



Comunicado de prensa

Nielsen expande Digital Ad Ratings (DAR) para incluir la medición de dispositivos móviles

- *mDAR proveerá un análisis comprensivo e inmediato de las campañas publicitarias en medios digitales, incluyendo video y displays en iOS y Android.*
- *Con esta herramienta, Nielsen se coloca de nuevo a la vanguardia en mediciones digitales en México.*

Ciudad de México, a 9 de marzo de 2016 – Nielsen anunció que expandirá el alcance de la herramienta Nielsen Digital Ad Ratings (DAR) para incluir la medición de dispositivos móviles en México, con lo que suma a Alemania, Australia, Brasil, Francia, Italia y Reino Unido, países que ya cuentan con esta tecnología.

Digital Ad Ratings (DAR) provee un análisis comprensivo y casi inmediato -pues se produce al día siguiente- de las audiencias en Desktop y Mobile, de las campañas publicitarias digitales. Esta medición es comparable con la medición de *ratings* de televisión, donde Nielsen, a través del *joint venture* Nielsen IBOPE, es la empresa líder en México. La herramienta está sustentada en los más altos estándares de calidad que Nielsen ha desarrollado y que instrumenta en todos los mercados alrededor del mundo en donde existe DAR.

La expansión colocará a Digital Ad Ratings como la primera y única solución que mide las audiencias tanto en desktops, como en tabletas y teléfonos inteligentes, de manera que los usuarios contarán con una visión agregada multi-plataforma de sus audiencias sin que la información se duplique. mDAR, que incluirá videos y displays para plataformas iOS y Android, está disponible en México desde el 1° de marzo, la cual cuenta con el respaldo de la metodología de Nielsen y que sigue los lineamientos del U.S. Media Rating Council.

Con el rápido crecimiento de las plataformas móviles a nivel mundial, la medición de Digital Ad Ratings provee claridad a clientes que buscan tomar ventaja de la publicidad móvil. Por ejemplo, el análisis de este tipo de campañas en Estados Unidos de julio de 2014 a marzo de 2015, encontró que 49% de las campañas logran impactar a su público objetivo. En México, según datos del IAB, 68% de los internautas posee teléfonos inteligentes y 62% de ellos los utilizan para conectarse, por otro lado, 42% de los internautas posee tabletas y 35% de ellos las utilizan para conectarse, lo que habla de la importancia y relevancia que tienen los medios móviles en nuestro país.

En este sentido, Marino Jorquera, Director de Nielsen Digital en América Latina, señaló que “el rápido incremento en el uso de internet en dispositivos móviles es una tendencia mundial y México es parte de este fenómeno. En Nielsen nos enorgullecemos de proveer al mercado las mejores tecnologías y métricas precisas que les permitan medir, entender y actuar sobre el mundo digital y los consumidores que en él interactúan.”

Con respecto al lanzamiento, Armando Rodríguez, Vicepresidente y Director General de Yahoo LATAM, señaló que “en Yahoo, nos enfocamos en la creación de mejores experiencias móviles, incluyendo oportunidades de publicidad móvil que lleguen a los consumidores donde estén y ayuden a los anunciantes a obtener mayores niveles de participación, afinidad con la marca y conversión.” Y añadió, “la clave de estos esfuerzos son herramientas que proporcionan métricas precisas de las campañas. Estamos contentos de trabajar con Nielsen para ofrecer a nuestros clientes en México y en toda América Latina capacidades de medición móviles que respalden su trabajo con BrightRoll, la suite de servicios de Yahoo para la compra y venta programática de medios.”

Por su parte, Fernando Juárez, Managing Director de MediaMath en la región, comentó que “El lanzamiento de mDAR en México responde a una necesidad de un mercado que está madurando. Los anunciantes comprenden que la transformación digital en el ámbito de la publicidad y el marketing reflejados por el crecimiento de la adopción de la tecnología programática en el país, depende de una mayor capacidad para medir y analizar audiencias en todos los canales, tanto tradicionales como digitales. MediaMath y Nielsen son parte de la vanguardia en esta transformación.”

De igual modo, Lara Krumholz de DynAdmic comentó que “En DynAdmic entendemos la importancia de las estrategias en plataformas móviles para videos, por lo que nos entusiasma poder otorgar a nuestros clientes una medición precisa e imparcial de la audiencia impactada, tal como lo ofrece Mobile DAR para ayudar nuestros clientes a optimizar sus campañas de videos contextualizadas dentro de nuestra plataforma.”

**El servicio está disponible en México, a través de Nielsen y Nielsen IBOPE, joint venture de Nielsen e IBOPE Media.*

ACERCA DE NIELSEN

Nielsen N.V. (NYSE: NLSN) es una compañía global que proporciona una comprensión de lo que los consumidores ven (Watch) y compran (Buy). El segmento de Watch de Nielsen ofrece a los clientes de medios y publicidad, servicios de medición de audiencia Total Audience en todos los dispositivos en los que el contenido –vídeo, audio y texto- se consume. El segmento de Buy ofrece, a los fabricantes y los minoristas de bienes de consumo, la visión global de la industria del desempeño minorista. Mediante la integración de la información de los segmentos Watch y Buy, y otras fuentes de datos, Nielsen ofrece a sus clientes una medición de calidad mundial y análisis que ayudan a mejorar su desempeño. Nielsen, una compañía S&P 500, tiene operaciones en más de 100 países que cubren 90% de la población mundial. Para más información, visite www.nielsen.com

ACERCA DE NIELSEN IBOPE

Nielsen IBOPE (IBOPE AGB México, S.A. de C.V.) es una compañía líder en medición de audiencia de medios en México. Es el resultado de la fusión de Nielsen, la compañía que proporciona comprensión de lo que ven y compran los consumidores, con operación en más de 100 países; y el grupo IBOPE Media, líder en la medición de las audiencias y los consumidores en 13 países de Latinoamérica. Nielsen IBOPE estudia el comportamiento de los televidentes y radioescuchas, usuarios de Internet y la publicidad out of home, así como los hábitos del consumidor y estilos de vida de los mexicanos en las principales ciudades del país. Para más información, visite <https://www.nielsenibope.com.mx/>

Para mayor información a medios:

Jennifer Zamudio • Directora de Comunicación Externa, Nielsen LatAm • Jennifer.zamudio@nielsen.com

César Tapia • Nielsen Ibope • cesar.tapia@nielsenibope.com • teléfono (55) 5629-0620