



Marketplace de Publicidad

## II Estudio de **formatos publicitarios display**

01/06/2011



Internet



eBooks



Móvil



TV



Radio



Prensa



Revistas



Exterior



BTL



Internet



eBooks



Móvil



TV



Radio



Prensa



Revistas



Exterior



BTL



Internet



eBooks



Móvil



TV



Radio

# Introducción

## Objetivos del estudio

En Adpv hemos querido analizar el comportamiento de Anunciantes y Soportes en lo referente a **oferta y demanda de formatos de publicidad online**.

Aunque para la elaboración de este estudio se han utilizado únicamente **datos internos**, pretendemos que las conclusiones aportadas puedan servir para su extrapolación y así conocer el **estatus del mercado publicitario online en cuanto a formatos display se refiere**.

## Metodología utilizada en la elaboración del estudio

Para la elaboración de este estudio se han tomado como referencia **datos internos** de la actividad de Anunciantes y Soportes de Adpv desde su lanzamiento en abril de 2009.

Nº de Soportes analizados: 2.800

Nº de campañas analizadas: 1.855

Los **periodos** que han servido de guía en el presente estudio, y cuya evolución hemos analizado son:

**Primer periodo:** 1 de abril de 2009 al 31 de marzo de 2010  
**Segundo periodo:** 1 de abril de 2010 al 31 de marzo de 2011

# Introducción

## Tipos de banners disponibles en la actualidad y distribución

En Adpv **trabajamos con los formatos estándar de IAB** con el objetivo de adaptarnos a la progresiva estandarización que parece imponerse en el sector.

### Robapáginas

300x250 250x250 200x200

### Botón

120x60 125x125  
100x30

### Rasca- cielos

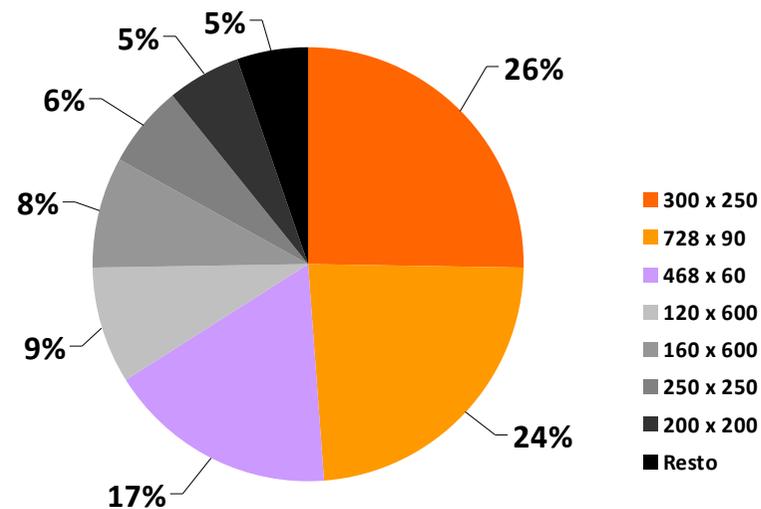
160x600  
120x600

### Banner y Megabanner

728x90 468x60

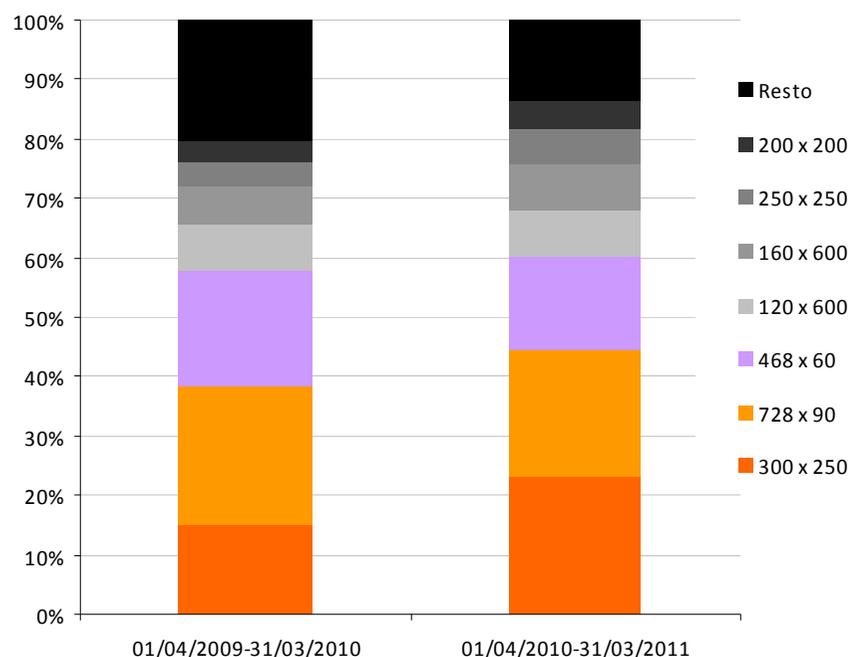
### Texto

120x250, 120x600, 125x125 160x600 180x150 300x250 336x28 468x60



# Variación por formato

## Oferta de formatos por parte de los Soportes



El formato con mayor oferta por parte de los Soportes en el primer periodo (728x90) pasa a la segunda posición sustituido por el **robapáginas 300x250**, un formato usado en el **24%** de los casos.

El **tercer formato más usado** por los Soportes es **468x60**. Se aprecia un llamativo descenso en el uso de este tamaño de banner por parte de los Soportes. Se apuesta por formatos más grandes y la prueba de ello es la inclusión de los nuevos formatos **900x90**, **234x90** y **300x600** por **IAB**, y pronto disponibles en Adpv.

Precisamente es en estos tres formatos donde se **concentran más del 60%** de las zonas de los Soportes.

El uso de **banners tipo botón**, queda relegado a casos aislados (poco más del 10% de los casos).

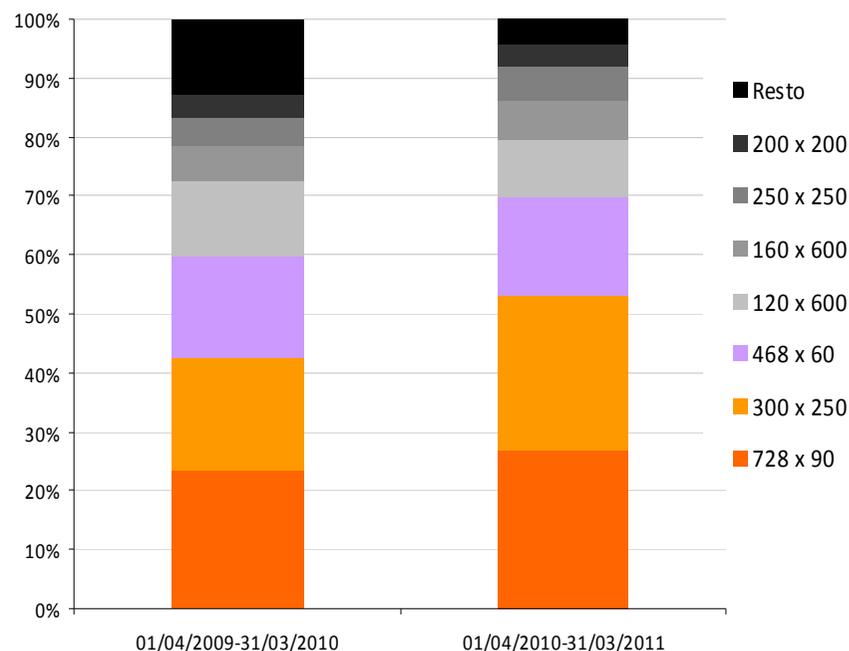
# Variación por formato

## Demanda de formatos por parte de los Anunciantes

El **formato de banner más demandado por los Anunciantes** es el **megabanner (728x90)**, seguido muy de cerca por el **robapáginas (300x250)**.

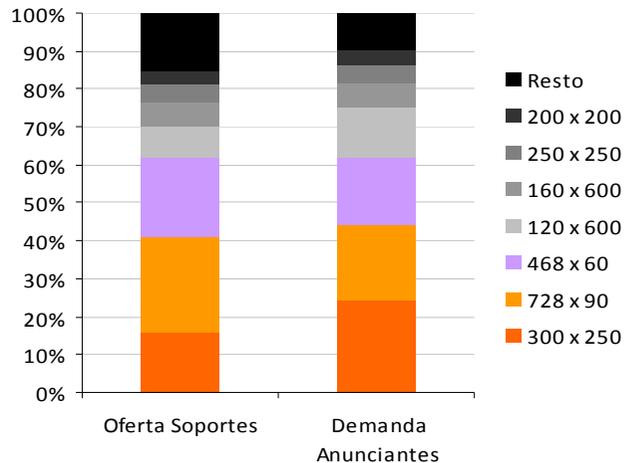
Si observamos la evolución de la demanda de los formatos, destaca el crecimiento de los dos formatos más utilizados que pasan de usarse en el 40% de las campañas a **superar el 50%**.

Esta evolución positiva de los formatos más demandados, repercute en un **decrecimiento de la demanda de formatos como 120x600 o 125x125**.



# Variación por formato

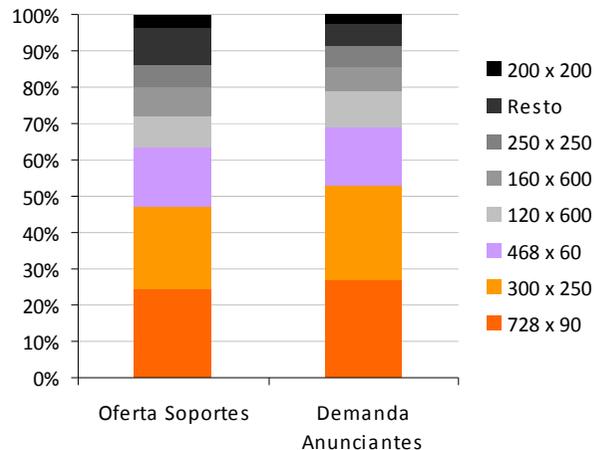
## Oferta vs. Demanda primer periodo



Si comparamos los datos del segundo periodo con los del primero, observamos un **buen "balance" entre la oferta y la demanda.**

Al analizar el formato más demandado en el primer periodo, observaremos que **apenas existía conexión entre el formato más demandado y el más ofertado**, ya que mientras los Anunciantes utilizaban en el 24% de sus campañas el robapáginas (300x250), los Soportes solo lo ofrecían en el 16% de los casos.

## Oferta vs. Demanda segundo periodo



En el periodo más reciente, se aprecia una mejora sustancial en este sentido, ya que, **la oferta y la demanda confluyen de una forma más o menos paralela**, mientras que en el primer periodo, destacaba la falta de respuesta por parte de los Soportes hacia la demanda de los Anunciantes.

# Formatos y categorías

## Categorías temáticas disponibles en Adpv en la actualidad

Adolescentes <b>NEW!</b>	Electrónica	Juegos	Entretenimiento
Adultos	Empresa	Libros	Regalos
Apuestas	Eventos	Marketing	Salud
Arte	Finanzas	Mascotas	Sociedad
Belleza	Fotografía	Moda	Solidaridad
Ciencia <b>NEW!</b>	Gastronomía	Motor	Tecnología
Cine	Hogar	Móviles	Tercera edad <b>NEW!</b>
Cultura	Humor <b>NEW!</b>	Música	Televisión
Deportes	Infantil	Naturaleza	Viajes
Educación	Internet	Noticias	

En la actualidad Adpv cuenta con un total de **39 categorías** temáticas que engloban **más de 2.800 Soportes** online.

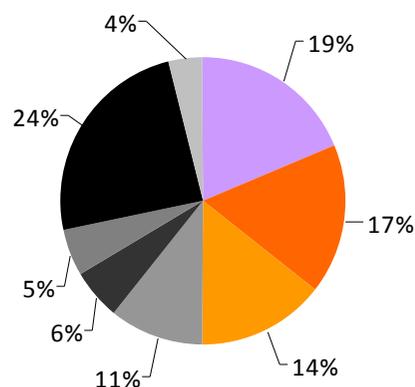
Las temáticas que más han crecido en número de zonas, y por lo tanto, en relevancia, son: **Marketing** (+194%), **Regalos** (+178%), **Moda** (+148%).

Por otro lado, las temáticas con mayor número de zonas en Adpv son **Juegos, Deportes y Tecnología**.

# Formatos y categorías

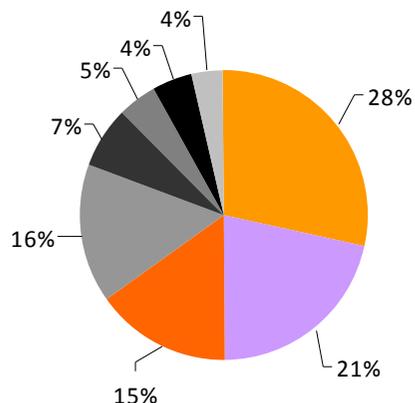
## Distribución por formatos de las categorías más relevantes

### Tecnología



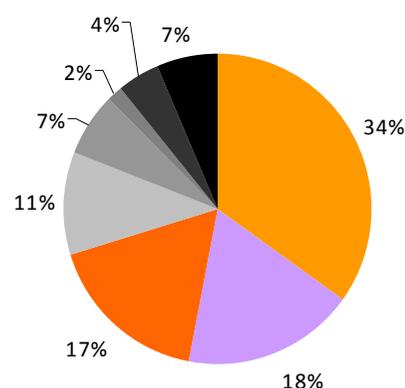
En la categoría Tecnología destacan con un **24%** los formatos más minoritarios empujados por la gran oferta existente del formato botón en el tamaño 125x125.

### Deportes



En la categoría Deportes, más del **75%** de los formatos se los reparten, por este orden, los formatos 728x90, 468x60, 300x2500 y 160x600.

### Juegos



Juegos destaca la **gran oferta del tamaño de banner 728x90**. De hecho, se queda a un punto de igualar a la suma de los dos siguientes, 300x250 y 468x60.



# Conclusiones

## Resumen de los datos analizados en el estudio

El formato de banner **más ofertado por los Soportes es el robapáginas**, concretamente el formato 300x250.

Hay **tres formatos que concentran más del 60%** de la oferta de los Soportes: 728x90, 300x250 y 120x600.

El uso de banners **tipo botón**, queda relegado a **casos aislados**.

El formato de banner **más demandado por los Anunciantes es el megabanner** (728x90), aunque seguido muy de cerca por el robapáginas (300x250).

Destaca el **crecimiento de los dos formatos más utilizados** que pasan de usarse en el 40% de las campañas display a superar el 50%.

Se observa un **buen "balance"** entre la oferta y la demanda de formatos de banner.

# Adpv, un producto de Conteneo

- **Conteneo** es una empresa que desarrolla e impulsa negocios innovadores en Internet. La trayectoria de Conteneo se **remonta a 2001**, año en el que comienza a posicionarse en Internet con **productos pioneros**.
- Conteneo agrupa una **amplia red de webs** propias y de terceros. En la actualidad cuenta con 12 proyectos web propios de temáticas diversas.
- **Adpv** es el marketplace de publicidad Conteneo. Se trata de una herramienta online que permite a los anunciantes acceder a: **más de 2.800 soportes online** (webs, blogs, Facebook Apps, aplicaciones para Android, etc.) segmentados en múltiples temáticas; 28 packs de eBooks (más de 675 obras); y más de **2.500 soportes offline** (televisión, radio, móvil, prensa, revistas, exterior y BTL). La combinación adecuada de todos estos soportes, permite desarrollar campañas publicitarias integrales que facilitan una segmentación optimizada por temática, geolocalización, modelo de negocio, etc..

The logo for Conteneo, featuring the word "conteneo" in a bold, red, lowercase sans-serif font. A small red square icon with a white outline is positioned above the letter 'o'.

Conteneo es miembro de:

The logo for the Interactive Advertising Bureau (IAB) Spain. It consists of the letters "iab" in a bold, orange, lowercase sans-serif font. Below it, in a smaller font, are the words "Interactive Advertising Bureau" and the website "www.iab-spain.net".The logo for Adigital, featuring a red circular icon with a white dot in the center, followed by the word "adigital" in a red, lowercase sans-serif font.

# Contacto

<b>Product Manager</b>	<b>Silbia González</b>	admin@adpv.com
<b>Account Executive</b>	<b>Eneko Quintana</b>	soporte@adpv.com
<b>Account Executive</b>	<b>Patricia Heras</b>	market@adpv.com
<b>Account Executive</b>	<b>Miren Pena</b>	cuentas@adpv.com

