

# Tendencias Digitales Perú



# Qué es el IAB ? Y que rol cumple?

El 29 de agosto de 2006, un grupo de 5 empresas de la industria publicitaria en Internet (El Comercio, Grupo RPP, Páginas Amarillas, Peru.com y Terra Networks) fundaron el IAB Perú, asociación peruana sin fines de lucro. Su misión, fomentar el crecimiento de la inversión de la publicidad digital en el país y abogar por las buenas prácticas de la industria. Actualmente cuenta con 90 socios entre medios digitales, agencias, centrales de medios, anunciantes, empresas de tecnología, entre otros.

**1**

## **Fomentar**

el crecimiento de la inversión en publicidad interactiva en el país, consolidando digital dentro del mix de medios.

**2**

## **Fomentar**

la regularización y estandarización en las prácticas del sector, a través de la difusión de políticas adecuadas.

**3**

## **Impulsar**

la actividad de las empresas asociadas, como verdaderos motores del desarrollo de la publicidad interactiva y del sector de la Tecnología de la Información (TI) en el país.

**4**

## **Promover**

una cultura interactiva, educando y comunicando los beneficios de la publicidad y otras herramientas online.

**5**

## **Organizar**

congresos, conferencias, exposiciones, campañas de publicidad para difundir la labor de la publicidad y los medios en Internet.

**6**

## **Cooperar**

con otras organizaciones o entidades, nacionales o extranjeras en materia de medios, publicidad y contenidos en Internet.

# 2019

## Tendencias Digitales Perú

### 01 Audio / Voz

Altavoces inteligentes (Google Home, Amazon Echo, Sonos One , Apple Home Pod, etc) traen nuevas oportunidades para la publicidad.

### 03 Inteligencia Artificial

Con el crecimiento de las plataformas de texting/mensajería, los bots se vuelven una fuente relevante de entendimiento y oportunidad. Se dice que el 90% del tiempo en Mobile podría llegar a ser una plataforma Messenger, por lo que diseñar la través de Inteligencia Artificial hace que se convierta en herramienta indispensable para el crecimiento e conversaciones relevantes con las personas se convertirá e inversión en el futuro.

### 02

### Social Media

Crecimiento importante de la inversión en Social Ads, Las razones principales son la gran capacidad de segmentación de público y objetivos y el valor de un precio performance competitivo.

### 04

### Televisión Conectada

La gran demanda de televisores de última generación y el crecimiento de la conectividad en casa , hacen que el número crezca así como las oportunidades para conectarnos con las personas a través de las plataformas digitales que estas pantallas ofrecen.

# 2019

## Tendencias Digitales Perú

### 05 Gaming

Según un último estudio, ya el 76% de los entrevistados juega al menos una vez por semana, el 83% está entre los 18-35 años siendo 78% H (PlayStation) y 22% M (Smartphone). A través de la gamificación se busca transmitir de manera más efectiva el conocimiento de las marcas a través del juego y la experiencia.

### 07 Influencers

Los influencers generan relaciones emocionales con sus seguidores, siendo capaces de generar opinion, tienen capacidad de segmentación por categorías y lo más importante, hay interacción natural y de manera voluntaria.

### 06

### Regulación y Buenas Prácticas

Más trabajo regulatorio y oportunidad para las buenas prácticas.

### 08

### Programática

La publicidad se vuelve más efectiva y más personalizada buscando ofrecer mayor valor al usuario, usando notificaciones para mostrar contenido de interés. Buscando la integración del CRM, y el uso de móviles, habremos encontrado una mejor manera aún de trasladar publicidad relevante a la audiencia target.

# 2019

## Tendencias Digitales Perú

### 09 ECommerce

Algo más de US\$2,500 millones en ventas, los peruanos buscan inmediatez y su compra es móvil. (m-commerce). Debemos mejorar la oferta y la variedad de productos. Genera un incremento de tráfico y de inversión publicitaria..

### 11 IoT

Es el acceso importante a los datos del comportamiento de las personas (de manera voluntaria)

### 10

### Data /Analíticas/Medición

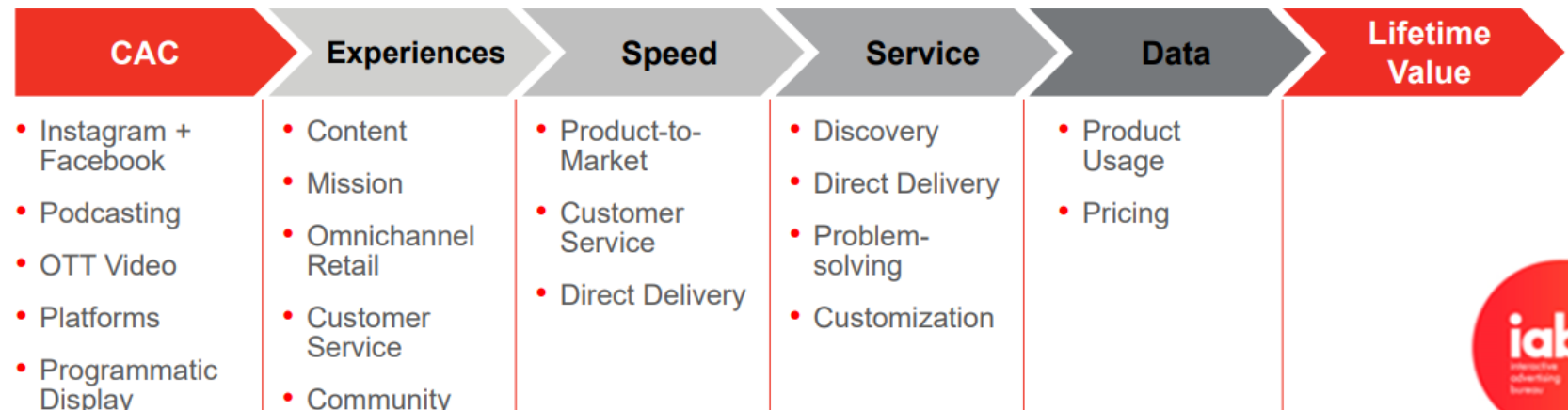
La búsqueda de información que sirva para ofrecer la mejor publicidad teniendo en cuenta el nuevo customer journey, implica el manejo de data (perfiles de audiencia únicos para identificar sus segmentos más valiosos y utilizarlos en cualquier canal digital). Si bien los anunciantes y las agencias han ido ganando experiencia en el uso de datos de las campañas, la realidad es que aún no han integración completa de datos (CRM por ejemplo) que puedan aprovecharse en el mundo digital.

# 2019

## Tendencias Digitales Perú

### 12 Del CAC (customer acquisition cost) al LTV (life time value)

En el nuevo funnel de ventas, tener claro que la publicidad debe: generar experiencias, a otra velocidad, ofreciendo servicios en base a la data.





# ¡Gracias!

Comités IAB Perú

Conozca las tendencias digitales de otros IABs en el Mundo:

<https://www.iab.com/news/b2b-marketing-insights-2019/>

<https://iabspain.es/iab-spain-presenta-las-tendencias-digitales-de-2019/>

<https://www.iabmexico.com/tag/tendencias/>

<https://iabtrends.cl/>

