
Nace el Consejo de Mediciones Digitales IAB-AIMC

- Representará a todo el sector publicitario, ya que contará entre sus representantes con agencias de medios, portales, medios, redes y anunciantes
- Jaime Agulló, nombrado consultor externo del Consejo

Madrid. 21 de septiembre de 2009.- Como evolución del grupo de trabajo creado hace 2 años por el Interactive Advertising Bureau (IAB Spain) y la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), nace el “Consejo de Mediciones Digitales”.

Dicho Consejo, velará por el desarrollo, correcto funcionamiento y el consenso en la medición de audiencias digitales. Estará formado por 9 representantes de los principales protagonistas del mercado: Agencias de medios, Portales, Medios, Redes y Anunciantes, participando además un representante de cada una de las dos asociaciones que lo amparan, IAB y AIMC. Actualmente los integrantes del “Consejo de Mediciones Digitales” son:

- Matilde García - Asociación Española de Anunciantes
- M^a Pilar Merchante – Zenith Media
- Javier Herreros – Alma Media
- Margarita Ollero – Arena Media (Grupo Havas)
- Fernando Carrión – Microsoft Advertising
- María Jiménez – Orange
- Adrián Segovia – Prisacom
- Marisa Moya – GPS (Grupo G+J)
- Gonzalo Iruzubieta – IAB
- Fernando Santiago - AIMC

Con el fin de mejorar la medición de audiencias en medios interactivos, AIMC e IAB han acordado que la principal labor del Consejo sea facilitar el contacto entre los principales actores del mercado digital y dinamizar así las relaciones necesarias para la mejora de la medición.

Las funciones más destacadas del “Consejo de Mediciones Digitales” serán:

- Labor de vigilancia: supervisar el cumplimiento, en tiempo y forma, de los requisitos establecidos en el Libro Blanco de las Mediciones Digitales para lo que se ha establecido como fecha límite el primer trimestre del 2010.
- Agilizar la formación de los Comités de Usuarios de los medidores (comités técnicos y operativos ligados a cada medidor)
- Labor de asesoría a los Comités de Usuarios



- Asegurar la existencia de una Auditoría de las mediciones del medio digital, tanto censales como muestrales. Dicha auditoría deberá ser independiente del medidor, tanto en la recogida de datos como en la publicación de los mismos.
- Asegurar el correcto cumplimiento de las funciones del Auditor/Audidores.
- Establecer los contactos directos con los usuarios y medidores siempre que sea pertinentes.
- Velar por las implementación de todos aquellos aspectos metodológicos y técnicos que puedan incidir en una mejora de la medición.
- Tener presencia en los foros del mercado con el fin de velar por los objetivos del Consejo y explicar correctamente su cometido.

Jaime Agulló, consultor externo del “Consejo de Mediciones Digitales”

Jaime Agulló, miembro fundador del grupo de trabajo IAB – AIMC, será el encargado de las labores ejecutivas del **“Consejo de Mediciones Digitales”**. Como “consultor externo”, entre sus funciones se encuentran tareas de investigación y coordinación.

Agulló es consultor independiente en estrategia y marketing de medios publicitarios. En su trayectoria profesional posee una amplia experiencia tanto desde el lado del medio como de la agencia. Ha sido miembro de distintos foros de la industria de medios como el Comité de Usuarios TNS, Comisión Técnica AM, Comisión Técnica y Junta Directiva AIMC.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 163 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.

Sobre Interactive Advertising Bureau (IAB Spain)

El IAB Spain es la asociación que representa al sector de la publicidad interactiva y comunicación digital de nuestro país, englobando en su seno a la totalidad de actores del panorama publicitario online: agencias de medios, agencias creativas, soportes, redes, buscadores, consultoras, medios de comunicación, proveedores tecnológicos. El fin de IAB Spain es impulsar el crecimiento del marketing y la publicidad interactiva de nuestro país.

Direcciones de interés:

<http://www.aimc.es>

<http://www.iabspain.net>