

# Reporte de Publicidad Online



Chile  
Año 2016



## Características del reporte



Reporte de publicidad online elaborado por adCuality, herramienta de monitoreo de publicidad en tiempo real. El monitoreo y la actualización de la información en la plataforma se realiza las 24 hs del día, los 365 días del año.

### **Metodología**

Monitoreo de sitios mediante el empleo de un motor de trackeo y descarga de anuncios. Proceso de clasificación por medio del uso de un algoritmo predictivo con control humano al final del proceso.

La tecnología empleada por adCuality para el monitoreo no realiza click sobre los banners (tecnología limpia).

### **Alcance**

Pautas publicitarias en sitios locales, regionales y en adnetworks orientadas con IP local (Publicidad en red de Display).

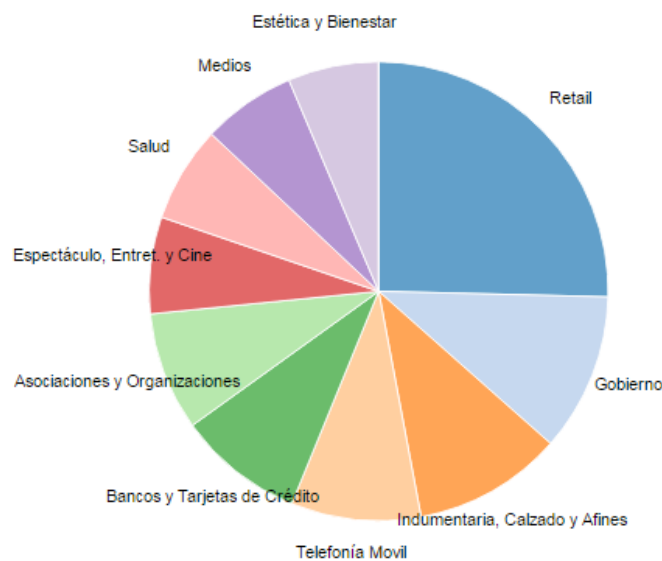
Para conocer más acerca del método de adCuality, ingresar a <https://customer.adCuality.com>.

## Algunas consideraciones

Todas las estadísticas expuestas en el presente informe están expresadas en porcentajes (%).

Dichos porcentajes son proporcionales a la cantidad de anuncios que adCuality ha encontrado y clasificado.

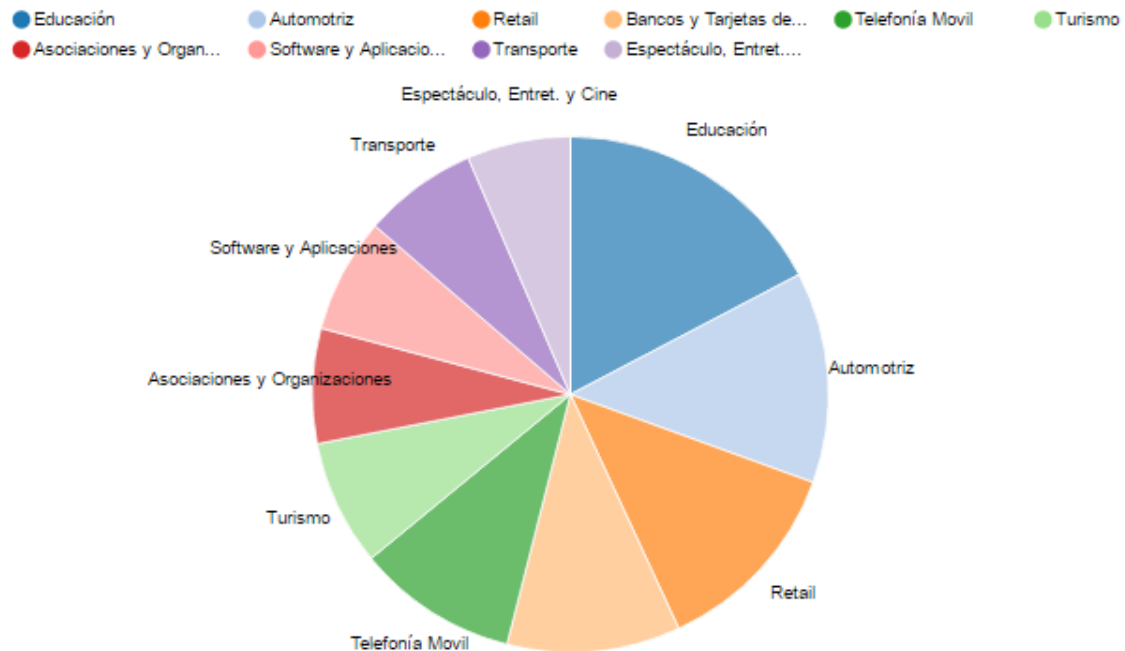
Por ejemplo: Si el 25% corresponde a la Industria «Alimentos», es porque el 25% de todos los anuncios encontrados, pertenecían a anunciantes de dicha Industria.



adCuality brinda métricas de cobertura, de share of voice. El SOV expresa, en términos porcentuales, la participación de un anunciante (medio, industria, etc) en relación con sus competidores, con el total de su sector o en relación con el mercado en su totalidad.

## Share de Industrias\*

SOV (Share of Voice) de las 10 principales industrias en publicidad online.



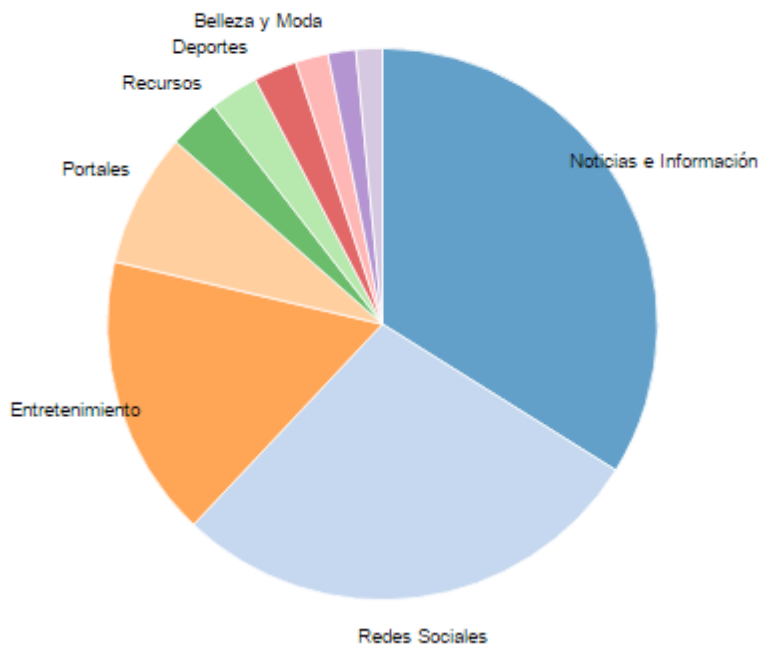
1	Educación	17.31%
2	Automotriz	13.23%
3	Retail	12.56%
4	Bancos y Tarjetas de Crédito	10.86%
5	Telefonía Movil	10.08%
6	Turismo	7.89%
7	Asociaciones y Organizaciones	7.22%
8	Software y Aplicaciones	7.20%
9	Transporte	7.18%
10	Espectáculo, Entret. y Cine	6.48%

\*Se Incluye información correspondiente a las 10 Industrias con mayor participación

## Categorías de medios

Porcentaje de participación de las 10 categorías de medios más elegidas por los anunciantes para pautar en publicidad online.

● Noticias e Informaci... 
 ● Redes Sociales 
 ● Entretenimiento 
 ● Portales 
 ● Recursos 
 ● Deportes 
 ● Belleza y Moda 
 ● Negocios y Finanzas 
 ● Clasificados 
 ● Comidas

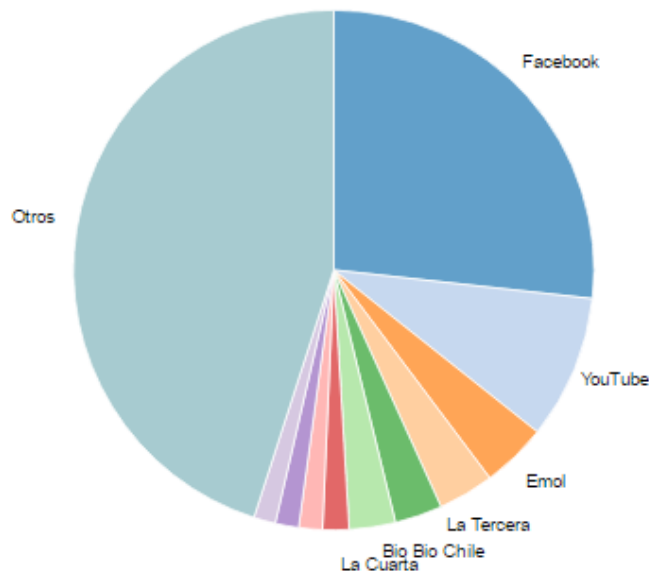


1	Noticias e Información	<div style="width: 33.89%;"></div>	33.89%
2	Redes Sociales	<div style="width: 28.16%;"></div>	28.16%
3	Entretenimiento	<div style="width: 16.60%;"></div>	16.60%
4	Portales	<div style="width: 7.84%;"></div>	7.84%
5	Recursos	<div style="width: 3.01%;"></div>	3.01%
6	Deportes	<div style="width: 2.85%;"></div>	2.85%
7	Belleza y Moda	<div style="width: 2.55%;"></div>	2.55%
8	Negocios y Finanzas	<div style="width: 1.92%;"></div>	1.92%
9	Clasificados	<div style="width: 1.64%;"></div>	1.64%
10	Comidas	<div style="width: 1.54%;"></div>	1.54%

## Share de Medios\*

Porcentaje de participación de los 10 medios más elegidos por los anunciantes para pautar en publicidad online.

● Facebook 
 ● YouTube 
 ● Emol 
 ● La Tercera 
 ● Bio Bio Chile 
 ● La Cuarta 
 ● 24 Horas (CL) 
 ● Yahoo 
 ● Terra 
 ● Msn 
 ● Otros

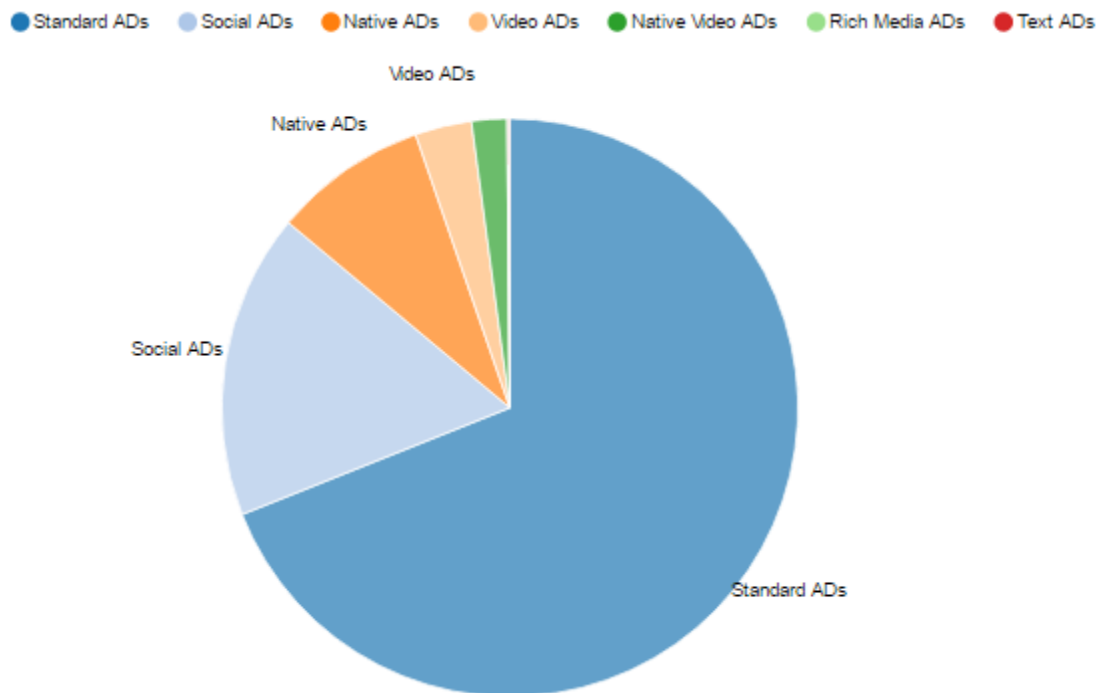


1	Facebook	<div style="width: 26.76%;"></div>	26.76%
2	YouTube	<div style="width: 8.93%;"></div>	8.93%
3	Emol	<div style="width: 4.07%;"></div>	4.07%
4	La Tercera	<div style="width: 3.47%;"></div>	3.47%
5	Bio Bio Chile	<div style="width: 2.95%;"></div>	2.95%
6	La Cuarta	<div style="width: 2.87%;"></div>	2.87%
7	24 Horas (CL)	<div style="width: 1.64%;"></div>	1.64%
8	Yahoo	<div style="width: 1.46%;"></div>	1.46%
9	Terra	<div style="width: 1.46%;"></div>	1.46%
10	Msn	<div style="width: 1.35%;"></div>	1.35%

\*La porción de otros corresponde a lo que va del puesto N°11 en adelante.

# Formatos de anuncios

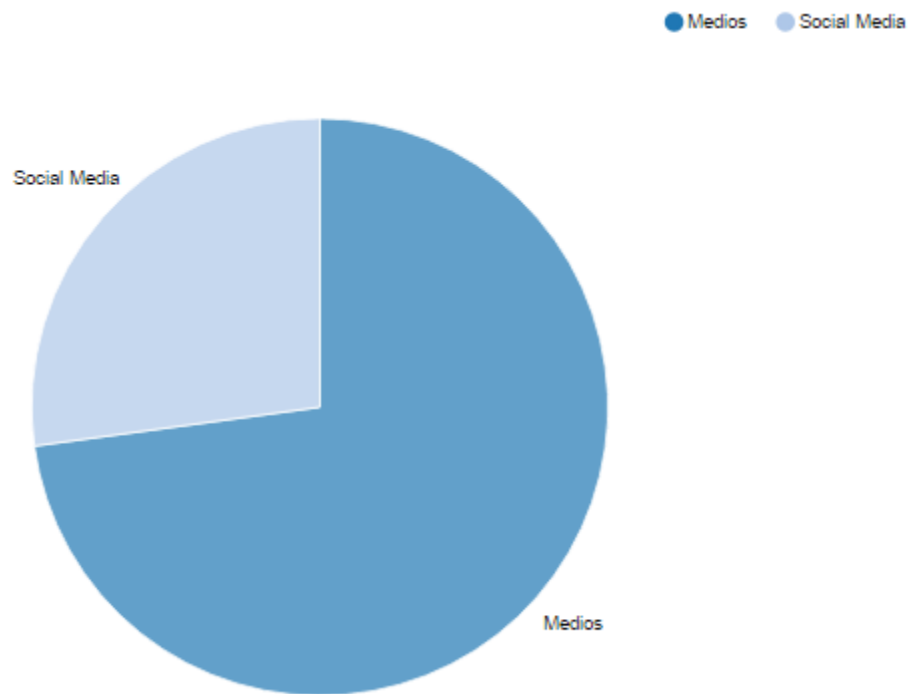
Distribución por formatos de la pauta publicitaria.



1	Standard ADs	68.99%
2	Social ADs	17.07%
3	Native ADs	8.65%
4	Video ADs	3.17%
5	Native Video ADs	1.98%
6	Rich Media ADs	0.07%
7	Text ADs	0.07%

# Plataformas

Distribución entre medios y redes sociales.



1	Medios	<div style="width: 72.85%;"></div>	72.85%
2	Social Media	<div style="width: 27.15%;"></div>	27.15%



## Conclusiones

### Industrias

La industria de Educación lidera el top ten con un SOV (Share of Voice) de 17,31% y una inversión de CLP 2.035.637.042 (peso Chileno), seguido por Automotriz con un SOV de 13,23% y una inversión de CLP 2.030.766.058 y Retail con un SOV de 12,56% equivalente a una inversión de CLP 1.494.993.071.

### Principales marcas por industria

Educación: Instituto Profesional IACC, Edx, Universidad Andres Bello, Universidad Adolfo Ibañez, INCAE Business School, Universidad de Chile.

Automotriz: Chevrolet, Peugeot, Hyundai, Nissan, Kia Motors.

Retail: Sodimac Homecenter, Tienda Falabella (Saga), Ripley, Tiendas Paris, AliExpress.

Telefonía Móvil: Movistar, Claro, Entel, Samsung Mobile, Wom Telefonía.

Bancos y Tarjetas de Credito: Banco BCI, Scotiabank, Banco Santander, Banco De Chile, Caja Los Andes.

### Categorías de Medios

Noticias e Información es la categoría de medios más elegida por los anunciantes. Representa el 33,89% seguida por Redes Sociales con un 28,16% y Entretenimiento con el 1,60%.

## Conclusiones

### Medios

Facebook y YouTube lideran el top ten de medios con el 26,76% y 8,93% respectivamente. Emol se ubica en el tercer puesto con el 4,07% seguido por La Tercera(3,47%) y Bio Bio (2,95%).

### Formatos

Standard ad sigue siendo el formato más elegido en publicidad online con el 68,99% de participación seguido por los Social ads (17,07%) y los Native ads (8,65%).

Para conocer más acerca del monitoreo que realiza adCuality ingresar a: <https://customer.adCuality.com>