



IAB Spain presenta la entrega del mes de enero del Observatorio de la publicidad digital, elaborado en colaboración con adjinn.



OBSERVATORIO DE LA PUBLICIDAD DIGITAL

ENERO 2021

Total campañas activas: 85.675

SECTORES	 share of voice	 marcas	 campañas
	Automoción	6,5 %	453
Portales	3,8 %	353	3.742
Distribucion	3,8 %	1.189	10.333
Finanzas	3,7 %	196	740
Telecomunicaciones	2,9 %	49	283
Editorial	2,9 %	273	10.157
Moda/Ropa	2,8 %	511	6.740
Ocio y Entretenimiento	2,5 %	339	981
Salud	2,5 %	484	1.212
Instituciones	2,2 %	265	584

FORMATOS SHARE OF VOICE

Splitscreen	11,3%	Megabanner	6,6%
Medium Rectangle	8,3%	Billboard	4,2%
Half Banner	8,2%	Square	3,7%

PLACEMENT



SECTORES

scroll	1er	2º	3er
Automocion	25,5 %	11,8 %	62,7 %
Portales	15,6 %	5,7 %	78,7 %
Distribucion	42,7 %	13,7 %	43,6 %
Finanzas	24,6 %	8,1 %	67,3 %
Telecomunicaciones	36,9 %	17,2 %	45,9 %
Editorial	32,2 %	12,3 %	55,5 %
Moda/Ropa	50,9 %	10,5 %	38,6 %
Ocio y Entretenimiento	46,8 %	10,9 %	42,3 %
Salud	34,7 %	8,8 %	56,5 %
Instituciones	56,4 %	13,2 %	30,4 %

**CAMPAÑAS
PROGRAMÁTICAS**

DISPOSITIVOS
utilizados por cada campaña

No programática	49%	Todos los dispositivos	28%
Parte programática	41%	100% Ordenador	45%
100% programática	10%	100% Móviles	27%

CONTEXTO GLOBAL

Automocion

tenis	motociclismo	futbol	motor
españa	coronavirus	video	opinion
mundo	musica	cultura	prensa

Si no visualizas correctamente este correo, por favor [pincha aquí](#)