

Reporte de Publicidad Online



Perú

Primer Semestre 2017



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>.

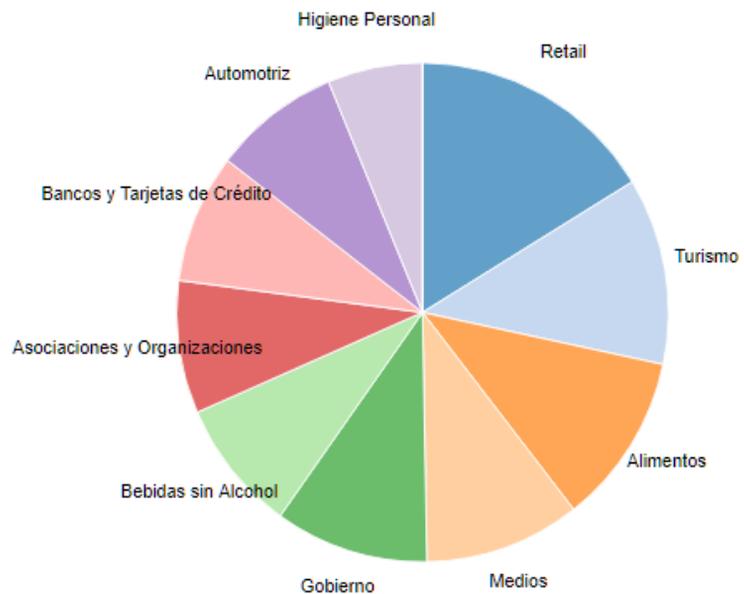
Algunas Consideraciones



Todas las estadísticas expuestas en el presente informe están expresadas en porcentajes (%). Dichos porcentajes son proporcionales a la cantidad de anuncios que adCuality ha relevado y clasificado.

Por ejemplo: Si el 16% corresponde a la Industria «Retail», es porque el 16% de todos los anuncios relevados, pertenecían a anunciantes de dicha Industria.

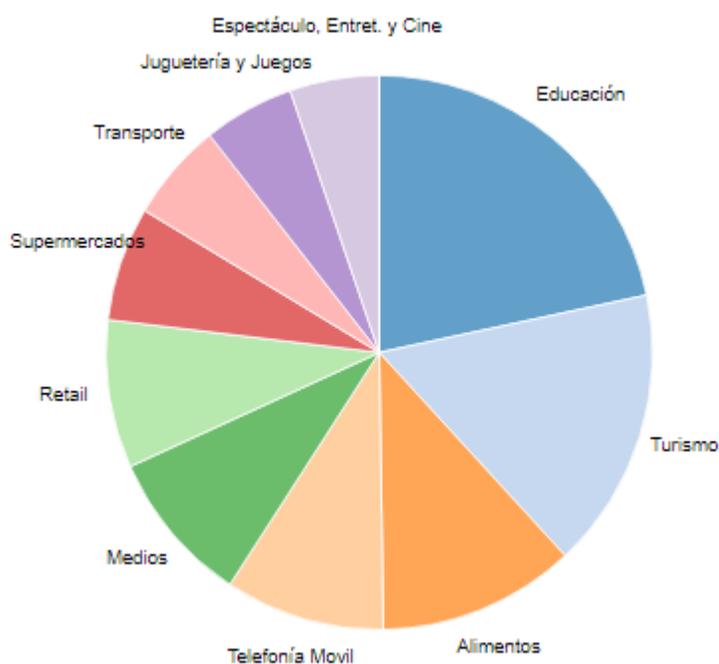
adCuality brinda métricas de cobertura, de share of voice. El SOV expresa, en términos porcentuales, la participación de un anunciante (medio, industria, etc) en relación con sus competidores, con el total de su sector o en relación con el mercado en su totalidad.



Share of voice industrias (Top 10)

Participación de los anunciantes segmentados por industrias.

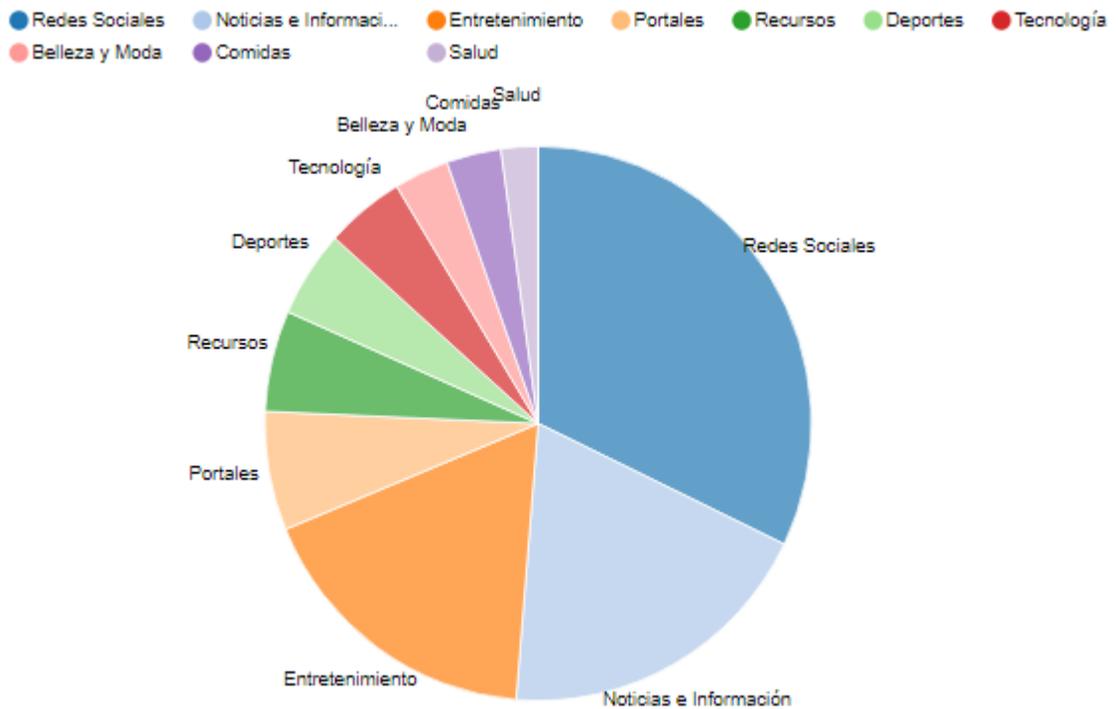
● Educación
 ● Turismo
 ● Alimentos
 ● Telefonía Movil
 ● Medios
 ● Retail
 ● Supermercados



1	Educación	<div style="width: 11.42%;"></div>	11.42%
2	Turismo	<div style="width: 8.64%;"></div>	8.64%
3	Alimentos	<div style="width: 6.15%;"></div>	6.15%
4	Telefonía Movil	<div style="width: 4.98%;"></div>	4.98%
5	Medios	<div style="width: 4.77%;"></div>	4.77%
6	Retail	<div style="width: 4.55%;"></div>	4.55%
7	Supermercados	<div style="width: 3.52%;"></div>	3.52%
8	Transporte	<div style="width: 3.04%;"></div>	3.04%
9	Juguetería y Juegos	<div style="width: 2.83%;"></div>	2.83%
10	Espectáculo, Entret. y Cine	<div style="width: 2.79%;"></div>	2.79%

Share of voice Categorías de Medios (Top 10)

Porcentaje de participación de las 10 categorías de medios más elegidas por los anunciantes.

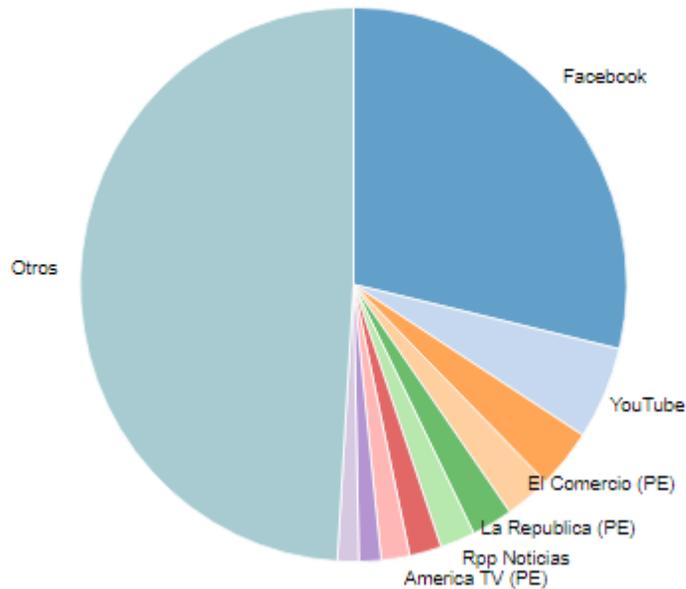


1	Redes Sociales	26.74%
2	Noticias e Información	17.07%
3	Entretenimiento	15.61%
4	Portales	6.19%
5	Recursos	5.27%
6	Deportes	4.51%
7	Tecnología	4.19%
8	Belleza y Moda	2.90%
9	Comidas	2.89%
10	Salud	1.95%

Share of voice de Medios*

Porcentaje de participación de los 10 medios más elegidos por los anunciantes.

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

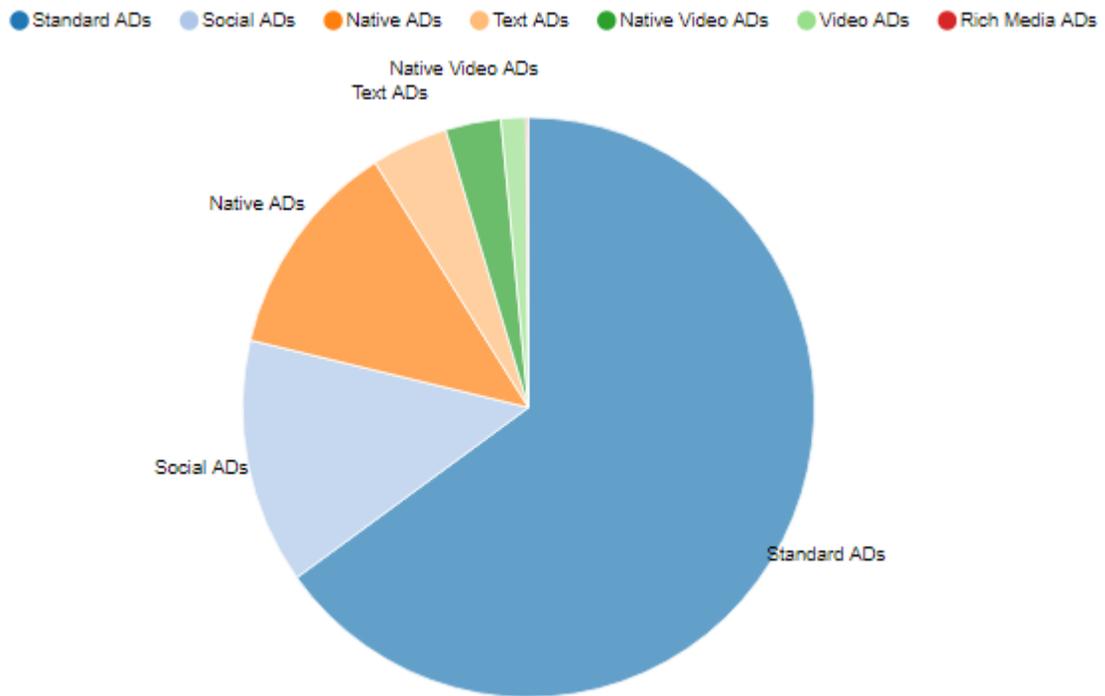


1	Facebook	<div style="width: 28.74%;"></div>	28.74%
2	YouTube	<div style="width: 5.40%;"></div>	5.40%
3	El Comercio (PE)	<div style="width: 3.47%;"></div>	3.47%
4	La Republica (PE)	<div style="width: 2.69%;"></div>	2.69%
5	Rpp Noticias	<div style="width: 2.43%;"></div>	2.43%
6	America TV (PE)	<div style="width: 2.06%;"></div>	2.06%
7	Trome	<div style="width: 1.90%;"></div>	1.90%
8	Peru.com	<div style="width: 1.68%;"></div>	1.68%
9	Msn	<div style="width: 1.31%;"></div>	1.31%
10	Diario Correo	<div style="width: 1.26%;"></div>	1.26%

*La porción de otros corresponde a los que se encuentran del puesto N°11 en adelante.

Share of voice formatos de anuncios

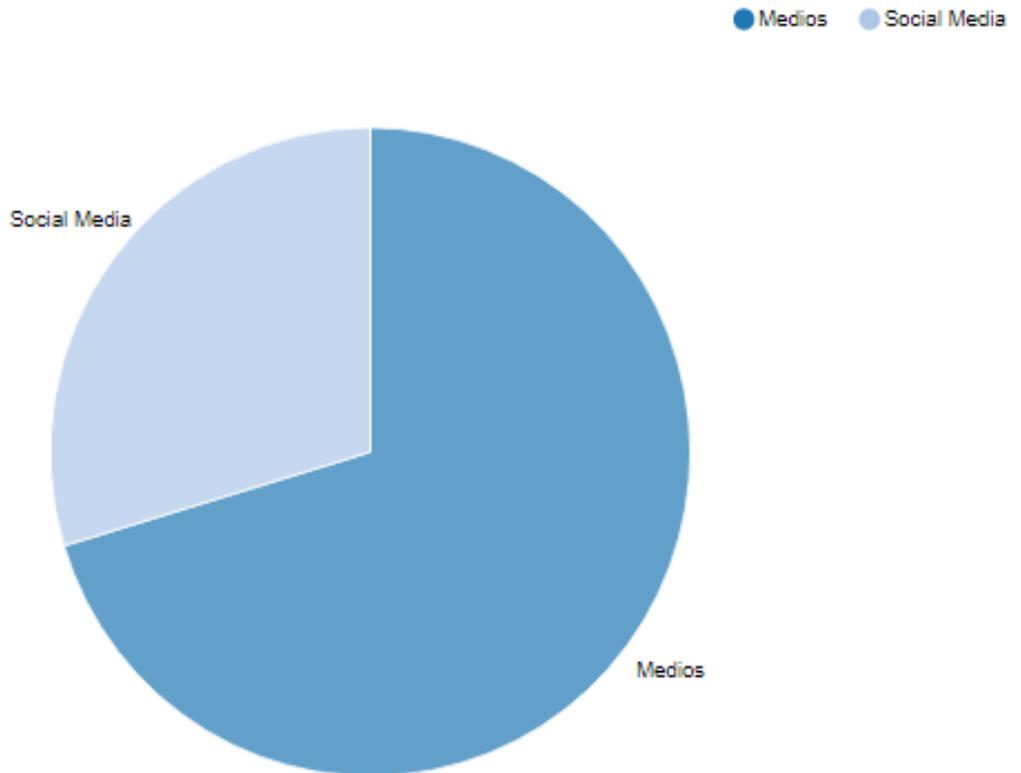
Distribución por formatos de anuncios de la pauta publicitaria.



1	Standard Ads	<div style="width: 65.03%;"></div>	65.03%
2	Social Ads	<div style="width: 13.70%;"></div>	13.70%
3	Native Ads	<div style="width: 12.27%;"></div>	12.27%
4	Text Ads	<div style="width: 4.33%;"></div>	4.33%
5	Native Video Ads	<div style="width: 3.14%;"></div>	3.14%
6	Video Ads	<div style="width: 1.42%;"></div>	1.42%
7	Rich Media Ads	<div style="width: 0.13%;"></div>	0.13%

Share of voice de Plataformas

Distribución entre medios y redes sociales.



1	Medios	<div style="width: 70.33%;"></div>	70.33%
2	Social Media	<div style="width: 29.67%;"></div>	29.67%

Conclusiones

Industrias

La industria de Educación lidera el top ten con un SOV (Share of Voice) de 11,42% y una inversión de PEN 15.811.998 (pesos Peruanos), seguido por Turismo con un SOV de 8,64% y una inversión de PEN 9.358.913 y Alimentos con un SOV de 6,15% equivalente a una inversión de PEN 7.026.638

Categorías de Medios

Redes Sociales es la categoría de medios más elegida por los anunciantes. Representa el 28,74% seguida por Noticias e Información con un 17,07% y Entretenimiento con el 15,61%.

Para conocer más sobre la clasificación por industrias haz click [aquí](#)

Sobre categoría de medios haz click [aquí](#)

Conclusiones

Medios

Facebook y YouTube lideran el top ten de medios con el 28,74% y 5,40% respectivamente. El Comercio se ubica en el tercer puesto con el 3,47% seguido por La Republica (2,69%) y RPP Noticias (2,43%).

Formatos

Standard ad sigue siendo el formato más elegido en publicidad online con el 65,03% de participación seguido por los Social Ads(13,70%) y los Native ads (12,27%).

Para conocer más acerca de los formatos monitoreados haz click [aquí](#)

Conclusiones

Principales marcas por industria

- **Educación:** Universidad Esan, Instituto Tecnológico Santa Rosa, PUCP-Pontificia Universidad Católica de Perú, Casuarinas International College, UDEP-Universidad de Piura.
- **Turismo:** Sheraton, Despegar, Carnival, Corto Maltes Amazonia, Trivago.
- **Alimentos:** Trident, Ritz, Moltalia, Bubbalo, Nestle.
- **Telefonía Móvil:** Movistar, Claro, Bitel, Huawei, Tuenti.

Campañas destacadas



Trident Perú



te queda fría.

no llega antes.

Trident Perú



Trident Perú

La combinación de textura y frescura del nuevo Trident X Fresh, rompe tus momentos de monotonía y los convierten en momentos #eXageradamente frescos.



Trident Perú

Esas situaciones que hacen de un Trident algo #eXageradamente necesario. ¿Y tú en qué situaciones necesitas un Trident?



Campañas destacadas

Cambiamos nosotros para que no cambies tú



Obtén Nuestros Equipos con Fun Pack y la posibilidad de conocer el mundo por tus compras Online.



Catálogo Movistar
Equipos 4G LTE
CATALOGO.MOVISTAR.COM.PE



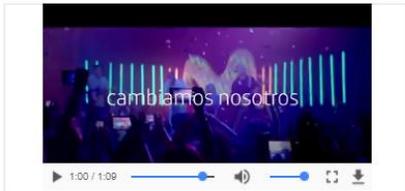
Movistar Perú



¡Pórtate a Movistar y Elige tu Equipo desde 5/9! Incluye Delivery Gratis



Empezamos un gran cambio para poner en tus manos lo que de verdad quieres. Cambiamos nosotros para que no cambies tú. #EligeVivirATuManera #EligeTodo



Movistar Perú



¡Los Pitufo te están esperando en la aldea Movistar! ¿Qué esperas para cambiarte?.



Más Fun, menos aburrimiento. Ahora el Samsung Galaxy J7 viene con Fun Pack de Movistar



Movistar
Disfruta lo Mejor
TIENDAONLINE.MOVISTAR.COM.PE



¡Costa, sierra y selva celebraremos al Perú este sábado 1 de julio en el Estadio Nacional junto a Juan Diego Flórez! ¡Sigamos apoyando juntos como #UnaSolaFuerza a nuestros hermanos damnificados! Adquiere tus entradas aquí: <http://bit.ly/2qhYy0e>



Campañas destacadas



Campañas destacadas

ESTUDIA **ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**
Y OBTÉN MÁS SEGUIDORES
QUE UN **ROCKSTAR**



CHARLAS Y TALLERES DE CONTACTO
01 DE JULIO



INSCRÍBETE A QUÍ



EMPIEZA A VIVIR COMO ABOGADO
CHARLAS Y TALLERES DE CONTACTO
11 DE FEBRERO

INSCRÍBETE AQUÍ



Evoluciona tu éxito.
Postula a la Universidad ESAN
INSCRIPCIONES HASTA EL 19 DE JULIO



POSTULA AQUÍ

MSc Maestrías ESAN

Para convertir tus ideas en proyectos que transforman nuestras ciudades.

> MAESTRÍA EN
GESTIÓN Y
DESARROLLO
INMOBILIARIO <



Conferencia informativa: 12 de julio
Country Club Lima Hotel, Calle Los Eucaliptos 590, San Isidro a las 7:30 p.m.
ESAN.EDU.PE

> MAESTRÍA
EN GESTIÓN
EMPRESARIAL <



CONOCE MÁS, AQUÍ



esan UNIVERSIDAD
BUSINESS

Universidad Esan

Define tu futuro profesional. Asiste a nuestras Charlas y talleres de contacto el 01 y 08 de julio. Inscríbete aquí -> <http://bit.ly/1dTYyKt> #DecideHOY



**Conoce todo sobre
tu futura carrera**
Charlas y talleres de contacto
01 de julio



Campañas destacadas

Trabaja en Nestlé Perú

¡Para nosotros, tu seguridad es primero e innegociable! En el mes de mayo, retamos a nuestros colaboradores con la dinámica #SafeDriving, una evaluación que desafía las habilidades de manejo seguro a través de simuladores.



Trabaja en Nestlé Perú

Un equipo de trabajo diverso, es un equipo ganador 🏆 Cuéntanos, ¿qué habilidad aportas al tuyo para alcanzar el éxito? 🤔



Nestlé. A gusto con la vida

Con este friecito, provoca una cena calentita y nada mejor que una rica crema MAGGI. ¿Cuál prepararás tú hoy?



Nestlé. A gusto con la vida

Los frutos secos son perfectos snack a media tarde y nos brindan muchos beneficios para nuestra salud. Dale click a cada imagen y conócelos.



Nestlé. A gusto con la vida

¡Nada más dulce que los momentos en familiar! Este cheesecake de manjar acompaña perfecto esas charlas a media tarde. Conoce la receta, aquí: <https://goo.gl/3CzWru>





Reporte elaborado por adCuality. Julio 2017



www.adCuality.com