
COMSCORE, SELECCIONADO PARA LA MEDICIÓN DE LA AUDIENCIA ONLINE EN ESPAÑA

- Las Juntas Directivas de AIMC e IAB Spain han ratificado la resolución de la Mesa de Contratación Digital tras valorar las propuestas presentadas durante el mes de septiembre.
- El principal objetivo del concurso convocado por IAB Spain y AIMC es establecer una medición consensuada para la comercialización publicitaria con vistas a potenciar el desarrollo del negocio digital.
- Se procederá a la formación de un Comité de seguimiento correctamente imbricado con el comité de clientes de comScore

Madrid. 27 de octubre de 2011.- El Interactive Advertising Bureau ([IAB Spain](#)) y la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación ([AIMC](#)) han comunicado hoy, jueves, el fallo por el que se selecciona a comScore como empresa ganadora del concurso para conseguir un sistema de medición digital que sirva de referente para la compraventa publicitaria en el mercado español.

De acuerdo con esto, comScore es el operador recomendado para la medición online en España desde el 1 de enero de 2012 al 31 de diciembre de 2014, con una opción de extensión de este período por dos años (2015/2016). Nielsen y Kantar Media fueron las otras dos firmas que presentaron sus propuestas. Las asociaciones agradecen a los participantes las propuestas presentadas que en todo caso mejoran la situación actual.

IAB Spain y AIMC velarán por el desarrollo de los condicionantes técnicos comprometidos por el medidor, así como por el correcto funcionamiento y consenso de la medición online, de acuerdo con la importante labor desarrollada por los miembros de la Mesa de Contratación Digital, órgano encargado de la búsqueda de una solución de consenso para la medición de audiencias online en España.

Como principales valores, la propuesta de comScore ha resultado elegida por:

- Construcción de un panel de captación personalizada con representación de hogares sólo móvil.
- Solución censal que otorga libertad al mercado en la elección de la herramienta de analítica web.
- Metodología híbrida que aporta claridad y transparencia gracias al uso de una única fórmula, común y revisada al mes por site y que tiene en cuenta las cookie.
- Única propuesta que ofrecerá un dato diario hibridado en 2013.
- Sistema de seguimiento de la presencia publicitaria realizada sobre el panel, lo que permitirá conocer la audiencia de dicha actividad.



De acuerdo con lo establecido por IAB Spain y AIMC sobre la medición de audiencias *online*, comScore garantizará el cumplimiento de las siguientes recomendaciones:

- El universo de la medición deberá estar consensuado por el mercado, de forma que el operador de la medición use los referenciales que a tal fin el mercado ha establecido a partir del Estudio General de Medios (EGM).
- Utilización de la metodología híbrida, basada en la integración de las mediciones panel y censal, en el sistema de medición digital, de acuerdo a las necesidades del sector.
- Formación de un comité técnico de clientes con capacidad de intervenir en decisiones del mercado local.
- Compromiso del ofertante a ser auditado de manera independiente en las diferentes partes que conforman la medición.

Por último, se aprueba la creación de un Comité de seguimiento que vigile la implementación del calendario comprometido. Este Comité será un órgano de apoyo para el comité de clientes de comScore y, así mismo, difundirá el marco de condiciones técnicas y económicas comprometidas, siendo la responsabilidad final de la firma de los contratos exclusivamente de los agentes del mercado, clientes actuales y potenciales de comScore. Dentro de la labor de seguimiento se elevará un informe especial al final del primer año sobre el “estado de la cuestión”.

Sobre Interactive Advertising Bureau (IAB Spain)

El Interactive Advertising Bureau (IAB Spain) es la Asociación que representa al sector del marketing, la publicidad y la comunicación en medios digitales en España. Esta organización engloba a los diferentes actores del panorama publicitario online: agencias de medios, agencias creativas, anunciantes, soportes, redes, buscadores, consultoras, medios de comunicación y proveedores tecnológicos. El fin de IAB Spain, que en la actualidad cuenta con más de 140 empresas asociadas, se centra en impulsar el desarrollo del marketing y de la publicidad interactiva en España.

<http://www.iabspain.net>

Sobre la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 158 empresas asociadas, entre las que destacan los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados.

<http://www.aimc.es>