

Normas Técnicas de Control para Marketing dinámico - Digital Signage (Pantallas Publicitarias Digitales)

EDICIÓN
NOVIEMBRE 2022

INDICE

Capítulo 1:	Conceptos y terminología empleados
Capítulo 2:	Solicitud de certificación
Capítulo 3:	Proceso de admisión al Control
Capítulo 4:	Determinación de las cifras de afluencia/tráfico
Capítulo 5:	Determinación de las cifras de audiencia
Capítulo 6:	Normas sobre los sistemas de recuento
Capítulo 7:	Determinación de otros datos o cifras
Capítulo 8:	Notificaciones del Cliente
Capítulo 9:	Validación y Justificación de la afluencia/tráfico/audiencia
Capítulo 10:	Publicación de las cifras de afluencia/tráfico/audiencia
Capítulo 11:	Otras aplicaciones de marketing dinámico
Capítulo 12:	Tratamiento automatizado de datos. Se sustituye por Anexo 1
Disposición final	
Anexo 1	Tratamiento automatizado de datos

Capítulo 1. Conceptos y terminología empleados

En las presentes Normas Técnicas de Control recogemos los conceptos que afectan a las métricas utilizadas en el control siguiendo las definiciones de la Asociación Americana de Publicidad Exterior Digital (Digital Place-based Advertising Association).

1.1. Conceptos

Marketing dinámico (Digital Signage): red de dispositivos o pantallas de video situadas en diferentes sitios con contenidos y publicidad específica.

Pantalla (Vehicle): soporte digital que puede incluir carteles digitales-electrónicos, *displays* o pantallas de distintos formatos (LCDs, pantallas de plasma, proyectores, *displays* de láser-fósforo y OLEDs) fuera del hogar.

Zona de la pantalla (Vehicle Zone): es el entorno físico o área física en la que una persona es capaz de ver y/o escuchar contenido de una pantalla específica y la publicidad situada en ella.

Atención (Notice): Contacto visual-auditivo detectado con la pantalla de una red de marketing dinámico

Afluencia: Total de personas presentes en un lugar, por período de tiempo.

Tráfico de la pantalla (Vehicle Traffic): El número de visitas con presencia en la zona de alcance de la pantalla, en un periodo de tiempo determinado.

Audiencia de la pantalla (Vehicle Audience): El número y tipo de personas expuestas a una pantalla, con oportunidad de ver un anuncio.

Audiencia publicitaria (Ad Audience): El número y tipo de personas expuestas a un anuncio, con oportunidad de verlo.

Audiencia publicitaria promedio (Average Ad Audience):: el número y tipo de personas expuestas de media a un anuncio. Para la mayoría de las redes es idéntico a la Audiencia unitaria promedio.

Audiencia unitaria promedio (Average Unit Audience): el número y tipo de personas expuestas de media a un contenido por unidad de tiempo igual al formato típico de anuncio.

Se calcula así:

Audiencia unitaria promedio = Audiencia de pantalla * (Tiempo de presencia / Tiempo de rotación del anuncio)

Cobertura: El número de personas expuestas a la red de pantallas durante un período determinado de tiempo.

Cobertura Neta: El número de personas distintas expuestas a la red de pantallas durante un período determinado de tiempo.

Frecuencia: Promedio de veces que una persona está expuesta a un mensaje, programa o red en un período de tiempo determinado.

Impresiones brutas: Total de exposiciones de un contenido con la audiencia al alcance de la red de marketing dinámico.

Total impresiones de anuncios: Suma de las exposiciones brutas de anuncios en la red marketing dinámico.

Promedio de impresiones de anuncios: Suma de las exposiciones brutas por pantalla para una programación de anuncios en la red marketing dinámico. Ver impresiones Brutas

Promedio de cobertura de anuncios: Cifra neta de personas expuestas en la red marketing dinámico durante un período determinado de tiempo. Ver Cobertura Neta.

Frecuencia de exposición a pantallas: Número de veces que un espectador fue expuesto a un pantalla.

Cobertura neta: Cifra neta de espectadores, de características especificadas, en la zona de la pantalla que observó la pantalla, durante un período de tiempo.

Tiempo de presencia (Dwell Time): tiempo en segundos que el espectador está situado en la zona de alcance de la pantalla.

Tiempo de atención (Gaze Time): tiempo en segundos que el espectador está en la zona de alcance de la pantalla con atención.

Tiempo de rotación anuncio (Ad Rotation duration): tiempo en segundos en que cambia el anuncio en la pantalla.

Evento: Acontecimiento con afluencia de personas que se celebra en un lugar en un período de tiempo preestablecido. Ej: Ferias, Congresos.

Lugar o emplazamiento: Ubicación de la red de pantallas de marketing dinámico.

Cobertura del Lugar: Cifra neta de visitantes al lugar durante un período de tiempo.

Frecuencia de visita al Lugar: Número de visitas por visitante al lugar durante un período de tiempo.

Tiempo de visita al Lugar: el tiempo transcurrido en el lugar durante el tiempo total de visitas.

1.2. Métricas principales afluencia/tráfico/audiencia

Aforo: Total de personas presentes en un lugar por unidad de tiempo, recontadas por un procedimiento verificable

Impacto: Ver impresión

Impresión: Exposición de un visitante a un contenido de una pantalla con atención durante un tiempo mínimo (normalmente 2 segundos). Es la métrica que define audiencia. Se utiliza la misma métrica para contenidos servidos en pantalla o anuncios (en este caso se traduce como contacto o **impacto**).

Duración media impresiones: tiempo medio de atención de una persona en la zona de la pantalla.

Duración media visitas: tiempo medio de presencia de una persona en la zona de la pantalla.

Visita: Presencia detectada de una persona en la zona de la pantalla o evento. Es la métrica que define el tráfico.

Visitante: Persona detectada en la zona de la pantalla o evento con sus características de perfil

1.3. Conceptos de OJDinteractiva

OJDinteractiva genera tres tipos de certificación:

- **Acreditación de afluencia**
- **Acreditación de tráfico**
- **Acreditación de audiencia**

Acreditación de afluencia

Documento que emite INTROL a través de su división OJDinteractiva periódicamente para certificar la afluencia a un lugar o conjunto de lugares en base a un sistema de recuento verificable, una vez verificados por el Equipo de Control, los datos de recuento declarados por el soporte para un período determinado.

Acreditación de tráfico

Documento que emite INTROL a través de su división OJDinteractiva periódicamente para certificar la presencia en una zona, un lugar o conjunto de lugares en base a un sistema de recuento verificable, una vez verificados por el Equipo de Control, los datos de recuento declarados por el soporte para un período determinado.

Acreditación de audiencia

Documento que emite INTROL a través de su división OJDinteractiva periódicamente para certificar la afluencia presencia con atención de un sistema de marketing dinámico en base a a un sistema de recuento verificable, una vez verificados por el Equipo de Control, los datos de recuento declarados por el soporte para un período determinado.

Comité Ejecutivo

Órgano de gobierno de INTROL.

Declaración del Cliente

A los efectos de las presentes Normas Técnicas de Control se asimila a los datos sobre afluencia, tráfico y audiencia registrados por un sistema de marketing dinámico.

Cliente

Propietario o licenciario de la red que comercializa espacios de publicidad mediante sistemas de marketing dinámico.

Informe de Auditoría

Documento que extiende y suscribe el auditor responsable del Equipo de Control, en el que se relacionan las verificaciones efectuadas, sobre los datos de recuento y el dictamen en que recoge su opinión sobre los mismos.

Capítulo 2. Solicitud de certificación

2.1. Para la certificación de la afluencia, tráfico y audiencia registrado por una red de marketing dinámico es condición necesaria que exista algún sistema de recuento que permita conocer las métricas durante el período de control.

2.2. A efectos de estas Normas Técnicas se establecen tres niveles de certificación en función de los datos obtenidos por el sistema de recuento:

2.2.1. Básico

Un evento o una red de marketing dinámico pueden obtener datos de recuento sobre la afluencia a un lugar o conjunto de lugares en fechas determinadas con motivos diversos. Pueden obtener **CERTIFICACIONES DE AFLUENCIA.**

2.2.2. Medio

La red de marketing dinámico puede obtener datos de tráfico o presencia de personas o vehículos detectada por un sistema de recuento en el lugar o una zona de cobertura de las pantallas. Pueden obtener **CERTIFICACIONES DE TRÁFICO.**

2.2.3. Alto

La red de marketing dinámico puede obtener datos de tráfico y audiencia (entendida como presencia atenta) detectada por un sistema de recuento en el lugar o la zona de las pantallas. Pueden obtener **CERTIFICACIONES DE AUDIENCIA.**

2.3. Tienen la consideración de sistemas de recuento válidos para los distintos niveles de certificación, los siguientes:

2.3.1. Sistemas de recuento entrada-salida (in-out) o similares

Determinados centros comerciales disponen en las entradas y salidas de dispositivos (cámaras cenitales u otros) para determinar en todo momento el aforo existente: personas dentro de la tienda. Este recuento se realiza de forma continua y permite saber con detalle algunos datos: personas que entran, que salen, adultos o niños, personas que salen sin compra, etc.

En otros casos sólo dispondremos de sistemas de recuento mecánicos (tornos) o de información de registro (inscripciones efectivas in situ). En estos casos dichos sistemas serán la fuente de datos para determinar el aforo.

2.3.2. Medidores de Tráfico por zonas o de vehículos

Determinados establecimientos comerciales establecen sistemas en zonas o pasillos que permiten un recuento de las personas que transitan por ellos. Se utilizan dispositivos similares a los sistemas de recuento *in-out*, pero complementados con otros de manera que podemos ver los recuentos por recorridos internos en una tienda.

En otros casos podemos tener un recuento de vehículos que transitan por una determinada zona en la que existe un dispositivo que realiza un recuento del tráfico de vehículos.

2.3.3. Medidores de Audiencia

Muchas redes de pantallas de marketing dinámico cuentan con dispositivos que permiten cuantificar (a una determinada distancia y en unas condiciones de luminosidad) las personas que están mirando con atención esa pantalla, así como sus características básicas (género, raza, edad, etc.). Estos sistemas hacen el recuento total de los individuos que tienen presencia y atención, de acuerdo con datos censales.

2.3. Homologación

Los distintos sistemas existentes aportan unas características determinadas que deben tener una homologación si queremos hablar de medición de afluencia, tráfico o audiencia propiamente dichos.

En la evaluación preliminar (ver art. 3.3.) se obtendrán las evidencias necesarias para determinar el grado de fiabilidad de los sistemas de recuento y su adecuación a las presentes normas.

Capítulo 3. Proceso de admisión al Control

3.1. Homologación del sistema de medición

3.1.1. INTROL admite la solicitud de prestación de servicios de todas las redes de marketing dinámico que cuenten con un sistema medición de la red homologado.

3.1.2. Para la homologación del sistema de medición será precisa la formalización de los requisitos siguientes:

- Solicitud del propietario de la red (o comercializador en España, en su caso).
- Realización de la auditoría del sistema por OJDinteractiva
- Satisfacer, en su caso, el importe establecido por INTROL

3.2. Solicitud de prestación de servicios OJDinteractiva

3.2.1. INTROL admite la solicitud de prestación de servicios para las redes de marketing dinámico que acrediten el cumplimiento de los requisitos exigidos en las presentes Normas Técnicas de Control.

3.2.2. Para tramitar la solicitud de prestación de servicios es preciso:

- 1º Acreditar la titularidad de la organización del evento o bien de la red de marketing dinámico
- 2º Depositar la garantía establecida en las tarifas vigentes en cada momento.
- 3º Aceptar las Normas Técnicas para el Control de marketing dinámico y eventos de INTROL.
- 4º Permitir el acceso a la estadística utilizada para el recuento de la afluencia/trafico/audiencia para verificar el cumplimiento de los requisitos de calidad exigibles.

3.2.3. Una vez cumplidos los requisitos anteriores, la solicitud se materializará mediante la firma del contrato de prestación de servicios entre INTROL y el Cliente solicitante

3.3. La Evaluación Preliminar

La Evaluación Preliminar es un conjunto de procedimientos de verificación que se realizan sobre los sistemas de medición del Cliente para determinar su adecuación a las Normas Técnicas de Control.

- 3.3.1.** El Cliente facilitará a INTROL detalle completo de centros, lugares, zonas y pantallas que forman parte de la red.
- 3.3.2.** El Cliente permitirá a INTROL analizar el sistema de recuento o estadística correspondiente al último mes completo (o bien último evento realizado).
- 3.3.3.** Durante la evaluación preliminar el Cliente prestará la colaboración necesaria para permitir a INTROL conocer adecuadamente el funcionamiento de los eventos o las redes de marketing dinámico que se desea certificar.
- 3.3.4.** El Cliente facilitará a INTROL toda la documentación necesaria para determinar la bondad de los sistemas de medición, así como sus características técnicas.
- 3.3.5.** El Cliente facilitará a INTROL la realización de pruebas de cumplimiento sobre la medición de las redes existentes para determinar el nivel de certificación correspondiente de acuerdo con las Normas Técnicas.
- 3.3.6.** Como resultado de la Evaluación Preliminar, INTROL informará al Cliente del nivel de certificación al que la red de marketing dinámico puede hacerse acreedor.

Capítulo 4. Determinación de las cifras de afluencia/tráfico

- 4.1. Para la correcta determinación de las cifras de afluencia-tráfico de las redes de marketing dinámico, el Cliente debe tener correctamente instalado un sistema de recuento que permita determinar:
 - Calendario de eventos
 - Total de individuos registrados para el evento
 - Total emplazamientos del evento recuento
 - Detalle de entradas-salidas
 - Datos personales de los individuos registrados (si existen)
- 4.2. Detalle de lugares con zonas y emplazamientos
- 4.3. Para cada lugar y zona:
 - Fecha y hora de apertura
 - Personal de seguridad y mantenimiento de servicio
 - Total visitas por franja horaria
 - Total acumulado diario
 - Características de perfil del visitante (si existen)
 - Sexo
 - Rango de Edad
 - Otros (en función del sistema analizado)
- 4.4. El Cliente pondrá a disposición de OJDinteractiva toda la información disponible sobre los procedimientos de obtención de los datos personales de individuos registrados así como aquella que acredite el cumplimiento de la legislación aplicable en esta materia

Capítulo 5. Determinación de las cifras de audiencia

- 5.1. Audiencia de redes de marketing dinámico
De acuerdo con las métricas definidas anteriormente, constituye la audiencia, la presencia con atención al soporte digital dinámico (pantalla)
- 5.2. Para la correcta determinación de las cifras de audiencia de redes de marketing dinámico, el Cliente debe tener correctamente instalado un sistema de recuento que permita determinar:
 - Total de pantallas, zonas y centros
 - Total de visitas e impresiones.
 - Promedio diario de visitas e impresiones.
 - Total de visitas e impresiones por cada día del mes.
 - Total de visitas e impresiones por cada día de la semana.
 - Total de visitas e impresiones por cada franja horaria.
 - Duración media de las visitas e impresiones
 - Distribución geográfica

- 5.3. Las pantallas, zonas y centros se determinarán en base a la información de recuento, siendo necesaria una identificación única para las pantallas de una misma red.
- 5.4. Las visitas por centro, zona y emplazamiento se determinarán en base a la información de recuento.
- 5.5. La duración media de las visitas se obtendrá al dividir para cada periodo el total de tiempo acumulado para las visitas entre el total de visitas.
- 5.6. La duración media de las impresiones se determinará al dividir para cada periodo el total de tiempo acumulado para las impresiones entre el total de impresiones.
- 5.7. La distribución geográfica se determinará en base a los códigos postales. Para cada una de las pantallas, zonas y centros, se facilitarán la identificación precisa del emplazamiento geográfico.

Capítulo 6. Normas sobre los sistemas de recuento

6.1. Normas generales

La instalación de los sistemas de medición debe realizarse por personas experimentadas y que establezcan las características técnicas precisas para obtener una medición de calidad.

Es evidente que la medición, a pesar de ser un recuento censal, va a tener limitaciones, salvables en algunos casos e inevitables en otros, que deben ser tenidas en cuenta para evaluar la fiabilidad de los datos de recuento de audiencia.

En todo caso, las mejoras técnicas en los dispositivos de recuento han de redundar en la mejora de la medición de audiencia del medio.

Debido a la multitud de sistemas existentes, se establecen unos requisitos mínimos para acceder a los tres niveles de certificación descritos en el art. 2.2.

6.2. Normas para la medición de afluencia/tráfico/audiencia

Para la correcta determinación de los datos de recuento el Cliente del mismo se asegurará del cumplimiento de las siguientes normas:

6.2.1. Normas Generales

- 6.2.1.1. El sistema debe estar implantado en toda la red de marketing dinámico.
- 6.2.1.2. Las características técnicas del sistema (limitación de alcance, luminosidad, etc.) constarán en la documentación descriptiva del mismo facilitada al auditor.

- 6.2.1.3. El sistema recogerá el detalle de los recuentos y detecciones por dispositivo (pantalla), zona y lugar con franja horaria completa.
- 6.2.1.4. La medición completa de las emisiones de contenidos y publicidad serán obligatorias en el sistema de reporte.
- 6.2.1.5. El Cliente almacenará obligatoriamente los datos de recuento con el máximo detalle de los últimos 3 meses y los acumulados diarios por 6 meses.

6.2.2. Normas Particulares

- 6.2.2.1. Todos los dispositivos (pantallas) dispondrán de un sistema de recuento fiable y monitorizable que permita determinar: presencia (visitantes), detecciones (tráfico) y tráfico atento (impresiones).
- 6.2.2.2. No computarán como audiencia las emisiones en pruebas o las correspondientes a franjas horarias en que el público no esté presente.
- 6.2.2.3. No computarán como audiencia las pantallas que se encuentren inoperativas por causas técnicas durante el tiempo de incidencia.
- 6.2.2.4. El sistema permitirá la extracción de muestras para las pruebas de auditoría.
- 6.2.2.5. El sistema facilitará los datos con el debido desglose, en particular geográfico: por lugar, zona y emplazamiento.
- 6.2.2.6. El sistema facilitará los datos de perfil obtenidos y el porcentaje de casos indeterminados
- 6.2.2.7. El sistema ofrecerá datos agregados horarios diarios para las métricas exigidas
- 6.2.2.8. El sistema facilitará las impresiones publicitarias (impactos o contactos) de forma separada
- 6.2.2.9. El sistema facilitará las impresiones publicitarias brutas por periodo de tiempo, así como el tiempo de rotación de los anuncios
- 6.2.2.10. El sistema facilitará los algoritmos para probar la obtención de los datos de perfil de audiencia, cuando éstos sean incluidos en la declaración.

Capítulo 7. Determinación de otros datos o cifras.

7.1. Datos de perfil de audiencia

Como un servicio distinto, en las Certificaciones emitidas se podrán incluir datos de perfil de audiencia de la red, si éstos han sido verificados y, en todo caso, siempre y cuando no se haga referencia a datos de carácter personal.

7.2. Justificación de los datos de perfil

Para la justificación de los datos de perfil de audiencia el Cliente deberá disponer de un sistema que permita la recogida de datos de perfil de cada uno de los dispositivos de la red.

7.3. Análisis de la obtención de los datos de perfil

7.3.1. Censal

El Cliente facilitará la documentación técnica que especifique el procedimiento de asignación de datos de perfil en base a los sistemas de reconocimiento facial u otros que se utilicen. También facilitará el tratamiento del *software* para los casos dudosos o erróneos.

7.4. Certificación de los datos de perfil

La certificación de los datos de perfil se incluirá como Anexo en las certificaciones de INTROL para las redes de marketing dinámico, que dispongan de dicha información.

Capítulo 8. Notificaciones del Cliente

- 8.1.** El Cliente de toda red de Marketing dinámico que tenga solicitados los servicios de control de INTROL acepta y facilitará la extracción de muestras de recuento diario.
- 8.2.** El Cliente garantiza que los datos de recuento al igual que cualquier otra información que sea puesta a disposición de INTROL, serán exactos, reales y actuales. Asimismo, garantiza que no vulnera derechos de terceros, tales como derechos de imagen, de privacidad, de intimidad, etc. INTROL no se hace responsable de las consecuencias derivadas de sus trabajos por incumplimiento del Cliente de lo dispuesto en este punto.
- 8.3.** El Cliente autoriza las subcontrataciones que sean necesarias para llevar a cabo el control de la afluencia/tráfico/audiencia, y autoriza la salida de la información garantizando los niveles de seguridad y confidencialidad adecuados.
- 8.4.** Cualquier incidencia técnica del sistema de recuento o hecho que deba ser destacado deberá ser comunicada a INTROL en las siguientes 24 horas.
- 8.5.** Una vez finalizado el control, INTROL bloqueará los datos de recuento recibidos así como toda información relacionada.
- 8.6.** El Cliente asume que la realización de pruebas de auditoría requiere de su colaboración activa y se compromete en este sentido.

Capítulo 9. Validación y justificación de la afluencia/tráfico/audiencia de las redes de marketing dinámico

9.1. INTROL emitirá mensualmente las Certificaciones para todas las redes de marketing dinámico que tengan contratado el servicio de control. Esta emisión se realizará a través de Internet.

9.2. INTROL publicará en su página web, en un apartado especial, el detalle mensual de las certificaciones de redes de Marketing dinámico controladas con las últimas cifras de afluencia/tráfico/audiencia verificadas. Dicho resumen debe presentarse de forma que facilite la información a los usuarios.

9.3. Las certificaciones se diferenciarán por las características de las redes y los datos de medición de que dispongan:

9.3.1. Certificaciones de Afluencia

9.3.2. Certificaciones de Tráfico

9.3.3. Certificaciones de Audiencia

9.4. Normas para la emisión de Certificaciones de Afluencia

9.4.1. El Cliente determinará el nombre del evento cuya afluencia se mide, sea Congreso, Feria, Encuentro sectorial, evento social, etc. En caso de tratarse de la afluencia registrada en una red de marketing dinámico, será el titular de ésta la quien determine el nombre de la misma.

9.4.2. El alta requerirá la realización de una Evaluación Preliminar para determinar:

- La existencia de un sistema de recuento auditable.
- La no duplicidad del recuento o limitación efectiva de acceso público.
- El cumplimiento por el Cliente de las obligaciones legales en materia de LSSI y LOPD.

9.4.3. La certificación de los datos de afluencia se realizará en función de los datos de recuento suministrados por el Cliente.

9.4.4. El Cliente facilitará a INTROL el detalle de los eventos de la misma naturaleza que integran la certificación y las fechas y lugares de todos los eventos.

9.4.5. Los datos de afluencia certificados serán los siguientes:

9.4.5.1. Para Eventos con periodicidad (Congresos, Ferias, etc.)

- Total asistencia
- Total visitantes
 - Total asistencia de pago
 - Total asistencia gratuita
 - Total otra asistencia
 - Expositores
 - Staff organización
 - Prensa
- Total de expositores
- M2 de exposición
- Fecha
- Periodicidad
- Próximo evento
- N° empresas participantes

9.4.5.2. Para Otros Eventos

- Visitantes totales y promedio diario
- Visitantes por día de la semana
- Visitantes por día del mes
- Visitantes por franja horaria
- Visitantes por zona (si disponible)

9.4.6. El contenido de la **Certificación de Afluencia** incluirá, además de los datos de identificación del Cliente y de lo expuesto en el art. 9.4.5.

- a. Opinión de auditoria
- b. Fecha

9.5. Normas para la emisión de Certificaciones de Tráfico

9.5.1. Los Clientes de marketing dinámico que deseen obtener una Certificación de tráfico deben solicitarla a INTROL con anterioridad al inicio del período de control que coincidirá con la periodicidad señalada en 9.1.

9.5.2. El alta requerirá la realización de una Evaluación Preliminar para determinar:

- La existencia de un sistema de recuento de tráfico.
- La efectividad de dicho sistema de acuerdo con las presentes Normas.

9.5.3. La certificación de los datos de tráfico de una red de marketing dinámico se realizará en base a los datos de recuento suministrados por el Cliente.

9.5.4. El Cliente de marketing dinámico facilitará a INTROL el detalle de los centros, zonas y pantallas que integran la red objeto de certificación, así como la fecha de incorporación de nuevas pantallas.

9.5.5. Los datos de tráfico certificados serán:

- Visitas totales y promedio diario
- Visitas por día de la semana
- Visitas por día del mes
- Visitas por franja horaria
- Visitas por zona (si disponible)

9.5.6. El recuento del tráfico se realizará con los dispositivos de recuento integrados en la red de marketing dinámico generando un registro completo que permita el análisis completo de la actividad registrada por la red.

9.5.7. El contenido de la Certificación de Tráfico incluirá, además de los datos de identificación y del Cliente

- a. Total pantallas de la red
- b. Total zonas y centros
- c. Duración media visitas
- d. Total y promedio diario de visitas
- e. Opinión de auditoria
- f. Fecha

9.6. Normas para la emisión de Certificaciones de Audiencia

9.6.1. Los Clientes de marketing dinámico que deseen obtener una Certificación de audiencia deben solicitarla a INTROL con anterioridad al inicio del período de control que coincidirá con la periodicidad señalada en 9.1.

9.6.2. El alta requerirá la realización de una Evaluación Preliminar para determinar:

- La existencia de un sistema de recuento de audiencia.
- La efectividad de dicho sistema de acuerdo con las presentes Normas.

9.6.3. La certificación de los datos de audiencia de una red de marketing dinámico se realizará en base a los datos de recuento suministrados por el Cliente.

9.6.4. El Cliente de marketing dinámico facilitará a INTROL el detalle de los centros, zonas y pantallas que integran la red objeto de certificación, así como la fecha de incorporación de nuevas pantallas.

9.6.5. Los datos de audiencia certificados serán:

- Visitas e impresiones totales y promedio diario
- Visitas e impresiones por día de la semana
- Visitas e impresiones por día del mes
- Visitas e impresiones por franja horaria
- Visitas e impresiones por zona (si disponible)

- 9.6.6.** El recuento de audiencia se realizará con los dispositivos de recuento integrados en la red de marketing dinámico generando un registro que permita el análisis completo de la actividad registrada por la red.
- 9.6.7.** El contenido de la Certificación de Audiencia incluirá, además de los datos de identificación y del Cliente
- a. Total pantallas de la red
 - b. Total zonas y centros
 - c. Duración media visitas
 - d. Duración media impresiones
 - e. Total y promedio diario de visitas
 - f. Total y promedio diario impresiones
 - g. Opinión de auditoría
 - h. Fecha

Capítulo 10. Publicidad de las Cifras de afluencia/tráfico/audiencia

10.1. Publicidad de las cifras de afluencia/tráfico/audiencia pendientes de control: los datos de recuento

10.1.1. Los datos de recuento diario, al estar pendientes de certificación se consideran provisionales, pudiendo los Clientes hacerlos públicos con indicación de esta circunstancia. Deberán llevar obligatoriamente la mención “**Pendientes de Control OJDinteractiva**”.

10.1.2. Dado que es el Cliente quien facilita los datos de recuento, INTROL no se hace responsable de la cesión de esta información a terceros por parte del Cliente.

10.1.3. Los datos de recuento que los Clientes hagan públicos deberán ser ciertos, correctos y exactos. Tendrán la consideración de Declaración del Cliente los datos de afluencia/tráfico/audiencia de aplicaciones que los Clientes hagan públicos.

10.2. Publicidad de cifras de afluencia/tráfico/audiencia certificadas por OJDinteractiva

10.2.1. OJDinteractiva, en su página web, incluirá en un apartado específico el resumen actualizado de los controles de las redes de marketing dinámico.

10.2.2. Ningún medio electrónico puede amparar con el emblema, siglas o nombre de INTROL u OJDinteractiva datos o cifras que no figuren expresamente en las Certificaciones emitidas para Afluencia, Tráfico y Audiencia.

10.3. Publicidad de las cifras de afluencia/tráfico/audiencia por el Cliente

10.3.1. El Cliente de redes de Marketing dinámico controladas por INTROL podrá hacer uso de las cifras contenidas en las Certificaciones expresando la afluencia/tráfico/audiencia de forma clara y citando a OJDinteractiva como fuente.

10.3.2. Las comparaciones que realicen los Clientes sobre sus cifras de afluencia/tráfico/audiencia certificadas se atenderán a los datos efectivamente publicados en las certificaciones emitidas por INTROL.

10.3.3. En ningún caso pueden compararse las cifras de afluencia-tráfico-audiencia con las de otros datos certificados por INTROL.

10.3.4. Queda expresamente prohibido a los Clientes comparar sus cifras de afluencia/tráfico/audiencia con las de otras redes de Marketing dinámico, aún bajo la fórmula de hipótesis anónimas, cuando los datos comparados no correspondan a los mismos períodos o conceptos, o cuando se hagan intervenir en la comparación de factores ajenos a las propias cifras de afluencia/tráfico/audiencia.

Capítulo 11. Otras aplicaciones de marketing dinámico

- 11.1.** Se considera que pueden parecer otras aplicaciones similares a las descritas y que requieran certificación por parte de OJDinteractiva.
- 11.2.** La solicitud de prestación de servicios y la determinación de su afluencia/tráfico/audiencia se realizarán de acuerdo con lo previsto en las presentes Normas Técnicas de Control.
- 11.3.** El tratamiento de dichas aplicaciones en tanto que no se aprueben normas específicas se realizará por analogía conforme a las presentes normas.
- 11.4.** Certificaciones de campañas publicitarias
 - 11.4.1.** El Cliente, como un servicio adicional, puede solicitar la certificación de los anuncios servidos en la red de marketing dinámico para una determinada campaña.
 - 11.4.2.** Esta certificación se realizará de acuerdo con las presentes Normas Técnicas en lo relativo a la disponibilidad de los datos de recuento y pruebas de auditoría específicas.
 - 11.4.3.** La justificación de la campaña se basará en los datos de recuento registrados por el sistema de gestión dinámica de la parrilla de contenidos en la red del Cliente para el periodo en que la misma estuvo activa.
 - 11.4.4.** Este servicio se realizará bajo demanda.

Capítulo 12. Tratamiento automatizado de datos

Se sustituye por el Anexo 1.

DISPOSICIÓN FINAL

Estas Normas Técnicas de Control han sido aprobadas por el Comité Ejecutivo de fecha 18 de octubre de 2022 y ratificadas por el Consejo de Administración del 17 de noviembre de 2022 de INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A.

ANEXO 1

TRATAMIENTO AUTOMATIZADO DE DATOS

1. Protección de datos de carácter personal

El tratamiento de datos de carácter personal que, como consecuencia de las actividades necesarias para la ejecución de los trabajos que INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. debe llevar a cabo con la finalidad de prestar los servicios regulados en estas Normas Técnicas, se regirá conforme a la legislación vigente en materia de protección de datos personales y, en particular, según lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos o RGPD en adelante), así como en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (en adelante, LOPDGDD).

2. Acceso a datos por cuenta de terceros

INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. llevará a cabo el acceso y tratamiento de los datos de carácter personal incluidos en las fuentes de información facilitadas por el Editor y de los cuales el Editor será RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO de conformidad con el artículo 4.7 del RGPD para la prestación de los servicios regulados en estas Normas Técnicas, por lo que INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A., se configura como ENCARGADO DEL TRATAMIENTO, tal y como lo define el artículo 4.8 del RGPD.

3. Identificación de la información afectada

Para la ejecución de las prestaciones derivadas del cumplimiento del objeto de este encargo, el responsable del tratamiento, pone a disposición de INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A., encargado del tratamiento, la información que se describe a continuación:

- Colectivos de interesados: Asociados o miembros, Personas de contacto, representantes legales, Clientes y usuarios.
- Datos personales: identificativos (dirección, correo electrónico, teléfono, nombre y apellidos) y otros datos de carácter personal (información comercial, detalles del empleo, información económico, financiera y de seguros)

4. Tratamiento de datos de carácter personal

Los tratamientos a realizar consisten en: recogida, registro, estructuración, comunicación, difusión, supresión y destrucción.

INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. tratará los datos únicamente para la prestación de los servicios regulados en estas Normas Técnicas cumpliendo, en todo momento, con las instrucciones del Editor. INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. no aplicará los datos personales ni utilizará dichos datos con un fin distinto al que figura en estas Normas Técnicas, ni siquiera para su conservación a otras personas, salvo en el supuesto de subcontratación de servicios regulado en el apartado Subcontratación.

En el caso de que INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. destine los datos a otra finalidad, los comunique o los utilice incumpliendo las presentes normas sobre protección de datos de carácter personal, será considerado, también, responsable del tratamiento, respondiendo de las infracciones en que hubiera incurrido personalmente.

5. Entrega de datos de carácter personal

La entrega de los datos de carácter personal a INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. se realizará mediante el acceso de ésta última a las fuentes de información descritas en estas Normas Técnicas.

El Editor autoriza a INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. a llevar a cabo el tratamiento de los datos de carácter personal a los que acceda fuera de los locales equipos y sistemas del Editor; asimismo, el Editor autoriza la entrada y salida de los soportes que contengan datos de carácter personal responsabilidad del Editor fuera de los locales de INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. cuando sea necesario para la ejecución de los servicios contratados.

6. Obligaciones del Responsable del tratamiento

Corresponde al Editor (Responsable del Tratamiento):

- a. Permitir al encargado el acceso a los datos e información personal a los que se refiere el apartado de Identificación de la información afectada, en orden a la adecuada prestación de los servicios a los que se refiere estas Normas Técnicas.
- b. En caso de que legalmente resulte exigible, realizar una evaluación del impacto en la protección de datos personales de las operaciones de tratamiento a realizar por el encargado y, asimismo, si fuera necesario, formular ante la autoridad de control las consultas previas que corresponda, informando y dando las precisas instrucciones de tratamiento al encargado en relación a aquellas cuestiones o situaciones que pudieran suponer y/o implicar la necesaria adopción por éste de específicas medidas en desarrollo de esta Norma Técnica.
- c. Velar por el correcto cumplimiento de la normativa vigente por parte del encargado.
- d. Supervisar y controlar el tratamiento efectuado por el Encargado en ejecución de este Acuerdo, incluida la realización de inspecciones y auditorías

7. Obligaciones del Encargado del Tratamiento

De conformidad con el artículo 28 del RGPD el encargado del tratamiento (INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A.) y todo su personal se obliga a:

- a. Tratar los datos personales conforme a las instrucciones documentadas en las Normas Técnicas y aquellas que, en su caso, reciba del responsable del tratamiento por escrito en cada momento. El encargado del tratamiento informará inmediatamente al responsable del tratamiento cuando, en su opinión, una instrucción sea contraria a la normativa de protección de datos personales aplicable en cada momento.
- b. No utilizar ni aplicar los datos personales con una finalidad distinta a la ejecución del objeto de las Normas Técnicas.
- c. Garantizar la formación necesaria en materia de protección de datos personales de las personas autorizadas a su tratamiento.
- d. Salvo que cuente en cada caso con la autorización expresa del responsable del tratamiento, no comunicar (ceder) ni difundir los datos personales a terceros, ni siquiera para su conservación.
- e. Nombrar Delegado de Protección de Datos, en caso de que sea necesario según el RGPD, y comunicarlo al responsable del tratamiento, también cuando la designación sea voluntaria, así como la identidad y datos de contacto de la(s) persona(s) física(s) designada(s) por el proveedor como sus representante(s) a efectos de protección de los datos personales (representantes del Encargado de Tratamiento), responsable(s) del cumplimiento de la regulación del tratamiento de Datos Personales, en las vertientes legales/formales y en las de seguridad.

- f. Tratar los datos personales dentro del Espacio Económico Europeo u otro espacio considerado por la normativa aplicable como de seguridad equivalente, no tratándolos fuera de este espacio ni directamente ni a través de cualesquiera subcontratistas autorizados conforme a lo establecido en la Norma Técnica, salvo que esté obligado a ello en virtud del Derecho de la Unión o del Estado miembro que le resulte de aplicación.
- g. De conformidad con el artículo 33 RGPD, comunicar al responsable del tratamiento, de forma inmediata, y a más tardar en el plazo de 72 horas a contar desde el momento en el que se tenga conocimiento, de cualquier violación de la seguridad de los datos personales a su cargo de la que tenga conocimiento, juntamente con toda la información relevante para la documentación y comunicación de la incidencia o cualquier fallo en su sistema de tratamiento y gestión de la información que haya tenido o pueda tener o que ponga en peligro la seguridad de los datos personales, su integridad o su disponibilidad, así como cualquier posible vulneración de la confidencialidad como consecuencia de la puesta en conocimiento de terceros de los datos e informaciones obtenidos durante la ejecución del contrato entre las partes.
- h. En los casos en que la normativa así lo exija (ver art. 30.5 RGPD), llevar, por escrito, incluso en formato electrónico, y de conformidad con lo previsto en el artículo 30.2 del RGPD un registro de todas las categorías de actividades de tratamiento efectuadas por cuenta del responsable del tratamiento, que contenga, al menos, las circunstancias a que se refiere dicho artículo.
- i. Tratar los datos personales de conformidad con los criterios de seguridad y el contenido previsto en el artículo 32 del RGPD, así como, observar y adoptar las medidas técnicas y organizativas de seguridad necesarias o convenientes para asegurar la confidencialidad, secreto e integridad de los datos personales a los que tenga acceso.

8. Medidas de Seguridad

INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. se compromete a tratar los datos personales de conformidad con los criterios de seguridad y el contenido previsto en el artículo 32 del RGPD, así como, observar y adoptar las medidas técnicas y organizativas de seguridad necesarias o convenientes para asegurar la confidencialidad, secreto e integridad de los datos personales a los que tenga acceso.

9. Finalización del tratamiento de datos personales

INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. a la finalización de los servicios regulados en estas Normas Técnicas, destruirá todos los datos de carácter personal proporcionados por el Editor, así como cualquier soporte o documentos donde conste algún dato de carácter personal objeto de tratamiento, conservando bloqueados únicamente los datos de carácter personal incluidos en la información que INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. debe mantener por las responsabilidades que se puedan derivar de su relación con el Editor como responsable del tratamiento.

10. Derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición

En el supuesto de que algún afectado remita a INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. alguna solicitud para el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, supresión y oposición, limitación del tratamiento y a no ser objeto de decisiones individualizadas automatizadas, u otros reconocidos por la normativa aplicable de sus datos personales cuyo tratamiento se realiza por INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. en calidad de encargado del tratamiento, INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. dará traslado al Editor de la solicitud, con la finalidad de que el Editor, como responsable del fichero o tratamiento, pueda satisfacer el derecho solicitado por el afectado, conforme a los plazos y procedimientos establecidos legalmente.

11. Subcontratación

El Editor autoriza expresamente a INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. a subcontratar, total o parcialmente, los servicios a terceras entidades para lograr la prestación al Editor de los servicios regulados en estas Normas Técnicas. En tal supuesto, y de forma previa a la subcontratación de servicios a un tercero, INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. informará al Editor sobre el nombre de la entidad subcontratada, así como de los servicios que se van a subcontratar y que implican un acceso y tratamiento de los datos de carácter personal responsabilidad del Editor, comprometiéndose, asimismo, INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. a suscribir con la entidad subcontratada en términos no menos restrictivos a los previstos en las presentes cláusulas, el cual será puesto a disposición del responsable del tratamiento a su mera solicitud para verificar su existencia y contenido.

12. Confidencialidad

INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES, S.A. se compromete a mantener la más absoluta confidencialidad sobre los datos personales a los que tenga acceso para la ejecución del Contrato así como sobre los que resulten de su tratamiento, cualquiera que sea el soporte en el que se hubieren obtenido, con el fin de cumplir los servicios regulados en estas Normas Técnicas, tanto durante como después de la terminación de los mismos, comprometiéndose a utilizar dicha información únicamente para la finalidad pactada y a exigir el mismo nivel de compromiso a cualquier persona que dentro de su organización, participe en el tratamiento de los datos de carácter personal responsabilidad del Editor.