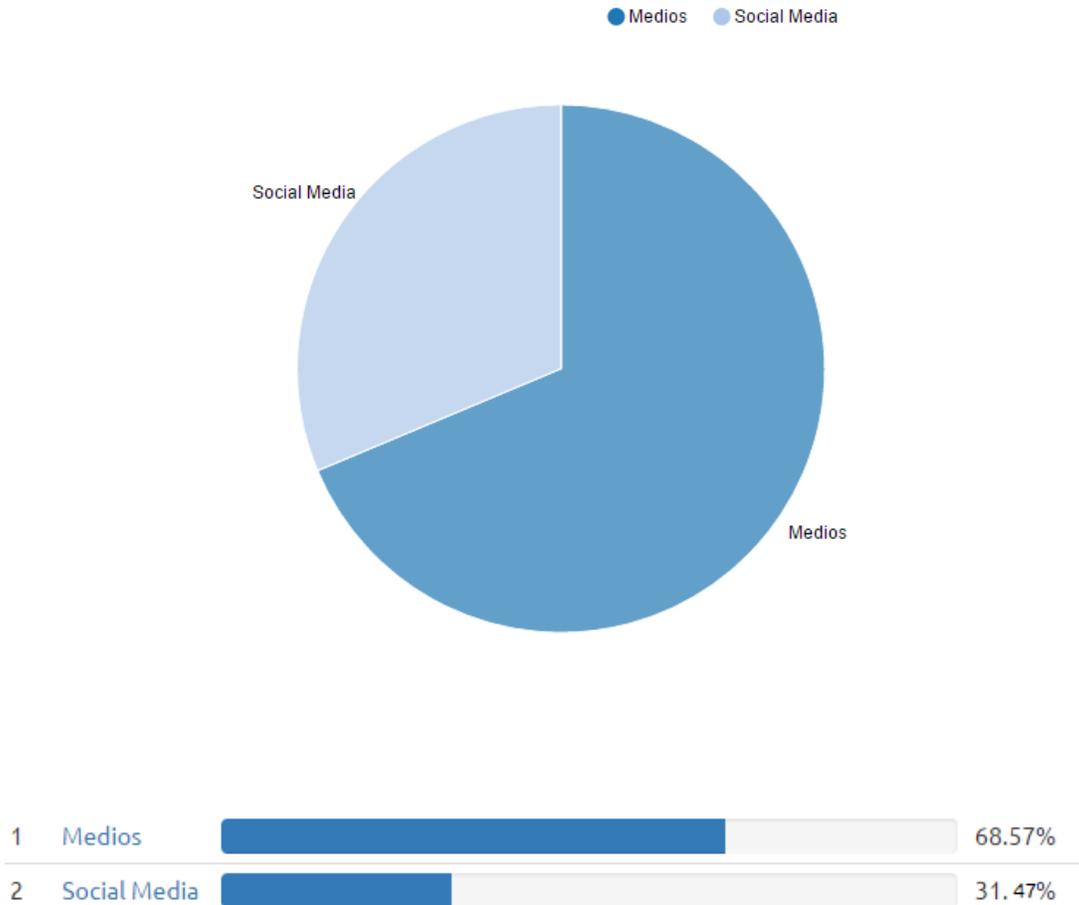
● Standard ADs
 ● Social ADs
 ● Text ADs
 ● Video ADs
 ● Native ADs
 ● Native Video ADs
 ● Rich Media ADs



1	Standard ADs	<div style="width: 54.08%;"></div>	54.08%
2	Social ADs	<div style="width: 29.67%;"></div>	29.67%
3	Text ADs	<div style="width: 9.79%;"></div>	9.79%
4	Video ADs	<div style="width: 3.82%;"></div>	3.82%
5	Native ADs	<div style="width: 2.23%;"></div>	2.23%
6	Native Video ADs	<div style="width: 0.22%;"></div>	0.22%
7	Rich Media ADs	<div style="width: 0.19%;"></div>	0.19%

Plataformas

Distribución entre medios y redes sociales.



Conclusiones

Industrias

La industria Educación lidera el top ten con el 14,88% del share of voice seguido por Salud y Telefonía Móvil con un 6,18% y 5,66% respectivamente.

Principales marcas por industria

Educación: Universidad del Pacifico Perú, Pontificia Universidad Catolica, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Salud: Clinica de la columna, OncoSalud, Boston Medical Group

Telefonía Movil:Entel, Claro, Movistar, Tuenti

Retail:Ripley, Saga Falabella, Tiendas Paris, Homecenter Sodimac

Software y Aplicaciones:Oficis, Microsoft, Lumosity

Categorías de Medios

Redes Sociales es la categoría de medios más elegida por los anunciantes. Representa el 31,26% seguida por Noticias e Información con un 18,71% y Entretenimiento con el 17,74%.

Conclusiones

Medios

Facebook y YouTube lideran el top ten de medios con el 17,70% y 8,52% respectivamente. El Comercio se ubica en el tercer puesto con el 5,48% seguido por RPP Noticias (4,86%) y Trome (4,30%).

Formatos

Standard ad sigue siendo el formato más elegido en publicidad online con el 54,08% de participación seguido por los Social ads (29,67%) .

Para conocer más acerca del monitoreo que realiza adCuality ingresar a: <https://customer.adCuality.com>