

# Reporte de Publicidad Online



Perú  
Año 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).

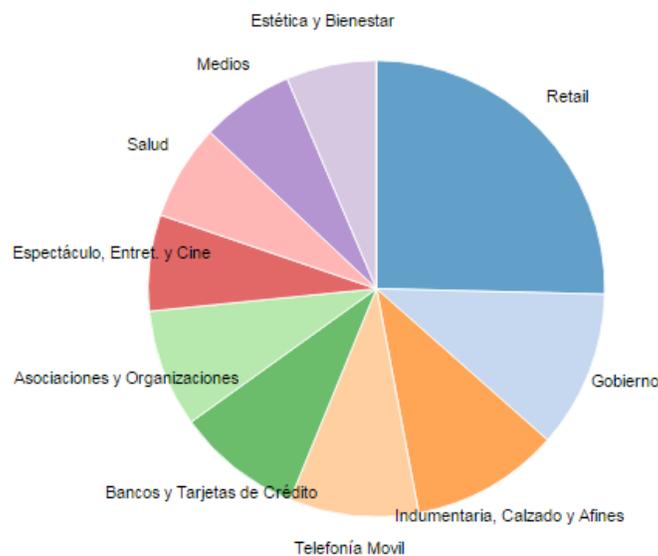
Para conocer más acerca del método de adCuality, ingresar a <https://customer.adCuality.com>.

## 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.

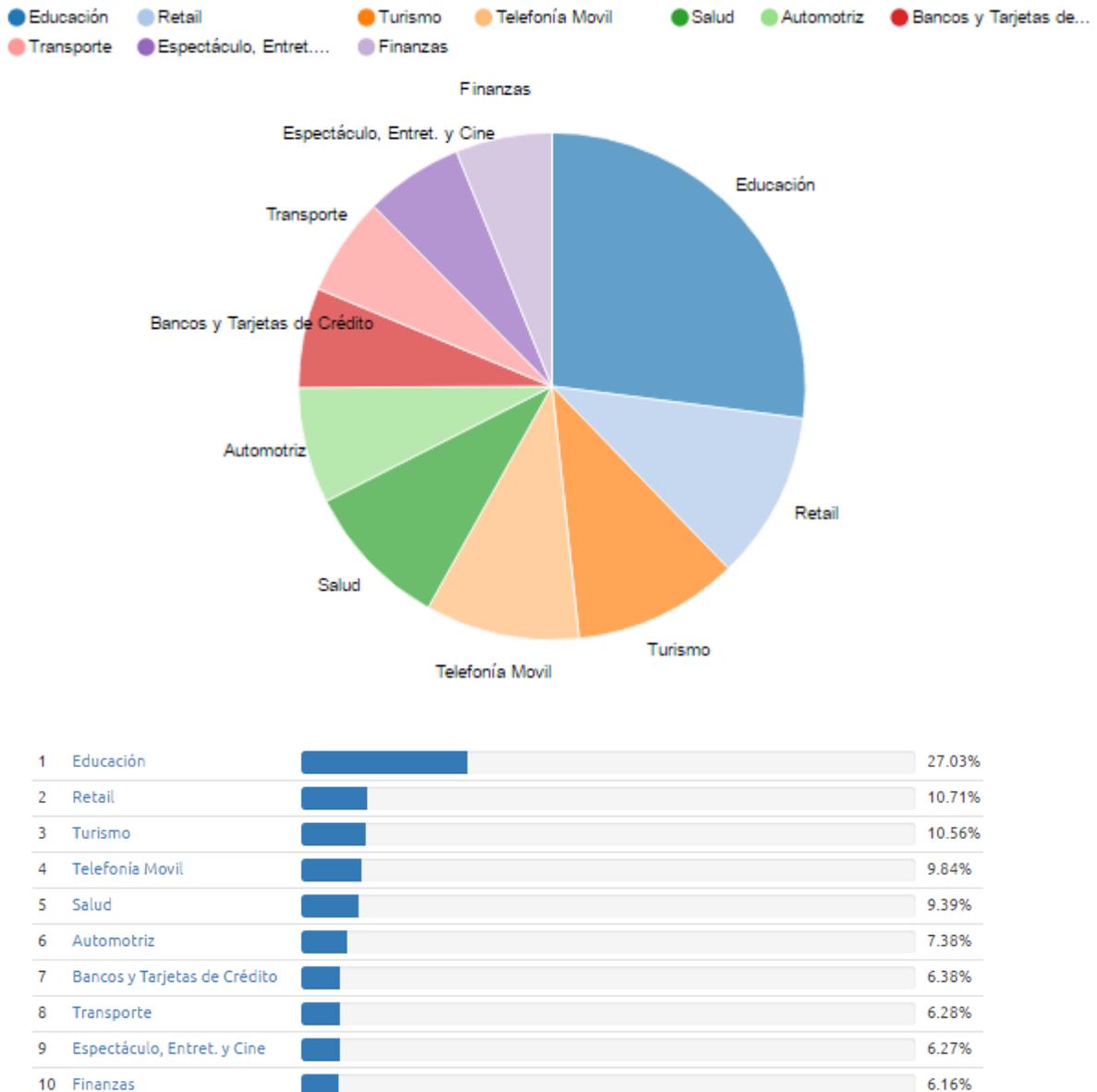
Por ejemplo: Si el 25% corresponde a la Industria «Alimentos», es porque el 25% de todos los anuncios encontrados, pertenecían a anunciantes de dicha Industria.



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\*

SOV (Share of voice) de las 10 principales industrias en publicidad online.

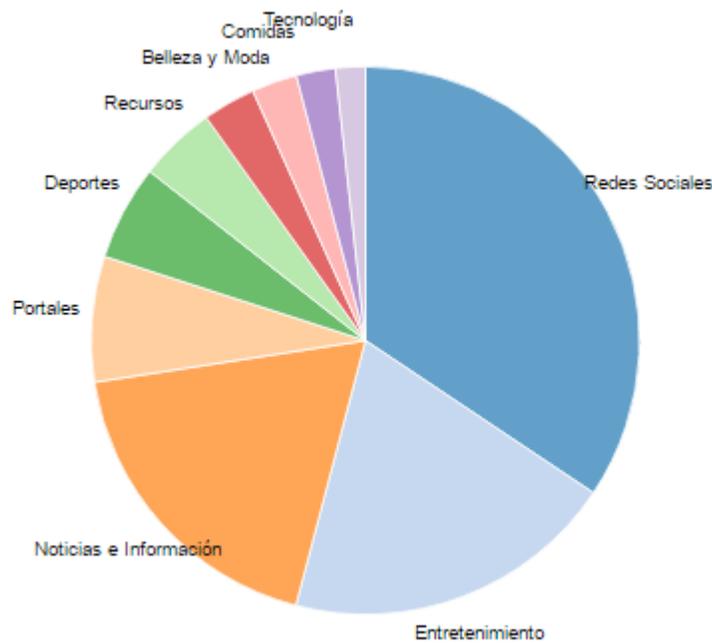


\*Se Incluye información correspondiente a las 10 Industrias con mayor participación

## Categorías de medios

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

● Redes Sociales   
 ● Entretenimiento   
 ● Noticias e Informaci...   
 ● Portales   
 ● Deportes   
 ● Recursos   
 ● Belleza y Moda  
● Comidas   
 ● Tecnología   
 ● Niños y Adolescentes

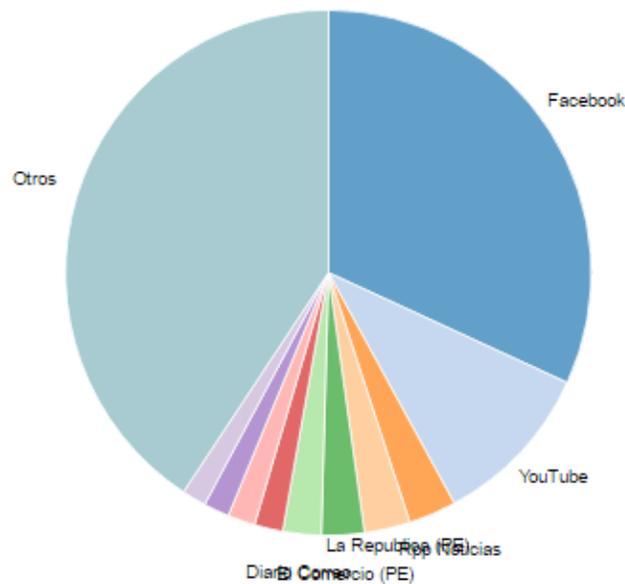


1	Redes Sociales	<div style="width: 34.38%;"></div>	34.38%
2	Entretenimiento	<div style="width: 19.71%;"></div>	19.71%
3	Noticias e Información	<div style="width: 18.48%;"></div>	18.48%
4	Portales	<div style="width: 7.40%;"></div>	7.40%
5	Deportes	<div style="width: 5.62%;"></div>	5.62%
6	Recursos	<div style="width: 4.54%;"></div>	4.54%
7	Belleza y Moda	<div style="width: 3.12%;"></div>	3.12%
8	Comidas	<div style="width: 2.68%;"></div>	2.68%
9	Tecnología	<div style="width: 2.31%;"></div>	2.31%
10	Niños y Adolescentes	<div style="width: 1.74%;"></div>	1.74%

## Share de Medios\*

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

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

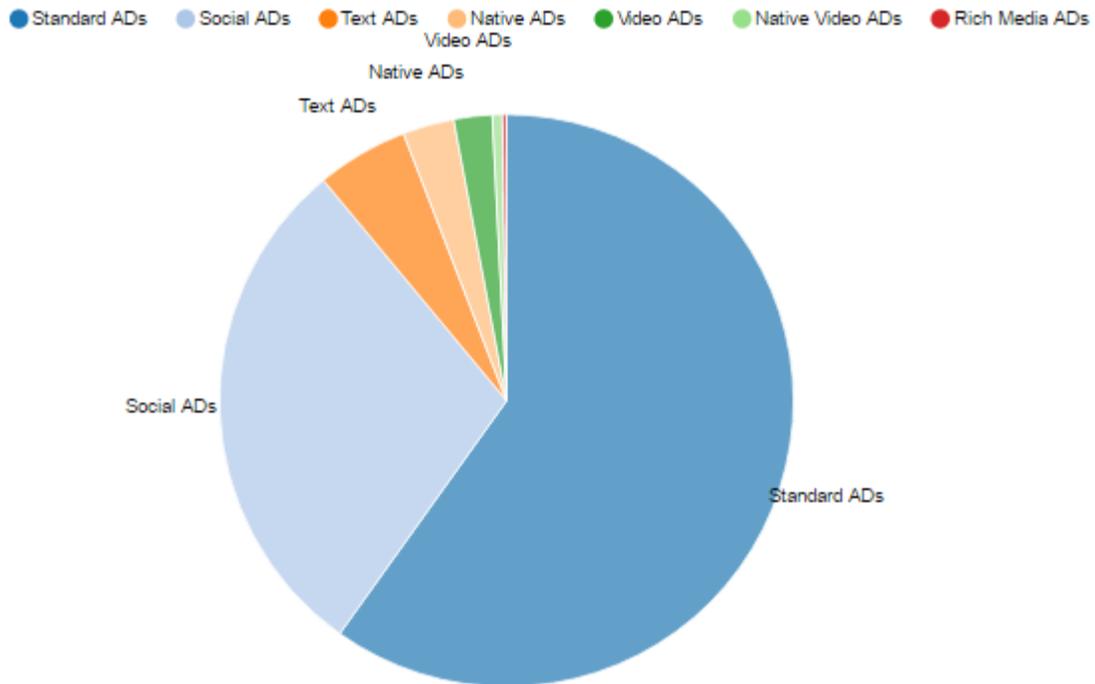


1	Facebook	31.88%
2	YouTube	10.17%
3	Rpp Noticias	2.94%
4	La Republica (PE)	2.81%
5	El Comercio (PE)	2.63%
6	Diario Correo	2.36%
7	Trome	1.76%
8	Peru.com	1.68%
9	Peru 21	1.58%
10	America TV (PE)	1.49%

\*La porción de otros corresponde a lo que va del puesto N°11 en adelante.

# Formatos de anuncios

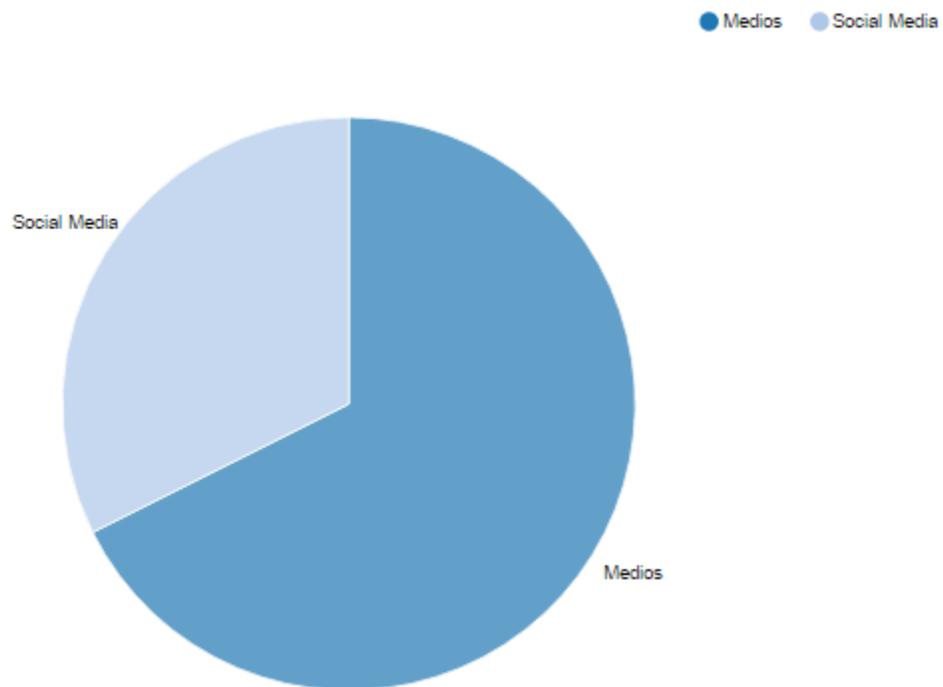
Distribución por formatos de la pauta publicitaria.



1	Standard ADs	59.88%
2	Social ADs	29.11%
3	Text ADs	5.17%
4	Native ADs	2.89%
5	Video ADs	2.16%
6	Native Video ADs	0.55%
7	Rich Media ADs	0.24%

# Plataformas

Distribución entre medios y redes sociales.



1	Medios	<div style="width: 67.61%;"><div style="width: 67.61%;"></div></div>	67.61%
2	Social Media	<div style="width: 32.39%;"><div style="width: 32.39%;"></div></div>	32.39%

## Conclusiones

### Industrias

La industria de Educación lidera el top ten con un SOV (Share of Voice) de 27.03% y una inversión de 27.488.846 PEN (pesos Peruanos), seguido por Retail con un SOV de 10.71% y una inversión de 10.870.138 PEN y Turismo con un SOV de 10,56% que equivale a una inversión de 10.157.914.

### Principales marcas por industria

Educación: Universidad ESAN, Universidad del Pacífico Perú, UTEC (Universidad de Ingeniería y Tecnología, IPAD (Instituto Peruano de Arte y Diseño), PUCP (Pontificia Universidad Católica De Perú).

Retail: Tienda Falabella, Ripley, AliExpress, Amazon, Estilo Mio.

Turismo: Pousadas Unicornio, Carnival, Universal Orlando Resorts, Peruvian Sacred, Peru.com.

Telefonía Móvil: Claro, Entel, Movistar, Tuenti, Bitel.

Salud: Clínica de la columna, Quirobien, Oncosalud, Valgomed, Boston Medical Group.

### Categorías de Medios

Redes Sociales es la categoría de medios más elegida por los anunciantes. Representa el 34,38% seguida por Entretenimiento con un 19,71% y Noticias e Información con el 18,48%.

## Conclusiones

### Medios

Facebook y YouTube lideran el top ten de medios con el 53,76% y 17,16% respectivamente. Rpp Noticias se ubica en el tercer puesto con el 4,96% seguido por La Republica (4,74%) y El Comercio (4,43%).

### Formatos

Standard ad sigue siendo el formato más elegido en publicidad online con el 59,88% de participación seguido por los Social ads (29,11%) y los Text Ads (5,17%).

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