

Se firma acuerdo entre Comscore y seis países de IAB en Latinoamérica para la realización de un estudio regional sobre CTV, OTT y Addressable Advertising

El acuerdo firmado entre comscore y las oficinas locales de IAB en Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay dotará a la industria de información relevante para una toma de decisiones más informada que optimice la inversión publicitaria sobre estas plataformas.

América Latina, 30 de junio de 2022. Comscore (NASDAQ:SCOR) y las oficinas locales de IAB en Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay anuncian un acuerdo de colaboración para realizar de un estudio que permita entender el estado actual sobre Connected TV (CTV), Over-the-top (OTT) y Addressable Advertising en los siguientes países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay. El estudio será el primero realizado por una medidora independiente que incluya una visión cualitativa y cuantitativa desde dos visiones: el consumidor final y los expertos de la industria.

El acuerdo con las diferentes oficinas de IAB de habla hispana permitirá generar un reporte que tendrá versiones públicas disponibles para los socios de IAB y en beneficio de toda la industria, para dotar a los generadores de contenido, a las marcas anunciantes y a sus agencias de información relevante sobre la percepción de estos servicios en la región, así como conocer las barreras de adopción, características de las ofertas actuales, casos de éxito, perfil de los usuarios y beneficios para las marcas.

«Para Comscore es muy importante la colaboración con IAB a nivel regional para hacer llegar información confiable y relevante a toda la industria de la publicidad digital sobre las características desde la perspectiva de la oferta y la demanda del consumo en distintas plataformas como CTV y OTT», mencionó Alejandro Fosk, SVP para América Latina en Comscore. «Agradecemos la confianza de los medios, anunciantes, agencias y patrocinadores en la región que respalda nuestro compromiso de generar datos valiosos enfocándonos en la calidad e independencia de la información para la toma de decisiones».

Olga Britto, Directora de IAB Colombia en representación de los capítulos de IAB (Argentina, Perú, Chile, Colombia, Uruguay) dijo que «IAB reconoce la necesidad de tener constantemente más y mejor información que permita conocer la adopción de nuevas tecnologías, así como de plataformas y formatos digitales que acompañen la comunicación de las marcas con los usuarios en la evolución de la industria de publicidad digital. La Televisión, uno de los medios más destacados en la historia de la publicidad, vive momentos trascendentales en la transformación de su propuesta de valor gracias a la convergencia de diferentes recursos tecnológicos; los cuales permiten compartir mensajes audiovisuales bajo un nuevo paradigma en el que podemos conectar a las marcas con la audiencia correcta de forma eficiente y oportuna, buscando que la comunicación sea personalizada y relevante».

Por su parte, Gabriel Richaud, Director de IAB México en representación de los capítulos de IAB dijo que «La participación de los países hispanoparlantes de IAB en Latinoamérica: Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay, como aliados estratégicos en este importante estudio, el primero en su tipo a nivel regional; ha contado con la retroalimentación de las Comisiones de Investigación en cada país,

para enriquecer el alcance de este proyecto, con la intención de que los insights que se obtengan sean de valor tanto para los socios de IAB así como un referente importante para todo el ecosistema de publicidad y marketing en la región».

Entre los auspiciadores de este estudio confirmados al momento se encuentran: SunMedia, Pluto TV/Paramount, Roku, Teads, TotalPlay, ShowHeroes, YouTube, Amazon Ads, TelevisaUnivision/ ViX, WarnerMedia, Samsung Ads, NBCUniversal, Globoplay.

Sobre Comscore

Comscore (NASDAQ: SCOR) es un socio de confianza para la planificación, transacción y evaluación de los medios de comunicación en todas las plataformas. Con datos que combinan inteligencia de audiencia digital, TV lineal, espectadores de cine y over-the-top (OTT) con conocimientos avanzados de audiencia, Comscore permite a los compradores y vendedores de medios cuantificar su comportamiento multipantalla y tomar decisiones de negocio con confianza. Un líder comprobado en la medición de audiencias digitales, televisivas y de la publicidad a escala, Comscore es la fuente emergente de terceros de la industria para una medición multiplataforma confiable y completa. Para saber más sobre Comscore, visite www.comscore.com

Sobre IAB

IAB (Interactive Advertising Bureau) es el principal organismo a nivel global que representa a la industria de la publicidad digital y marketing interactivo. Fundado en 1996 en Estados Unidos, actualmente tiene presencia en más de 47 países y regiones."

Comscore

Rodrigo Ceron

Comscore, Inc.

+52 55-6827-8330

prensa@comscore.com