[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)Publicado en 48930 el 20/03/2013

# [Crean el primer ‘AdSense’ para internautas](http://www.notasdeprensa.es)

## La empresa vasca Karmacracy lanza un sistema de campañas publicitarias Online que remunera tanto a las webs como a los usuarios

La aplicación es Karmacracy y tiene ya 3 años de vida, pero acaban de desarrollar el primer Adsense que integra a los usuarios con las marcas y las webs en el reparto de los ingresos publicitarios, tal y como han anunciado hoy a la agencia de comunicación Wokomedia. Su plataforma kAds revoluciona las redes de filiación conocidas hasta la fecha, los espacios para anunciantes y webs, para  incorporar por primera vez a los internautas en el reparto de las ganancias de las campañas publicitarias. La empresa vasca ha puesto fin al aislamiento de los creadores de opinión, los prosumers, grandes o pequeños, que marcan tendencia prescribiendo contenidos determinados. Ellos son un eslabón indispensable en el universo de la blogosfera porque viralizan la información en la red decidiendo el éxito o el fracaso de cualquier campaña. En cierta manera, son las abejas virtuales trasladando enlaces para polinizar de audiencia a los espacios. La plataforma supone una evolución de los actuales sistema de remuneración para el usuario final como los tweets patrocinados. De hecho, pone a los internautas al mismo nivel de las marcas y de los medios y les compromete a difundir contenido, un paso más allá del mero mensaje publicitario. “Es una estrategia que hace que todos ganen, consigue el encuentro de medios, marcas y usuarios”, celebra Alex Dolara, CEO de la compañía. Esta nueva tarta beneficia a los internautas, con la mitad de los ingresos, retribuyendo a las webs con un tercio. Por su parte, la plataforma ingresa el 20% restante. Karmacracy ha puesto a disposición de este mercado digital sus prestaciones con funciones heredadas de aplicaciones punteras como el Klout, el medidor de influencia social. Además de precisar el impacto de los usuarios en la red, con estadísticas concretas como los retuits, ha permitido a sus usuarios divulgar contenido por los diferentes canales sociales. Asimismo, ha recurrido a la gamificación al modo de Foursquare para incentivar la viralización constituyendo comunidades temáticas. La actividad de los usuarios permite a Karmacracy clasificar a los participantes de acuerdo a comunidades afines. Precisamente, estos grupos de intereses logra que Karmacrazy detecte los influenciadores necesarios que se ajusten a las características de la empresa. Por ejemplo, distingue a los tuiteros viajeros de los fans de la tecnología o de la moda. Sus estadísticas precisan el poder de convocatorio de estos internautas con detalles como los retuits o los clicks que consiguen de promedio cuando comparten contenido. Las marcas tienen acceso a estos grupos de usuarios y deciden a los influenciadores más apropiados para sus campañas. Asimismo ultiman la acción decidiendo el presupuesto y el contenido a compartir, lo que determina el precio por click a pagar a los viralizadores. Sin embargo, la última palabra corresponde a los internautas, que decidirán su participación en la campaña.   Los usuarios deberán valorar la calidad del contenido y la forma en que se ajusta a su perfil en la red para evitar el riesgo de arruinar su reputación Online como spammers. Una vez decidida su participación cada uno de ellos decidirá las redes y los horarios más eficaces para divulgar los enlaces.

**Datos de contacto:**

Diego Artola

Responsable de comunicación

944807426

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/crean-el-primer-adsense-para-internautas](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Marketing E-Commerce

[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)

[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)