
COMSCORE, MEDIDOR MEJOR VALORADO EN EL CONCURSO PARA LA MEDICIÓN DIGITAL EN ESPAÑA

- La Mesa de Contratación para el concurso de medición de audiencias digitales ha considerado que la propuesta de comScore es la que mejor se adecúa a las actuales necesidades técnicas y económicas requeridas en la Petición de Ofertas de Servicios (RFP), habiendo obtenido la mayor puntuación de las ofertas presentadas.
- No obstante, la resolución final del concurso estará vinculada al compromiso del medidor para dar respuesta a una serie de exigencias propuestas por la Mesa de Contratación. Se abre, por tanto, un período de negociación entre los representantes de las asociaciones y comScore.
- El principal objetivo del concurso convocado por IAB Spain, AIMC y aea es establecer una medición consensuada para la comercialización publicitaria con vistas a potenciar el desarrollo del negocio digital.

Madrid. 11 de abril de 2018 - El Interactive Advertising Bureau ([IAB Spain](#)), la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación ([AIMC](#)) y la Asociación Española de Anunciantes ([aea](#)) han comunicado hoy, miércoles, a la Comisión de Seguimiento que se considera a comScore la empresa mejor valorada 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 que ha obtenido una mayor puntuación para la medición digital en España desde el 1 de enero de 2019 al 31 de diciembre de 2021, con una opción de prolongación de dos años (2022 / 2023). No obstante, la resolución final del concurso estará vinculada al compromiso del medidor para dar respuesta a una serie de exigencias propuestas por la Mesa de Contratación. Se abre, por tanto, un período de negociación entre los representantes de las asociaciones y el medidor de cara a establecer una hoja de ruta que determine el alcance y los plazos de cumplimiento de dichas exigencias.

NRV Alliance, Marktest-Gemius, InfOnline y Tritón fueron las otras firmas que presentaron sus ofertas. NRV Alliance y Marktest-Gemius han presentado propuestas muy competitivas, que han venido respaldadas por unas altas valoraciones, lo cual denota el atractivo del mercado español para la operación de la medición digital. Las asociaciones agradecen a todos los participantes las propuestas presentadas, que han ayudado a tener una visión más completa de la realidad de un mercado tan complejo como es el digital.

Las tres asociaciones agradecen, asimismo, la dedicación y profesionalidad de todos los miembros de la Mesa de Contratación, a lo largo de casi un año de intenso trabajo, e igualmente, de forma expresa, al coordinador Pepe Cerezo, director de la consultora Evoca.

Sobre Interactive Advertising Bureau (IAB Spain)

IAB Spain (Interactive Advertising Bureau) es la asociación que representa al sector de la publicidad, el marketing y la comunicación digital 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. Su objetivo principal se centra en impulsar el negocio digital y cuenta con casi 200 empresas asociadas. IAB Spain pertenece a la red internacional de IAB con presencia en 45 países.

<http://www.iabspain.es>

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>

Sobre la Asociación Española de Anunciante

La aea es la asociación profesional, sin ánimo de lucro, que representa a las empresas anunciantes para defender los intereses de las mismas en todo lo que afecta a la comunicación comercial; agrupa a más de 200 asociados, en su mayoría grandes empresas cuyas inversiones publicitarias suponen cerca del 60% en televisión, y más del 40% del total de medios.

<http://www.anunciantes.com/>