
IAB SPAIN, AIMC y aea CONVOCAN EL NUEVO CONCURSO PARA LA ADJUDICACIÓN DE LA MEDICIÓN ONLINE EN ESPAÑA

- El objetivo es establecer un sistema de medición digital que se constituya en el referente nacional de la medición de audiencias y contratación de campañas publicitarias digitales gracias a su utilización generalizada por parte de los anunciantes, las agencias de medios y los medios digitales. En este contexto las Juntas Directivas de IAB Spain, AIMC y aea emiten la presente Petición de Ofertas de Servicios (RFP)
- El pliego de condiciones presentado recoge los requisitos para la medición digital entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2021.
- Los pliegos completos del concurso están disponibles en las páginas web de IAB Spain, AIMC y aea.

Madrid. 22 de diciembre de 2017.- El Interactive Advertising Bureau ([IAB Spain](#)), la Asociación para la Medición de Medios de Comunicación ([AIMC](#)) y la Asociación Española de Anunciantes ([aea](#)) han presentado hoy, viernes, 22 diciembre, las condiciones de concurso para conseguir un sistema de medición digital que sirva de referente para la compraventa publicitaria en el mercado español. El pliego de condiciones del concurso nace del trabajo de la **Mesa de Contratación Digital**, órgano encargado de la búsqueda de una solución de consenso para la medición de audiencias digitales en España.

La propuesta presentada hoy al mercado recoge las condiciones técnicas para la medición digital en el mercado español para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2021, con una opción de prolongación del mismo de dos años (2022/2023). Durante este periodo, las Juntas Directivas de IAB Spain, AIMC y aea velarán por el desarrollo de los condicionantes técnicos comprometidos por el medidor, así como el correcto funcionamiento y consenso de la medición digital.

Un concurso abierto con la máxima exigencia y transparencia

En este concurso podrán participar todos aquellos candidatos que estén en condiciones de garantizar una estructura operacional en España, con capacidad para realizar la medición de la audiencia digital y que puedan garantizar el cumplimiento de las siguientes recomendaciones de IAB Spain, AIMC y aea sobre la medición de audiencias digitales:

- El universo de la medición deberá estar consensuado por el mercado, de forma que el operador de la medición use los referenciales que a tal fin el mercado ha establecido a partir del Estudio General de Medios (EGM).

- Utilización de las metodologías necesarias para ofrecer datos censales y sociodemográficos basados en panel y enriquecidos con otras posibles fuentes de datos que los candidatos consideren oportunas.
- Formación de un comité técnico de clientes con capacidad para intervenir en las decisiones del mercado local. Es vocación de este RFP que el Comité de Clientes tenga potestad de decisión y resolución de todos los conflictos que pudieran surgir entre cualquiera de los clientes y el medidor. En el caso de que un conflicto no se pudiera resolver en primera instancia, el Comité de Clientes lo elevará a la Comisión de Seguimiento que resolverá en última instancia.
- Compromiso del ofertante a ser auditado de manera independiente en las diferentes partes que conforman la medición.

Las propuestas que se presenten deberán cumplir las especificaciones obligatorias, pero también se valorará la incorporación de posibilidades de mejora, invitando a los candidatos a plantear cualquier otra alternativa que consideren que lleva hacia una mejor solución.

Desde las juntas directivas de IAB Spain, AIMC y aea se hace público el reconocimiento de la importante labor desarrollada por los miembros de la Mesa de Contratación a lo largo de todos estos meses.

Sobre Interactive Advertising Bureau (IAB Spain)

IAB Spain (Interactive Advertising Bureau) es la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España. Su objetivo principal es la promoción del negocio digital. IAB Spain pertenece a la red internacional de IAB's con presencia en los 45 países.

<http://www.iabspain.es>

Sobre la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 146 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.

<http://www.aimc.es>

Sobre la Asociación Española de Anunciantes

La aea es la asociación profesional, sin ánimo de lucro, que representa a las empresas anunciantes en su comunicación y diálogo con la sociedad, de manera ética, responsable y eficiente, defendiendo la libertad de comunicación y de competencia y buscando el reconocimiento del valor de la comunicación de sus marcas; agrupa a más de 200 asociados, en su mayoría grandes empresas cuyas inversiones publicitarias suponen cerca del 60% en televisión, y más del 47% del total de medios.

<http://www.anunciantes.com>