
El Consejo de Mediciones Digitales presenta un primer informe técnico sobre la situación de la medición online en España

- **El próximo 31 de marzo, fecha en la que finaliza el plazo establecido por el Consejo para valorar la situación de la medición de audiencias digitales, se presentará una recomendación definitiva**
- **La importante consolidación del mercado online en este país exige un sistema de medición acorde con este status**

Madrid. 18 de febrero de 2010.- Representantes de las Juntas Directivas de IAB y AIMC se han reunido con el Consejo para analizar un primer informe emitido por éste, dos meses antes del plazo establecido para la valoración de la situación de la medición de las audiencias digitales. Hasta el próximo 31 de marzo, las Juntas estudiarán el documento para ofrecer al mercado español la mejor solución para poder alcanzar una medición digital más rápida y que se adapte mejor a sus necesidades.

El Consejo de Mediciones Digitales es consciente de que España tiene la necesidad de exigir, de acuerdo con su volumen y necesidades, las mejores soluciones técnicas y los recursos locales acordes con un mercado tan importante como es el nuestro.

Después de transcurrir casi un año del proceso de análisis abierto por AIMC/ IAB y seis meses de la constitución del Consejo de Mediciones Digitales, se constata la importancia de poner las medidas técnicas y humanas que permitan, en este plazo de dos meses, que se presenten propuestas que optimicen la situación actual. El rápido crecimiento y la consolidación del mercado online hacen necesario que las empresas de sistemas de medición continúen con su proceso de mejora estando siempre al nivel de las necesidades del mercado.

El grado de consenso y los mecanismos de trabajo están preparados en nuestro mercado para pilotar y llevar a buen puerto un proyecto de este tipo, como ya se ha hecho en al menos media docena de mercados europeos, grandes y pequeños. El Consejo de Mediciones Digitales, tutelado por las dos Asociaciones referentes: IAB Spain y AIMC, velará por el desarrollo, correcto funcionamiento y el consenso en la medición de audiencias digitales.

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, Mobile marketing, proveedores tecnológicos, etc. El fin de IAB Spain es impulsar el crecimiento del marketing y la publicidad digital de nuestro país.

Direcciones de interés:

<http://www.aimc.es>

<http://www.iabspain.net>