

# Tradelab presenta un estudio sobre la madurez del mercado programático

## Los anunciantes y agencias esperan aumentar un 40% su inversión en programática de cara al próximo año

En 2018, el gasto en programática superó el 20% de la inversión total en publicidad digital de las marcas en España. Hoy día, el ecosistema online representa el 40% de los presupuestos de las marcas de publicidad.

Por esta razón, Tradelab ha realizado un estudio de mercado con la intención de analizar la evolución del mercado durante el año 2018. Los objetivos del estudio son, por un lado, evaluar el conocimiento de anunciantes y agencias frente a la compra programática y, por otro, validar las tendencias, sean a nivel de dispositivos y formatos con mayor inversión o de la progresión en las inversiones en el año.

Para los más interesados:

El 73% de los encuestados estima que su nivel de conocimiento respecto a la compra programática es alto, incluso muy alto.

Las capacidades de optimización han sido consideradas por el 62,50% de los encuestados como la mejor ventaja competitiva

3 de cada 5 encuestados consideran que la falta de profesionales que expliquen la compra programática es uno de los principales frenos a la hora de madurar.

Un 60% de anunciantes sondeados tiene pensado cambiar su modelo de atribución a corto plazo

En cuanto a los sectores más maduros en compra programática se encuentran el de la automoción, seguida de banca y seguros y medios y entretenimiento. Con respecto a los formatos, tras el display, Mobile es el segundo en el que se realizan más acciones.

La flexibilidad que aporta la compra de medios programática permite una optimización continua y es uno de los aspectos mejor valorados por anunciantes y agencias, mientras que siguen considerando que la transparencia es el aspecto más inquietante: los anunciantes aspiran a que la publicidad sea respetuosa con la imagen de la marca.

### Datos de contacto:

Anaïs Ferrández

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Software](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>