

INVERSIÓN PUBLICITARIA DIGITAL 2019

Reporte preparado para la Interactive Advertising Bureau Perú
Lima, Marzo 2020

CONTENIDO

Hallazgos	3
Metodología	5
Resultados	7
Tendencias	14
Glosario	18
Sobre el IAB	21

HALLAZGOS



PRINCIPALES HALLAZGOS

- ▶ La inversión publicitaria digital creció 21% en el 2019.
- ▶ La publicidad digital de Video(+88%) y Social Ads(+13%) crecen en participación mientras que Display decrece (-31%).
- ▶ La compra de performance incrementa +31%.
- ▶ La inversión de la categoría Banca y finanzas sobrepasa la de Educación este 2019.
- ▶ Mobile abarca dos tercios de la inversión digital creciendo 34%.

METODOLOGÍA

METODOLOGÍA

INFORME DE INVERSIÓN PUBLICITARIA DIGITAL DEL IAB PERÚ

Contiene la información sobre inversión publicitaria compilada directamente de las empresas que venden publicidad online. Incluye todo el periodo del 2019.

Este reporte permite conocer la evolución de los ingresos en el tiempo y su distribución por tipo de formato y modelo de precio.

Se realiza de manera independiente por GRAM para el IAB Perú. La información es recibida por el IAB Perú con estricta confidencialidad y es entregada de manera cifrada a GRAM.

Agencias socias del IAB Perú que brindaron la información base de este informe: IPG MEDIABRANDS, GROUP M, HAVAS, PUBLICIS, CARAT, OMD, GRUPO P y ROQOTO.

Para la elaboración del informe se contrastó con los medios y anunciantes socios del IAB.

A fin de evitar la duplicación de datos, se procesa la información en una matriz entre las agencias y los medios contrastando ambos resultados.

El período de recolección de la información correspondiente al periodo 2019 fue del 27 de enero al 3 de marzo de 2020.

RESULTADOS

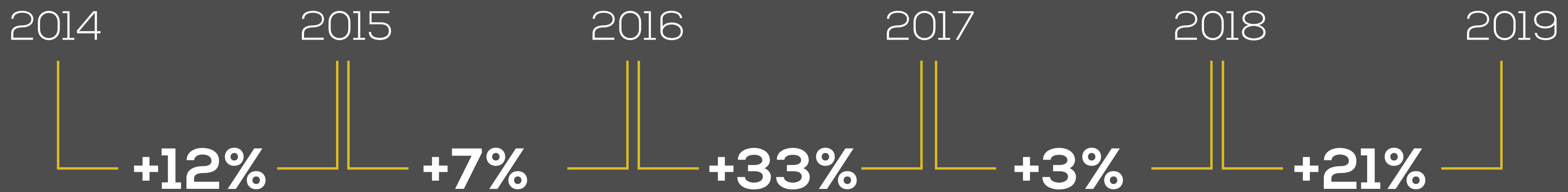


EVOLUCIÓN DE INVERSIÓN ANUAL

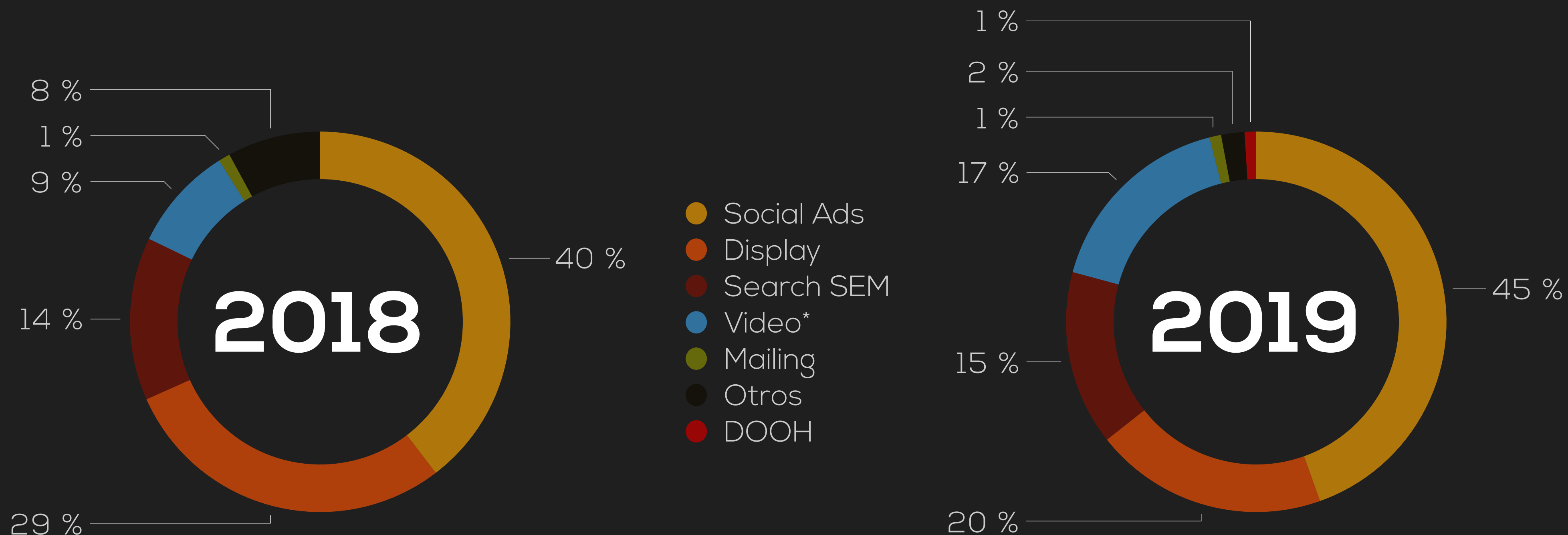
En Millones de dólares americanos



CRECIMIENTO ANUAL



COMPARATIVO DE **FORMATOS**



Destaca el crecimiento de **Video (+88%)** y **Social Ads (+13%)** mientras que decrece **Display (-31%)** respecto al año anterior.

*Video considera acciones de video fuera de redes sociales, incluye Youtube. Acciones de video en redes sociales están incluidas dentro de Social Ads.

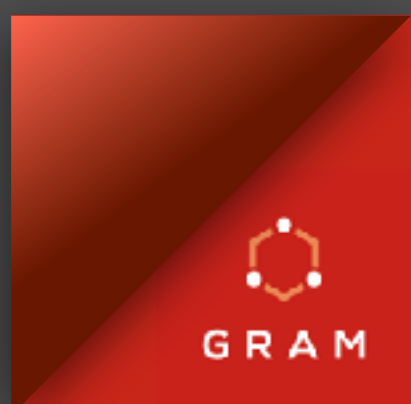


COMPARATIVO DE MODELO DE COMPRA

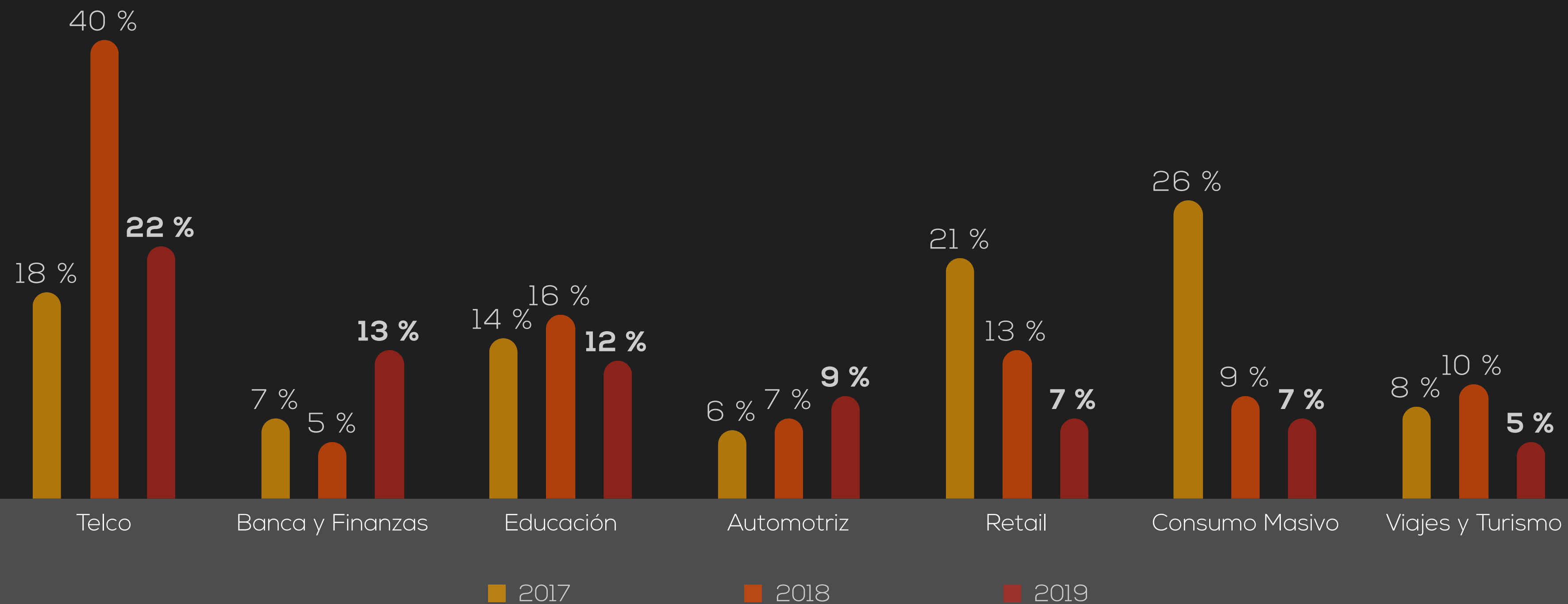


Mientras la modalidad de **CPM se mantiene**, la compra de **Performance incrementa +31%**.

* Performance incluye CPC, CPV, CPA y CPL
 + Branding incluye Fijo y Content



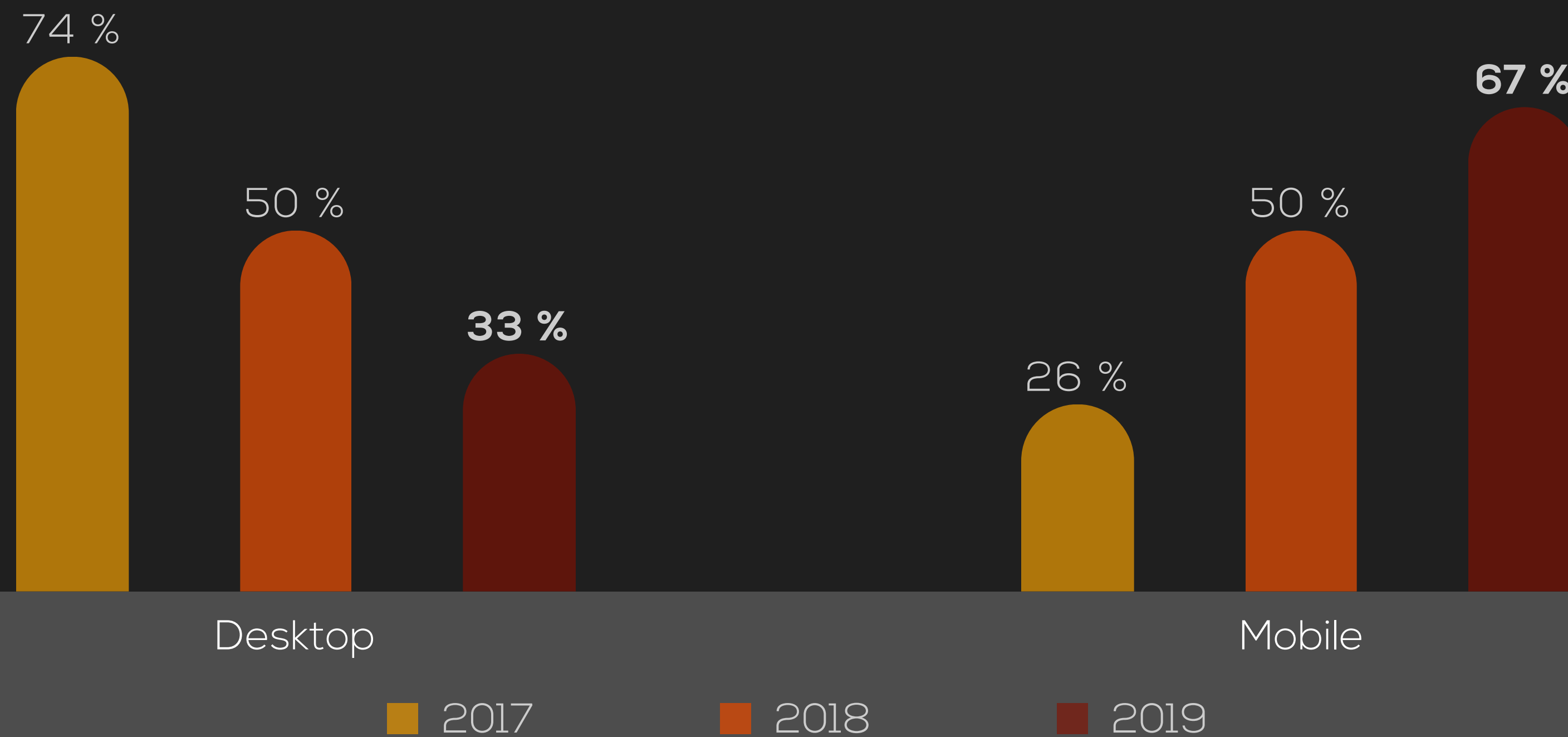
INVERSIÓN EN PUBLICIDAD DIGITAL POR CATEGORÍA DEL CLIENTE



La industria de Telecomunicaciones siguen siendo los principales inversores en medios digitales el 2019 incluso tras caer casi a la mitad, seguido por la categoría de Banca, que incrementa su participación en 160%.



INVERSIÓN SEGÚN MEDIO DE ACCESO



Desde el 2017 el Mobile ha logrado conquistar dos tercios de la inversión publicitaria respondiendo a la creciente penetración del Smartphones.



INVERSIÓN SEGÚN COMPRA PROGRAMÁTICA Y NO PROGRAMÁTICA

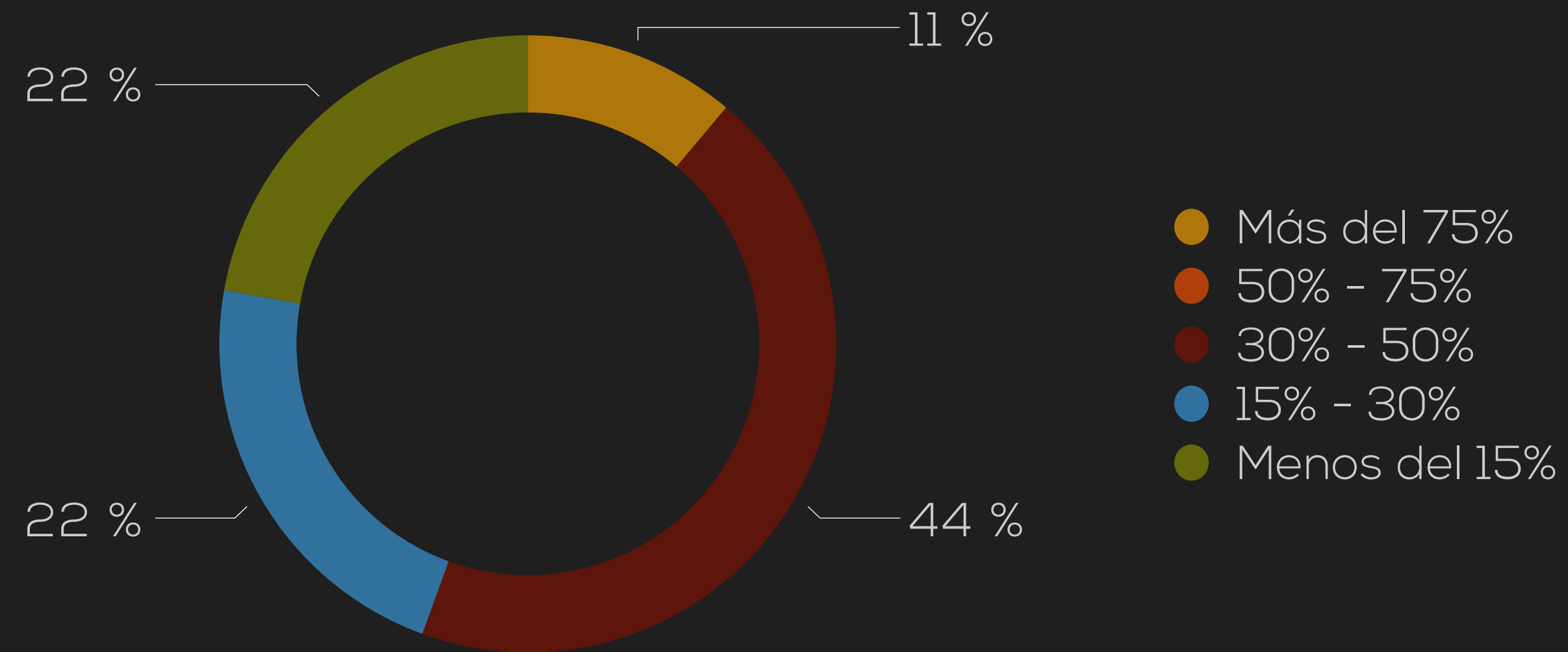


La compra programática detuvo el crecimiento y pierde 6 puntos porcentuales desde el 2018.

TENDENCIAS

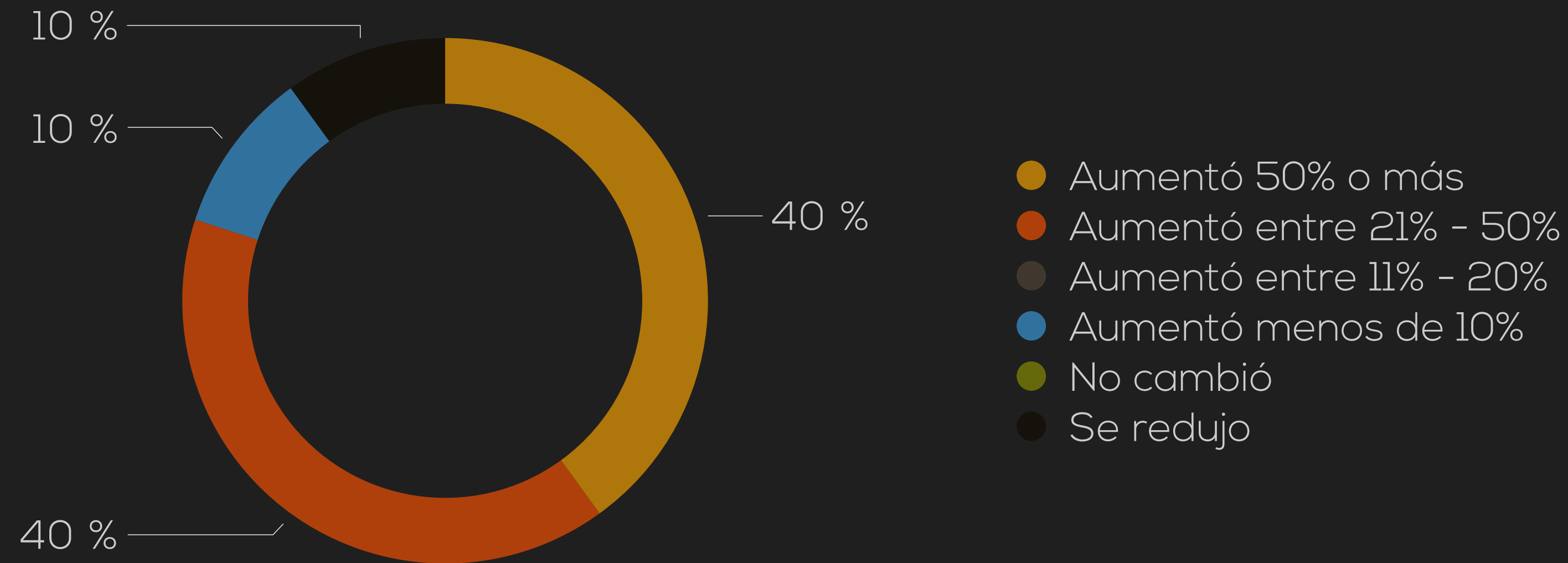


SHARE DE PUBLICIDAD DIGITAL EN LA INVERSIÓN TOTAL DE MEDIOS

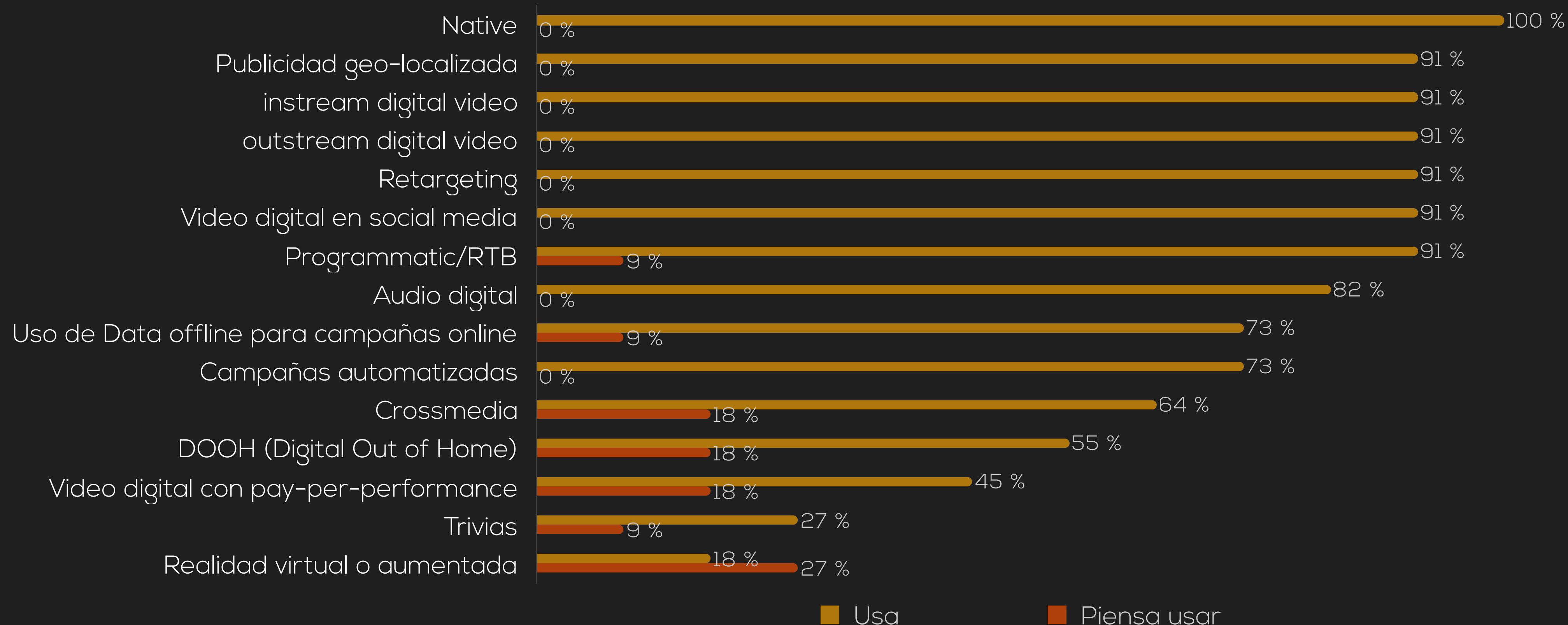


P: Aproximadamente, ¿Cuál es el share de la publicidad digital en su inversión total de medios?

VARIACIÓN DEL PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD DIGITAL 2018 VS 2019



P: ¿Cómo ha cambiado el presupuesto para publicidad digital de su o sus marcas en el último año?



TENDENCIAS DE USO DE NUEVOS FORMATOS

GLOSARIO



GLOSARIO DE MODOS DE COMPRA

CPM (Costo por Mil impresiones)

Precio fijo por una cantidad determinada de apariciones de una publicidad en un sitio web.

CPC (Costo por Click)

Precio que paga por anuncio cuando un usuario hace clic para obtener más información o para comprar un producto.

CPV (Costo por Vista)

Precio que paga por anuncios de video cuando los usuarios ven su video. Este tipo de interacción no considera el contenido interactivo, como los anuncios de video.

CPA (Costo por Adquisición)

Precio que paga por la realización de una acción específicamente definida por el usuario en respuesta a un anuncio. Las acciones incluyen transacciones de venta, captación de clientes o clicks.

CPL (Costo por Lead/contacto)

Precio que se paga una cantidad fija cada vez que se le envía un contacto calificado (por lo general a través de formularios consensuados entre el anunciante y el editor de la web o empresa de marketing online).

Compra Programática

Se refiere generalmente a la compra de publicidad digital a través del acceso automático y directo al inventario de los medios en tiempo real, apoyada por un fuerte soporte tecnológico y uso de datos para llegar a las audiencias correctas.

Performance

Performance es una estrategia para hacer publicidad enfocada en la compra de una acción específica. Se mide en acciones como pueden ser CPL, CPV, CPC o CPA.

Branding

El Branding es una compra enfocada en posicionar y exponer la marca. El objetivo de la publicidad es exponer la marca, generar awareness y posicionarla. El Branded Content y los anuncios Fijos son algunas formas de Branding y usualmente la efectividad se mide en CPM.

GLOSARIO DE **FORMATOS**

Social Ads	En Social Ads se comprende la publicidad digital realizada en los espacios de redes sociales (por ejemplo: Facebook, Instagram, etc). Este espacio incluye los videos como parte de la publicidad en redes sociales (como Watch)
Display	Los anuncios de Display contemplan imágenes o banners que se pueden encontrar en parte de una página web con espacios publicitarios. Estos espacios incluyen Rich Media y otros formatos que utilizan medios visuales para atraer a los usuarios durante su navegación.
Search SEM	Search es la publicidad enfocada en los resultados de búsqueda. El SEM (Search Engine Marketing) es un formato publicitario de compra de Keywords, principalmente Google Ads, para atraer a las personas que buscan contenido específico.
Video	Este formato contempla todos los videos publicitados en plataformas exclusivas de video como Youtube, así como videos promocionados en medios locales.
Mailing	Mailing es un formato publicitario de envío de correos electrónicos. Hay diferentes herramientas y plataformas para la generación y envío de emails.
DOOH	Digital Out of Home (DOOH) son los formatos de paneles publicitarios en la vía pública con movimiento, video o interacción digital.comercializados en plataformas de autogestión y/o programática

SOBRE EL IAB

SOBRE EL IAB PERÚ

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.



Asociación cuya sede principal se ubica en la ciudad de NY, USA y que agrupa a las empresas relacionadas con la publicidad interactiva en los principales mercados del mundo. Desde 1996, es responsable de fomentar el uso de Internet como herramienta de comunicación para las marcas e incentivarlas a aprovechar la efectividad de la publicidad en línea.

IAB tiene presencia en más de 44 países a nivel mundial y en nuestra región está en: México, Brasil, Uruguay, Colombia, Argentina, Ecuador, Chile y Perú.

SOCIOS DEL IAB PERÚ

En la actualidad IAB Perú cuenta con 90 socios



JUNTA DIRECTIVA DEL IAB PERÚ



Carlos Rojas
CEO
IPG Mediabrands



Sergio Armallo
Gerente General Prensa y News
Grupo el Comercio



Julian Coulter
Country Manager Perú
Google



José Hernández
Presidente
Gerente de América Digital



Ricardo Fortes
Gerente Comercial
RPP



Milagros Avedaño
Gerente General
Apoyo Comunicación



Fidel La Riva
CEO
Mindshare - Group M



Beatriz Hernández
Directora Ejecutiva



Clarisa Barco
CEO
Roqoto Advertising



Paul Thorndike
CEO
Wunderman Thompson Perú



Francisco Carvajal
CEO Cluster Pacífico
Kantar IBOPE Media



GRAM MARKETING

GRAM es una empresa enfocada en investigar, digitalizar, automatizar y desarrollar soluciones de negocio que permitan hacer un Marketing más ligero y simple. Desde la consultoría hasta el desarrollo de software y la ejecución.

www.by-gram.com



GramMkt



GramMkt



GramMkt



GramMkt

