



### Comisión de Seguimiento para la Medición Digital

## Se lanza el pliego para el concurso de la medición de audiencias digitales

*Madrid, 9 de diciembre de 2020.-* La Comisión de Seguimiento de Medición Digital lanza hoy el Pliego del Concurso de Medición de Audiencias Digitales cuyo plazo de recepción de ofertas finalizará el próximo 12 de febrero y se estima que se publique el fallo en el primer trimestre de 2021. En todo este proceso se ha contado con el trabajo de la consultora PwC, PriceWaterhouseCoopers, que fue la designada, asimismo, por concurso en el pasado mes de julio, para llevar a cabo todo este desarrollo.

La Comisión de Seguimiento (CS) está formada, como en anteriores ocasiones, por la Interactive Advertising Bureau Spain (IAB Spain), la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) y la Asociación Española de Anunciantes (aea), representando a anunciantes, agencias y medios. La CS se constituye, asimismo, en una Comisión Permanente para el control y cumplimiento de los compromisos establecidos con la empresa resultante ganadora y analizará, en trabajos futuros, el modelo de negocio que mejor se ajuste a las necesidades del sector.

Este concurso se convoca con el objetivo de establecer para el mercado español una medición de audiencias digitales y de impactos publicitarios consensuada, que incorpore novedades tecnológicas de vanguardia sin perder el rigor y la transparencia de la medición, mediante auditorías por terceros independientes, y que ayude a impulsar la actividad del negocio digital y su capacidad de generar ingresos. La medición tendrá que dar respuesta al nuevo entorno digital y ser capaz de adaptarse a los posibles cambios que experimente el mercado.

La duración prevista de la adjudicación es de tres años. El acuerdo contará con opciones de rescisión unilateral si no se cumple con los requerimientos. La Comisión de Seguimiento se reserva el derecho de, en caso de no llegar a un acuerdo satisfactorio, rescindir el contrato e iniciar un nuevo proceso de adjudicación del servicio.

El pliego puede descargarse de las páginas web de AIMC, aea e IAB Spain.

---

### **Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación**

*AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 137 empresas asociadas, entre las que se encuentran 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. En 2018, la asociación conmemoró el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.*

### **Asociación Española de Anunciantes (aea):**

*La Asociación Española de Anunciantes (aea) es la asociación profesional, sin ánimo de lucro, que representa a las empresas anunciantes para defender los intereses de estas en todo lo que afecta a la comunicación comercial; agrupa a más de 220 asociados -con más de 600 marcas-, en su mayoría son grandes empresas cuyas inversiones publicitarias suponen el 60% en televisión, y más del 47% en inversión digital y en el total medios*

### **IAB Spain**

*IAB Spain es la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España. Con más de 200 asociados su objetivo principal es la promoción del negocio digital. IAB Spain pertenece a la red internacional de IAB's con presencia en 45 países.*