



## News Release

**El objetivo de este acuerdo es consolidar las bases del estándar de medición que solicita el Libro Blanco de Mediciones Digitales**

### **Nielsen Online incorporará los datos de EGM en su panel de audiencias**

Madrid, junio de 2009.– Nielsen Online ha alcanzado un acuerdo con la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), por el cual utilizará en su medición de panel los datos sobre la evolución de los usuarios de Internet del Estudio General de Medios (EGM) a lo largo del segundo semestre de este año.

De esta forma, el panel de medición de Nielsen utilizará los universos EGM como referencia, midiendo posteriormente la actividad de los internautas mediante su panel de medición de audiencias NetView, que actualmente cuenta con 30.000 individuos bajo medición en tiempo real.

De esta manera, la pregunta de cuántos internautas hay en España, o cómo se reparten por edad o sexo, tendrá una única respuesta. Por otro lado, permitirá las comparativas entre Internet y otros medios como televisión, prensa o radio, al emplear los mismos datos referenciales.

El objetivo de este acuerdo es que Internet se integre como un medio más en el mix de medios, aportando un dato consensuado sobre el uso de Internet en España, uno de los puntos que viene solicitando desde hace tiempo la Mesa de Mediciones Digitales y el Libro Blanco IAB/AIMC de medición de audiencias digitales.

Asimismo, esta iniciativa, impulsada de igual manera por el Comité de Clientes de Nielsen Online, se incorporará e implantará de manera automática en los próximos proyectos de medición que la compañía pondrá en marcha en el futuro.

Según el presidente ejecutivo de AIMC, Carlos Lozano, “este compromiso cumple con unos de los requerimientos demandados por el grupo que constituimos con IAB, y ratifica el papel del EGM como estudio de referencia para la investigación de medios y audiencias en el mercado español”.

Por su parte, el director general de Nielsen Online España, Gustavo Núñez, destacó que “este acuerdo es un importante paso para asentar las bases de una medición homogénea, que aporte una mayor claridad a los datos de audiencia de la red”. - “tanto agencias como anunciantes tendrán un referente común sobre el universo de internautas, lo que permitirá realizar mejores comparativas entre Internet y otros medios como la TV.”



**AIMC** es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 163 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. AIMC es miembro de "The International Association of Joint Industry Committee" (I-JIC). Para más información visite [www.aimc.es](http://www.aimc.es)

**Nielsen Online** es una división de The Nielsen Company, creada por la integración de Nielsen//NetRatings y BuzzMetrics, que proporciona servicios independientes de medición y análisis de audiencias online, informes sobre el consumo de vídeos online y anuncios, así como estudios sobre el comportamiento de los internautas y análisis de los contenidos generados por el propio usuario (*consumer generated media, word of mouth...*), etc. De esta forma, los servicios y productos de Nielsen Online proporcionan información específica a cada cliente con el fin de ayudar a las empresas a tomar decisiones críticas en sus estrategias de mercado en Internet. Para más información: [www.nielsen-online.com](http://www.nielsen-online.com).

**The Nielsen Company** es una compañía global de información y medios, líder en el mercado y con marcas reconocidas en el sector de información de mercados (ACNielsen), información de medios (Nielsen Media Research), medición y analítica web (Nielsen Online, integrada por NetRatings y BuzzMetrics), ferias comerciales y publicaciones profesionales (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). Esta compañía, de titularidad privada, tiene presencia en más de un centenar de países Su sede principal se localiza en Nueva York (EEUU). Para más información visite [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)