

IAB Spain, AIMC y AEA convocan un concurso para adjudicar la medición de audiencias 'online' en España

El Interactive Advertising Bureau (IAB Spain), la Asociación para la Medición de Medios de Comunicación (AIMC) y la Asociación Española de Anunciantes (AEA) han hecho públicas las condiciones del concurso para adjudicar la medición de las audiencias en Internet en España que servirá como referencia para el mercado de la publicidad digital.



MADRID, 22 (EUROPA PRESS)

El Interactive Advertising Bureau (IAB Spain), la Asociación para la Medición de Medios de Comunicación (AIMC) y la Asociación Española de Anunciantes (AEA) han hecho públicas las condiciones del concurso para adjudicar la medición de las audiencias en Internet en España que servirá como referencia para el mercado de la publicidad digital.

El concurso, válido para un plazo de dos años (2019 a 2021), prorrogable por dos años más, define las condiciones mínimas del servicio establecidas por la Mesa de Contratación Digital que deberán ofrecer todos los que opten a prestar la medición de audiencias, aunque, según han explicado los responsables del pliego, "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".

En todo caso, durante el tiempo que dure la adjudicación, las juntas directivas de IAB Spain, AIMC y AEA revisarán el correcto funcionamiento y consenso de la medición digital y el cumplimiento de las condiciones técnicas comprometidas por la empresa adjudicataria.

Entre las condiciones que establece el concurso, figura el compromiso de emplear unos referenciales de medición que deberán ser consensuados por el mercado, a partir del Estudio General de Medios (EGM). También se exigirá el empleo de metodologías que permitan ofrecer datos censales y sociodemográficos basados en panel, aunque los concursantes podrán complementar dichos datos con otras posibles fuentes que "consideren oportunda".

Además, se define la necesidad de formar un comité técnico de clientes con capacidad para intervenir en las decisiones del mercado local, así como tomar decisiones y resoluciones en conflictos entre clientes y medidores y que, en caso de necesidad, podrá elevar el conflicto a la Comisión de Seguimiento del sistema. Por último se requerirá que la empresa que preste el servicio de medición se comprometa a "ser auditada de manera independiente en las diferentes partes que conforman la medición" .