

MUNDO DIGITAL

“PUBLICIDAD Y MEDIOS DIGITALES”



• Mundo Digital (2017):



9'350,000

de peruanos son usuarios digitales

(Se conectan a internet al menos 1 vez por semana)

• Publicidad en plataformas digitales vs. tradicionales

Asociación positiva
 Asociación negativa
 Asociación neutral

	TV	RADIO	IMPRESOS	REDES SOCIALES	YOUTUBE
CREDIBILIDAD					
FACILIDAD PARA ENTENDER					
EMPATÍA					
NO INVASIVA					

- La publicidad en **medios tradicionales** es más creíble.

- Los Millennials adultos y los baby boomers presentan **mayor atención a la publicidad** en TV, prensa escrita y radio.

- La publicidad en **medios digitales** genera más empatía y está acorde con la personalidad de la audiencia.

- Las redes sociales y YouTube **capitalizan la atención** de los millennials jóvenes.

• Recordación Publicitaria



• La **TV** sigue generando **mayor recordación** publicitaria.

• Sin embargo, las **redes sociales** y **YouTube** están cobrando mayor relevancia.

Las marcas cuya publicidad tienen **mayor recordación** son de las categorías: telecom, tiendas por departamento, supermercados, bebidas gaseosas, entre otras.

• Publicidad Online

Rubros de mayor interés para publicidad en internet



• ¿Sabías que...?

1. Los millennials tienen el **doble de disposición** de pago para evitar ver/oir publicidad online.

2. **Dos de cada tres** usuarios digitales de TV y smartphones **usan ambos** dispositivos en simultáneo. El contenido recibido de ambos generalmente no está relacionado.

3. El **45% de usuarios digitales** han realizado una compra en los últimos 6 meses impulsada por **publicidad online**.