iab spain

MEMORIA

JULIO 2020

JULIO 2021

0 Índice de contenidos

1 Carta del Presidente | PAG. 03

2 Carta de la Directora General | PAG. 06

3 Misión de IAB Spain | PAG. 09

4 Áreas de Marketing, Investigación y Eventos | PAG. 10

5 Área Legal | PAG. 34

6 Área de Formación | PAG. 43

7 Actividades institucionales y de Industria | PAG. 49

8 IAB Spain y sus Asociados en los medios de comunicación | PAG. 58

iab spain

1

Carta del Presidente

1 Carta del Presidente

Estimad@ asociad@:

Con la Asamblea General Ordinaria de Julio 2021 pondremos punto y seguido a un período de especial relevancia en la vida de nuestra asociación, en el que dos juntas sucesivas han acometido importantes reformas en su funcionamiento. Reformas que han conseguido dotarla de la estabilidad y robustez necesaria para poder dar un servicio óptimo al asociado, así como para tener un papel central en el proceso constante de digitalización del mercado publicitario.

Un período que además ha asistido a la situación más disruptiva que hayamos tenido que enfrentar en la era moderna, una pandemia de efectos impredecibles, que tuvo una especial incidencia en nuestro sector y en todos y cada uno de nuestros asociados.

Como en el anterior informe de gestión ya detallé pormenorizadamente las iniciativas que habíamos tomado para paliar la situación pandémica, me gustaría centrarme en esta carta en algunos de los logros conseguidos por esta Junta en los objetivos generales que nos marcamos. Como recordaréis, a parte de seguir trabajando en el apartado financiero de la Asociación, nos fijamos como objetivos fortalecer nuestra relación con la Administración, trabajar en la fijación de estándares de mercado y reforzar los servicios al asociado.

Pues bien, en estos 5 años hemos conseguido dotar de una estabilidad financiera a la asociación sin precedentes. Puede parecer algo irrelevante en una Asociación sin animo de lucro, pero sin embargo es una premisa necesaria para afrontar con posibilidades de éxito todos los retos que se nos presentan diariamente. Una situación saneada financieramente es fundamental para no bajar el listón de excelencia que siempre hemos querido mantener. El éxito ha sido rotundo, como podréis comprobar en las cuentas auditadas que se presentan en la AGO de 2021. El patrimonio neto está equilibrado y la situación de tesorería nos permite afrontar con tranquilidad los próximos años.

Con respecto a la fijación de estándares de industria, por un lado, hemos tenido un papel fundamental en la Comisión de Seguimiento que ha decidido recientemente que sea Gfk el medidor recomendado, en un proceso muy reñido con otras grandes empresas de medición involucradas. Ha sido un proceso muy riguroso, extremadamente profesionalizado, apoyado en el trabajo de análisis de una de las Big Four (PwC) y en el que hemos trabajado codo con codo con la Asociación Española de Anuncianes y la AIMC, ejemplo también de colaboración entre asociaciones.

Por otro lado, y en lo que se puede convertir en un hito en la vida de la asociación, el grupo de trabajo de Innotech ha desarrollado un estándar, llamado TCPF, que pretendemos convertir en solución global de identificación para el tráfico no autenticado, como una alternativa en el mundo cookieless. Esta iniciativa recoge a

la perfección la esencia de lo que hemos pretendido hacer estos años y de lo que debe suponer nuestra asociación: poner nuestras capacidades asociativas al servicio de la Industria y de la mejora y defensa de nuestros asociados. Ante una situación tan delicada como se puede vivir en los próximos años, un grupo de asociados reunidos en el grupo de trabajo promovido por la Junta de IAB Spain, Innotech, se ofrecieron de manera desinteresada a ofrecer soluciones de las que surge este TCPF. Gracias a Mikel Lekaroz, Jesús Carrera, Manuel Merino, Salvatore Cóspito, Agustín Pérez y Xavier Garrido, el mercado español, y probablemente el mercado europeo, podrán tener una solución de consenso y respetuosa con los publishers de todos los tamaños.

En nuestro objetivo de acercarnos a la Administración y convertirnos en referencia para ellos en todos los temas digitales, aparte de la intensificación de los contactos con entidades como la AEPD, Red.es, y los diferentes ministerios, desde el 1 de Octubre de 2020 somos miembros del Consejo Consultivo para la Transformación Digital de España. Un foro numeroso, con mucha representación del mundo asociativo, pero fundamental para estar al tanto de los movimientos de la administración y poder influir con nuestras aportaciones para el bien de nuestro sector

Y por último, son numerosas las actividades para el asociado que hemos podido acometer estos 24 meses, teniendo además en cuenta la transformación en el modo de trabajar que la pandemia nos ha impuesto. No me detengo en ellas, ya que Reyes lo destacará en su memoria de actividades. Simplemente mencionaré el colofón de esta incesante actividad para el asociado; que, a pesar de la crisis sanitaria, de las dificultades para nuestros negocios, la cifra de asociados no ha dejado de crecer, muestra de que el sector está valorando lo que esta asociación le aporta, que no es sino nuestra razón de ser.

Asumo con humildad, pero con orgullo, que dejamos una asociación mejor de la que encontramos hace cinco años, y ello no habría sido posible sin la involucración desinteresada de todos los representantes de las empresas que han pasado por estas dos Juntas Directivas. Beatriz Medina, como anterior Presidenta, mostró el camino a seguir, que los demás hemos continuado. Gracias especiales a Mikel Lekaroz, como tesorero, por su papel fundamental en la reversión de la situación financiera y el empuje del TCPF. Y a Tacho Orero y Rafael Serrahima como Vicepresidentes. Y gracias a todos los vocales que están o han estado en esta Junta: Jesús Carrera, Angels Escobar, Beatriz Medina, Orlando Gutierrez, Cristina Berzal, Juan Luis Polo, Arturo Dopico, Rafael Martínez, Santiago Oliete, César Alonso, Yolanda García, Daniel Shaikh, Gonzalo Casas, Pablo Palencia, David Ortega, Jorge Planes, Susana Casado, Luis Esteban y Tania Cavada

Y por supuesto, gracias especialmente a Reyes Justribó y a Belén Acebes, que acogieron con entusiasmo el mandato de estas Juntas. Sin ellas y su entrega, buen hacer y profesionalidad, no habría sido posible. Y con ellas, se hace extensivo el agradecimiento a todo el equipo: Paula Ortiz, Vicente Femenía, Miguel Herranz, Enrique Sánchez-Girón, Belén Vila, Paula López, Mariola Olmos y Leire Mayo. Y a nuestros secretarios Miguel Temboury y Alejandra González.

Esperando no haber defraudado las expectativas de los que confiaron en mi para representarlos, y agradeciendo la involucración en la marcha de la asociación de todos los asociados, os envío un cordial saludo.

2

Carta de la Directora General

2 Carta de la Directora General

Estimados asociados,

Completamos un nuevo año de actividad de la asociación, posiblemente el más especial, distinto y lleno de incertidumbre a nivel social y económico que nunca hayamos tenido.

Nuestro país, y con él nuestro sector, ha vivido unos meses para los que ninguno estábamos preparados pero en los que nuestro sector ha demostrado ser capaz de adaptarse a las necesidades de los clientes y demandas de los consumidores, de ser resiliente como pocos y de haber respondido en tiempo record a los desafíos que se presentaban en el día a día.

IAB Spain ha tratado de estar al mismo nivel que sus asociados y, sinceramente, creo que lo hemos conseguido. Prueba de ello es que en este año hemos tenido el mayor número de altas netas de asociados de nuestra historia con un interés creciente por parte de las marcas en formar parte de IAB Spain y contribuir, así, al desarrollo del sector. Consecuencia de lo cual, en 2020, hemos conseguido revertir la situación de patrimonio negativo que veníamos arrastrando los últimos años a patrimonio positivo estabilizando la asociación y teniendo así un futuro sostenible donde seguir sumando a la industria digital.

La actividad desarrollada ha sido mayor incluso que en años anteriores. Así hemos publicado 4 Libros Blancos, desarrollado 2 Guías de Buenas Prácticas, lanzado 3 Infografías, presentado 9 Estudios de Mercado y formado a más 1.600 alumnos. Y todo ello con el nivel de excelencia que ha hecho que IAB Spain sea el referente dentro y fuera de la industria en cuanto a información, estandarización y formación.

Un año más, nuestro evento icónico Inspirational consiguió superar expectativas, en un entorno de gran incertidumbre generado por la pandemia, donde se decidió celebrarlo 100% online para respetar las instrucciones de las autoridades sanitarias y dar acceso a todos los asociados que quisieran asistir a él. Se batieron records de audiencia y de participación a nivel de ponentes e inscripciones de piezas, con un gran eco mediático y generando gran demanda para la nueva edición de 2021 tanto a nivel de patrocinadores como de profesionales interesados en asistir.

Desde el punto de vista del desarrollo de la industria digital en España, IAB Spain ha formado parte de la Comisión de Seguimiento, junto a la aea (Asociación Española de Anunciantes) y la AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ,que

ha desarrollado y adjudicado el concurso para la selección de la nueva empresa recomendado para la medición digital en España. Comisión esta que se convierte en Permanente y velará por el cumplimiento de todos los acuerdos alcanzados con la empresa Gfk, adjudicataria del citado concurso.

A nivel internacional, IAB Spain fue invitada participar en el consorcio europeo para el desarrollo del proyecto PIMCity. Este proyecto de la Unión Europea, financiado con fondos de la misma y con un período de ejecución de 23 meses, contribuirá a promocionar un espacio europeo de datos. A nivel nacional, la asociación forma parte, por invitación del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, del Consejo Consultivo para la Transformación Digital de España. Ambos proyectos y la participación de IAB Spain en los mismos, son un claro reconocimiento de la importancia de la asociación dentro y fuera de nuestro país, situándonos como referente con las Administraciones Española y Europea.

Y como respuesta al grandísimo reto que supone para la industria publicitaria digital la desaparición de cookies de tercera parte a partir del segundo semestre de 2023, la Junta de IAB Spain junto con el grupo de trabajo denominado Innotech, ha desarrollado una solución de industria para tráfico no logado basada en el Marco de Transparencia y Consentimiento (TCF) de IAB Europa. Esta solución denominada TCPF (Transparency, Consent and Privacy Framework) permitirá la segmentación del tráfico no registrado, asegurando que el ecosistema publicitario digital mantenga su capacidad de generar resultados de alto valor en un escenario sin cookies de tercera parte. Agradecer en este apartado el trabajo desinteresado de Manuel Merino, de Rich Audience; Salvatore Cóspito, de Datmean; Xavi Garrido de Prisa Brand Solutions; Agustin Pérez, de Sibbo Ventures; Jesús Carrera de CM Vocento y Mikel Lekaroz de Adbibo/Next14 miembros ambos de Junta de IAB Spain, sin los cuales no habría sido posible el desarrollo de este proyecto.

Es difícil resumir en tan poco espacio todo el valor añadido que las diferentes iniciativas aquí señaladas han supuesto para nuestra industria, por lo que os animo a descubrir más sobre cada una de ellas en las siguientes páginas.

Agradecer como siempre el sobresaliente trabajo al staff de IAB Spain que ha contribuido con su esfuerzo e implicación a los resultados que hoy presentamos, a la Junta de IAB Spain que ha contribuido a que todo ello haya sido posible y, especialmente a nuestro Presidente saliente, Ángel Fernández-Nebot que con su buen hacer, su experiencia y dedicación a la asociación la ha dirigido durante estos dos últimos años. Y, como no, a todos vosotros nuestros asociados que sois la razón de ser y el motor de IAB Spain, ¡Gracias!

Misión de IAB Spain

3

La misión de IAB Spain es ser el foro de encuentro y representación de la Industria publicitaria española, contribuyendo a aunar las diferentes sensibilidades e intereses de cada uno de los protagonistas del ecosistema publicitario digital.

Representando a nuestros Asociados ante la Administración, contribuyendo a la correcta regulación del sector, trabajando pro-activamente en la creación de estándares de Industria, desarrollando programas de formación continuada para los profesionales, proporcionando la información sobre el Mercado y las tendencias para la mejor gestión del negocio y generando la comunicación y el conocimiento en la sociedad española de la contribución del Marketing, la Comunicación y la Publicidad Digital al desarrollo social y económico de nuestro país.

4

Áreas de Marketing, Investigación y Eventos

4 Áreas de Marketing, Investigación y Eventos

COMISIONES 2020/2021

IAB Spain ha potenciado la actividad de las Comisiones para continuar contribuyendo al desarrollo de la industria digital de nuestro país. En estas Comisiones y en los Grupos de Trabajo que las componen, se han desarrollado los estudios de mercado, libros blancos, infografías, papers, etc.... que son pieza angular de la asociación y referente para el mercado digital español.

En la actualidad, las Comisiones que se reúnen en torno a IAB Spain son:

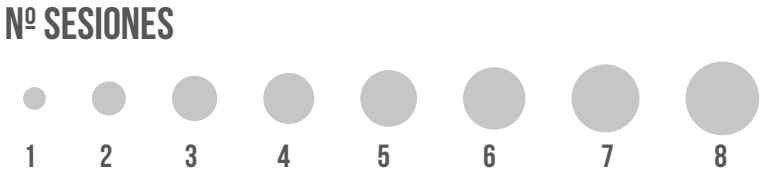
Comisiones Transversales

- Audio Digital
- Branded Content
- Data
- DOOH
- E-commerce
- Esports
- Influencers
- Movilidad y Conectividad Inteligente
- Programática
- Publicidad Nativa
- Redes Sociales
- TV Conectada
- Video Online

Comisiones Legales

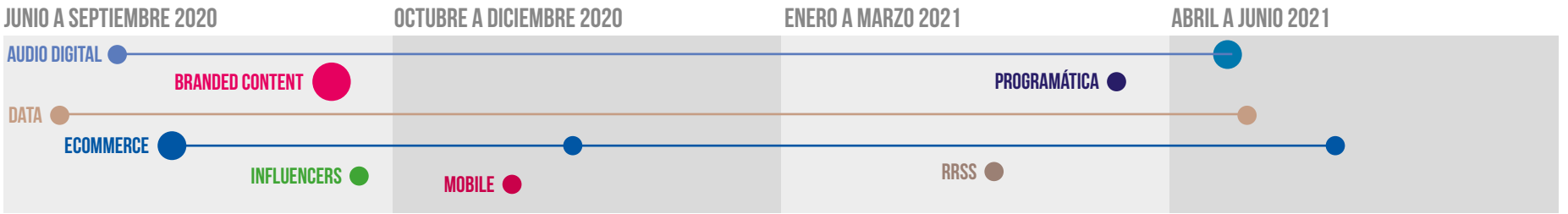
- Audiovisual,Branded Content e Influencers
- Privacidad y Protección de datos
- Propiedad Intelectual

4 Áreas de Marketing, Investigación y Eventos

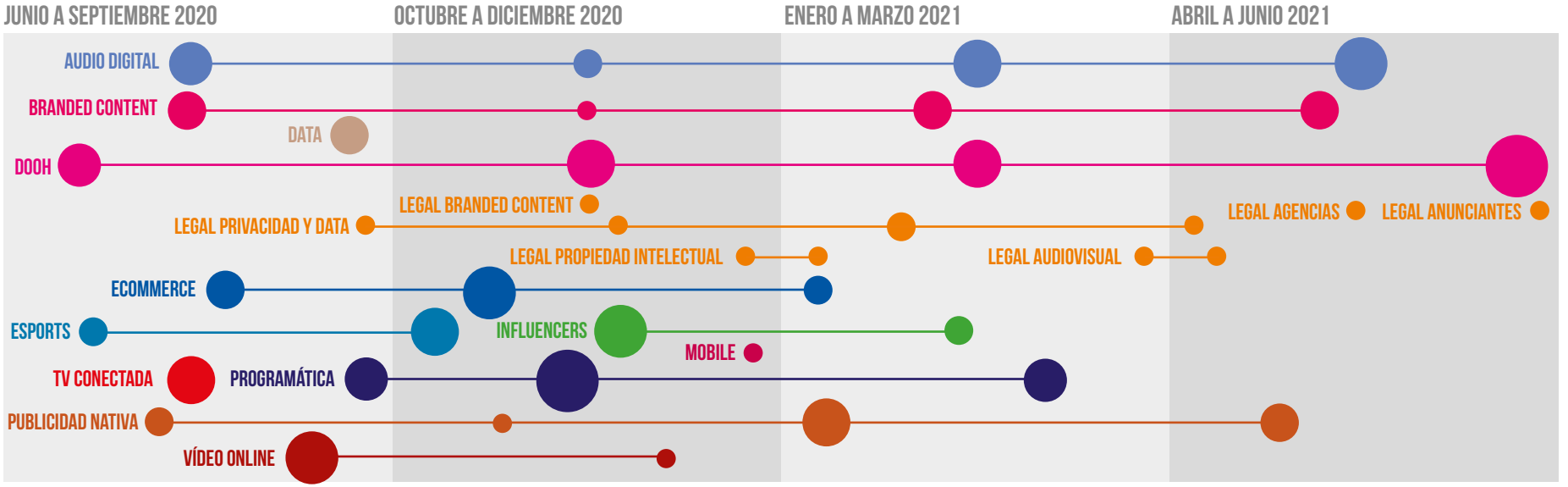


Desde IAB Spain hemos seguido cumpliendo nuestro compromiso con los asociados de continuar con la actividad de las Comisiones y Grupos de Trabajo, llevando a cabo 18 reuniones de Comisiones y más de 100 Grupos de Trabajo en formato online , lo que nos ha permitido desarrollar y publicar diferentes documentos (infografías, observatorios, Libros Blancos, Guías Prácticas y Estudios) que son referentes dentro del sector del Marketing y la Publicidad Digital.

18 SESIONES DE COMISIONES



124 GRUPOS DE TRABAJO



Presentación online del Estudio Anual de Redes Sociales 2020 / 17 junio

IAB Spain ha presentado el Estudio Anual de Redes Sociales 2020, realizado junto con Elogia.

El objetivo fundamental de este estudio es conocer la evolución de la penetración de las Redes Sociales y el perfil de los usuarios, entender el uso que se le dan a éstas, evaluar el nivel de saturación de la publicidad y la vinculación con las marcas, así como el análisis en las Redes Sociales de sectores como influencers, E-commerce, o Esports, entre otros.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Estudio aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online del Observatorio de Marcas en Redes Sociales 2020 / 10 julio

IAB Spain ha presentado la VIII edición del Observatorio de Marcas en Redes Sociales, elaborado junto a las empresas asociadas Gestazión y Epsilon Technologies.

El estudio recoge la actividad de las marcas, seleccionadas del top100 marcas total medios 2019 de Infoadex y la categorización se basa en el Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales realizado por IAB Spain.

El periodo analizado es de un año (marzo 2019 a febrero 2020) y, además, este año se ha contado con un "Especial Covid-19 de marcas en RRSS".

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Estudio aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online del Estudio Anual de E-commerce 2020 / 15 julio

IAB Spain presentó el pasado 15 de julio de 2020 el Estudio Anual de E-commerce 2020 cuyo principal objetivo es medir la evolución y tendencias principales del mercado del E-commerce en España. El estudio, liderado por la Comisión de E-commerce, se ha realizado junto a Elogia, también patrocinadora del estudio.

En este estudio, se tuvo en cuenta la situación de confinamiento que provocó el Covid-19.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Estudio aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online de la actualización del Libro Blanco de Data / 16 septiembre

IAB Spain presentó el pasado 16 de septiembre la actualización del Libro Blanco de Data, elaborado en colaboración con la comisión de Data de IAB Spain y patrocinado por Rebold.

En abril de 2019 IAB Spain publicó la primera versión del Libro Blanco de Data con el objetivo de recoger y divulgar las bases del uso de data en el entorno digital. En este tiempo, sólo un año y medio después, se ha identificado la oportunidad de evolucionar y profundizar en los aspectos recogidos, a la vez que adaptar su contenido conforme al ritmo al que evoluciona el sector.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el LIbro Blanco aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online de la 1ª edición del Libro Blanco de Advanced TV / 25 septiembre

IAB Spain , ha presentado la 1ª edición del Libro Blanco de Advanced TV, elaborado en colaboración con la Comisión de TV Conectada y patrocinado por la empresa asociada Smartclip.

Este libro está enfocado a todos los agentes de la industria, en un intento de profundizar en este marco en evolución constante, para que se conozca mejor cómo acceder a los nuevos consumos y públicos objetivos, cómo activar las audiencias "operables" y estandarizar los conceptos, modelos y métricas en este entorno tan fragmentado

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Libro Blanco aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online de la actualización 2ª Ola del Estudio Anual de Inversión Digital 2020 y forecast de cierre de ejercicio / 30 septiembre

IAB Spain ha presentado la 2ª ola del Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales 2020, elaborado por la consultora PwC.

Este Estudio que IAB Spain presenta, es una actualización del forecast previsto para 2020 que se presentó en febrero 2020. La metodología difiere con la anterior edición en que, en esta, se ha obtenido solo inversión controlada recogida por las principales agencias, soportes e intermediarios. El objetivo es recoger los datos de inversión de H1 y dar una estimación más aproximada de 2020 que la que IAB Spain dio en febrero.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Estudio aquí.

Presentación online primera Guía Práctica del Video Online / 20 octubre

IAB Spain ha presentado la 1ª Guía Práctica de Vídeo Online, elaborado en colaboración con la Comisión de Vídeo Online y patrocinado por la empresa asociada Adtoox.

Esta guía va dirigida a todos los agentes de la industria, poniendo de relieve que el vídeo sigue siendo una de las herramientas más potentes de los anunciantes para dirigirse a sus consumidores. Vivimos en el mundo de la inmediatez con infinitas opciones donde los usuarios se conectan en cualquier entorno, desde uno o varios dispositivos a la vez y en diferentes pantallas, ya sea en un televisor conectado desde casa, en un móvil en el gimnasio o en un ordenador en el trabajo.

Consulta la noticia aquí.
Descarga la Guía aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online Estudio Mercado Laboral en Marketing Digital 2020 / 26 noviembre

Estudio realizado junto a Adevinta Spain y elaborado por GfK. Este estudio surge de la necesidad de conocer la situación actual del Mercado Laboral en el sector de Marketing, Publicidad y Comunicación Digital en base al análisis de una serie de indicadores clave.

Descarga el Estudio aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online 1ª Guía de Buenas Prácticas en el E-commerce / 21 enero

IAB Spain ha presentado la 1ª Guía de Buenas Prácticas en el E-commerce, elaborado en colaboración con la Comisión de E-commerce.

Esta guía está enfocada a todos los agentes de la industria, en un intento por conocer mejor el perfil tanto del internauta como del comprador, profundizar en las estrategias necesarias a seguir para potenciar un E-commerce y evaluar las ventajas y desventajas de las grandes plataformas como Amazon, Ebay o Aliexpress, entre otras.

Descarga la Guía aquí.

Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online 1ª edición del Libro Blanco de Esports / 4 febrero

IAB Spain ha presentado la 1ª edición del Libro Blanco Esports, uno de los proyectos más relevantes de la Comisión de Esports de IAB Spain.

Se trata de un documento de referencia donde poder entender nuevos conceptos, nomenclaturas, plataformas de emisión y medición de audiencias, así como ejemplos de buenas prácticas. Precisamente, la publicación y difusión de este libro blanco busca contribuir a la normalización de este fenómeno imparable.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Libro Blanco aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online Informe Top Tendencias Digitales 2021 / 10 febrero

IAB Spain lanza una nueva edición de Top Tendencias Digitales 2021, un documento de referencia que ha sido elaborado por algunas de las principales Comisiones de Trabajo de IAB Spain y que este año está patrocinado por Adevinta Spain.

El documento pretende de mostrar las claves del negocio digital en 2021, ofreciendo una visión global del mercado de una forma práctica y eficaz.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Libro Blanco aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales 2020 / 25 febrero

IAB Spain hemos presentado los datos del Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales 2020, elaborados en colaboración con PwC. El Estudio, que se realiza anualmente desde el 2002, tiene como principal objetivo proporcionar a la industria publicitaria digital un informe de tendencias y dar una cifra de inversión.

En 2020, la inversión en publicidad en medios digitales en España continúa manteniéndose por encima de los 3.000 millones de euros (3.029,5 M€) aunque se redujo un -3,8% frente a 2019.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Estudio aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online Estudio Anual Audio Digital 2021 / 22 abril

IAB Spain Spain ha presentado un año más, su Estudio de Audio Digital 2021, un informe anual de referencia para la industria. Esta edición, está elaborada en colaboración con GfK España y patrocinada por IKI Media y t2ó. El objetivo principal del documento es profundizar en el conocimiento del consumidor de contenidos de Audio Digital para averiguar aspectos cuantitativos que determinan sus hábitos y preferencias.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Estudio aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación de la versión actualizada a 2021 de la infografía sobre el Ecosistema de la Publicidad Programática / 28 abril

IAB Spain de la mano de la Comisión de Publicidad Programática han presentado la infografía 'Ecosistema de la Publicidad Programática, Infografía avanzada de Agentes y Conexiones'. Esta versión 2021 está patrocinada por [nextimize] y refleja el ecosistema de compra venta programática hoy en día. Se trata de una actualización de la infografía lanzada en 2017 por IAB Spain.

Consulta la noticia aquí.
Descarga las Infografías aquí.
Infografía animada aquí.

Infografía Versión Simple 2021

Infografía Versión Avanzada 2021

Presentación online del Estudio de Redes Sociales 2021 / 5 mayo

IAB Spain ha presentado su 'Estudio de Redes Sociales 2021', elaborado en colaboración con Elogia y patrocinado por PredActive, la herramienta de optimización de campañas de social media de Adbibo Next 14. El estudio, lanzado anualmente desde el 2009, analiza entre otros temas, la evolución de la penetración de las Redes Sociales, el perfil de los usuarios, el nivel de saturación de la publicidad en Redes Sociales y la vinculación con las marcas.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Estudio aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online del Libro Blanco de Publicidad Programática / 12 mayo

IAB Spain ha presentado el Libro Blanco de Publicidad Programática, elaborado por la Comisión de Publicidad Programática.

La publicidad programática está suponiendo el cambio más importante en la publicidad de la última década, y no sólo en los medios digitales sino en la transformación de todo el sector. Significa tanto una evolución en los procesos de compra y venta, como una revolución en las estrategias, generando nuevos profesionales, disciplinas y actualizando los conceptos clásicos de publicidad.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Libro Blanco aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online 1ª edición del Libro Blanco de Digital Out-Of-Home / 9 junio

IAB Spain ha presentado el Libro Blanco de Digital Out -Of- Home (DOOH), elaborado por la Comisión de Digital Out-Of -Home de IAB Spain.

El DOOH está cobrando cada vez más relevancia entre los anunciantes y, al mismo tiempo, entre los consumidores, que lo valoran muy positivamente por sus cualidades de innovación, dinamismo, interacción e impacto y, además, lo perciben como un medio poco intrusivo que, sin embargo, recuerdan por encima de los demás.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Libro Blanco aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Presentación online del Estudio Anual de E-commerce 2021 / 30 junio

IAB Spain ha presentado el 'Estudio E-commerce 2021', patrocinado por Adevinta Spain. La Comisión de E-commerce de IAB Spain lidera cada año la realización de este estudio que busca dar a conocer cifras sobre el dimensionamiento del E-commerce, analizar cómo ha evolucionado el mercado con respecto a 2020 y profundizar en los usos y hábitos actuales de compra online, así como en la percepción de los profesionales del sector sobre esta disciplina.

Consulta la noticia aquí.
Descarga el Estudio aquí.
Puedes ver la presentación aquí.

Eventos
Webinars Online 2020

Vuelve a verlos aquí

22 JUL Cookie-less 2022, una oportunidad: Cómo sacar el máximo partido a tus datos. Jellyfish

14 JUL Marco Transparencia y consentimiento de la industria publicaría. Beneficios y Experiencias prácticas

16 JUL First Party Data. Una dosis de realidad para ganar calidad en la conversión. Making Science

23 JUL Oportunidades de conectar con las familias postcovid a través del lifestyle. Condé Nast

08 SEPT El futuro de la identidad. Magnite

16 OCT Blackfriday. La mejor estrategia de advocacy para impulsar las ventas. SamyRoad

23 OCT Soluciones de Dynamic marketing. La tecnología de Microsoft como vehículo para generar demanda en retail. Microsoft

30 OCT Fondos europeos para la reactivación económica. Fondos sepi y fondos next generation. PwC

04 NOV La era del propósito corporativo. Caso Bankinter. Hotwire

06 NOV Cómo hacer campañas de producto con influencers. SocialPubli

10 NOV Tracking the new (Digital) normality. Tendencias que han llegado para quedarse. Gfk

13 NOV Smart 360. Estrategia equilibrada. Making science

18 NOV ¿Puedo vender con influencers en la campaña navideña? Comisión de Influencers

20 NOV Cookieless. Un panorama cambiante. Rebold

27 NOV Merry covidmas. Cómo adaptar tu estrategia de comunicación a una navidad diferente. SamyRoad

03 DIC Publicidad nativa programática. Consejos, trucos y el caso de éxito de Jellyfish. Taboola

11 DIC Cuentas con un CMP web, ¿Pero cómo gestionas las apps móviles y servicios OTT? One Trust

15 DIC Webinar REARC: El ecosistema publicitario digital en un mundo sin cookies de terceros. Estado actual y la propuesta española.

17 DIC Las 4 tendencias que marcan la publicidad programática en 2021. ONiAd

57 JORNADAS

+16.500 PERSONAS EN DIRECTO

+40.000 VISUALIZACIONES EN DIFERIDO

Eventos
Webinars Online 2021

Vuelve a verlos aquí

57 JORNADAS

+16.500 PERSONAS EN DIRECTO

+40.000 VISUALIZACIONES EN DIFERIDO

22 ENE | CTV. ¿Cuál será el futuro? Magnite

03 FEB | Tech & Transparency. Adwatch

05 FEB | Identidad digital. Construye y gestiona con éxito tu marca digital. ISDI

12 FEB | Guía Legal: Uso de realidad virtual y realidad aumentada en publicidad.

18 FEB | Semantic contextual targeting. Construyamos la publicidad del mañana.

19 FEB | Branded Content relevante, creíble y confiable. Eduardo Prádanos.

23 FEB | Pim's Business Opportunities.

26 FEB | El papel de la voz como protagonista en el nuevo entorno. HVoice

05 MARZ | Eficacia de los medios en el marketing basado en datos. Jellyfish

12 MARZ | El audio digital. Audio.ad + EasyDooh

16 MARZ | Los editores y la oportunidad a medida que los navegadores eliminan las cookies de terceros.

24 MARZ | Brand Suitability vídeo. La segmentación inteligente. DatMean

09 ABR | Brand Safety en Tik Tok. Tik Tok

14 ABR | SEO. Mejora tu visibilidad y posicionamiento. Making Science

16 ABR | Los 5 pasos para crear una estrategia de publicidad programática eficaz. ONiAd

23 ABR | Tendencias 2021 en consumo de noticias. Audiencias mobile alternativas. Taboola

27 ABR | Sesión informativa sobre GFK DAM, la solución de medición de audiencias digitales multidispositivo single-source.

30 ABR | Branded Content. La vacuna contra la irrelevancia.

06 MAY | La publicidad digital y las propuestas de Digital Services ACT y Digital Markets ACT.

07 MAY | Lanzamiento Libro Blanco Samy. Brand Advocacy Marketing 3.0. SamyRoad

14 MAY | Twitch, más allá del gaming. Una nueva plataforma para las marcas. You Planet

21 MAY | Bye bye cookies. Cómo posicionarnos con ventaja en un entorno cookieless. HMG (MioGroup)

28 MAY | Un año de pandemia, un análisis de la publicidad digital en España. Adjinn

04 JUN | Cómo sacar más partido a tu plataforma de analytics. Jellyfish

- Más de 1200 usuarios únicos registrados. 750 personas de media en cada sala y más de 1000 asistentes en directo en la entrega de premios.
- 100 ponentes de máximo nivel del entorno nacional e internacional.
- Grandes celebridades de la industria involucradas en el evento.
- 110 millones de impactos en redes sociales, 45 medios cubriendo el evento generando, +60.000 sesiones en el sitio web y 7 millones de personas alcanzadas en la campaña de publicidad exterior.

AGENDA 2020:

10 septiembre
Charla Previa
Sala Keynote

17 septiembre
Charla Previa
Sala Data

17 septiembre
Charla Previa
Sala Next

24 septiembre
Charla Previa
Sala Vídeo

24 septiembre
Charla Previa
Sala Gaming

01 octubre
Charla Previa
Sala Digital Business

01 octubre
Charla Previa
Sala Content

05 octubre
INSPIRATIONAL 2020:
Sala Data y Content

06 octubre
INSPIRATIONAL 2020:
Sala Video y Gaming

07 octubre
INSPIRATIONAL 2020:
Sala Next y Digital Business

08 octubre
INSPIRATIONAL 2020:
Sala Keynote

08 octubre
INSPIRATIONAL 2020:
Gala de Entrega de Premios

5 Área Legal

Actualización de la Guía sobre el uso de las cookies / 28 de julio 2020

El 28 de julio de 2020 se presentó la actualización de la Guía sobre el uso de las cookies, tras su modificación en noviembre de 2019 para adaptarla a la opinión del Consejo Europeo de Protección de Datos. IAB Spain, junto con las demás asociaciones representantes del sector digital.

Link a la Guía de cookies

E- Privacy / febrero 2020

La propuesta de Reglamento sobre privacidad y comunicaciones electrónicas que reforma la Directiva 2002/58/CE y que sustituirá nuestra actual Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (Reglamento de e-Privacy) lleva negociándose en Bruselas desde que en 2017 la Comisión publicara su propuesta. En febrero de 2021 la Presidencia del Consejo de la Unión, presidida por Portugal, consiguió llegar a un acuerdo, publicando su propuesta de Reglamento de e-Privacy, que será debatida en trílogos. IAB Spain publicó su posicionamiento al respecto en febrero de 2021.

Más información

Marco Transparencia y Consentimiento IAB. Participación Steering Committee

Durante 2020 y 2021 el departamento Jurídico de IAB Spain ha participado en los diferentes grupos de trabajo del Marco de Transparencia y Consentimiento de IAB Europe, que se reúnen con una periodicidad semanal. En concreto, participa en los siguientes Grupos de Trabajo, Policies WG, Steering Committee WG y DPA Outreach WG, donde IAB Spain ostenta la Vicepresidencia.

Este Marco es un estándar de código abierto y se ha desarrollado por parte de IAB para dar cumplimiento a las exigencias de transparencia y consentimiento del RGPD, y para garantizar que los medios y las empresas del ecosistema publicitario digital cumplan con estas nuevas disposiciones. La finalidad es ayudar a los medios a proporcionar información precisa a los usuarios en tiempo real, obtener el consentimiento del usuario para el tratamiento de datos por parte de los terceros, y transmitir información sobre ese consentimiento a través de toda la cadena. El objetivo es incrementar la transparencia y ofrecer a los consumidores europeos un mayor control de sus datos. La versión 2.0 del marco comenzó a ser de aplicación en agosto de 2020. Otras actividades llevadas a cabo en relación al TCF:

- Soporte a los asociados en la migración de la V1 a la V2.
- Soporte a los asociados en la configuración del TCF como Vendor o como Publisher.
- Soporte a los asociados en el proceso de validación de CMPs.
- Nuevo apartado web.

Realidad aumentada y realidad virtual

En el mes de enero de 2021 presentamos, junto con nuestro asociado Gómez-Acebo & Pombo la Guía Legal sobre el uso de realidad virtual y realidad aumentada en publicidad. El objetivo de la guía es arrojar luz sobre las cuestiones a tener en cuenta desde el punto de vista normativo tanto para los anunciantes como para los desarrolladores o fabricantes. Su contenido aborda los derechos relacionados con la propiedad intelectual, el product placement, las cuestiones a tener en cuenta en el contenido generado por los usuarios y la protección de la privacidad o los menores, entre otros.

Descarga la Guía aquí.
Visualiza la presentación aquí.

Normativa, posicionamientos, enmiendas, opiniones.

Como parte principal de la actividad del departamento, están los posicionamientos y enmiendas sobre normativas. Al respecto, se ha hecho seguimiento de todas las normas que afectan al sector (marco normativo audiovisual, o la normativa reforma de los derechos de autor, ley sobre impuestos a determinados servicios digitales).

- E-privacy
- Directiva Audiovisual
- Informe Directiva Servicios digitales
- Impuesto Sobre Determinados Servicios Digitales
- Digital Services Act

PIMCity

En otoño de 2021 se oficializa la adjudicación y entrada de IAB Spain en el proyecto PIMCity. El proyecto PIMCity es una iniciativa fomentada y financiada por la Comisión Europea.

- El objetivo del proyecto es generar un conjunto de herramientas que permitan a las empresas interactuar con el usuario en las solicitudes de datos, pudiendo ofrecer a cambio del acceso a los mismos diferentes incentivos.
- La participación de IAB Spain se centra en:
  - La promoción del proyecto y aportación de feedback entre nuestros asociados.
  - Participación semanal en reuniones del proyecto europeo PIMCity.
  - Participación en los diferentes entregables del proyecto
- El proyecto tiene una duración de 23 meses (prorrogables) de los cuales 13 ya han sido consumidos.

Actividad Área legal. Participación en foros y eventos

14 de julio 2020

Webinar 14 de julio de 2020: Marco Transparencia y Consentimiento de la industria publicitaria. Beneficios y experiencias prácticas.

Convocatoria aquí
Vídeo disponible aquí.

09 de septiembre 2020

Participación en el Foro de APEP sobre la actualización de la Guía cookies. Septiembre 2020 . Más información aquí.

27 de enero 2021

Evento APEP sobre el Interés legítimo. Día Europeo de Protección de Datos.

23 de febrero 2021

El Departamento legal de IAB Spain organizó un evento dentro del proyecto PIM city para dar a conocer las opciones de mercado que aportan los proyectos de gestión de la información (PIM projects). En el evento contamos con representantes de diferentes empresas que están aprovechando las oportunidades de los PIMS, así como con el Supervisor Europeo de Protección de Datos y con la Comisión Europea.

Actividad Área legal. Participación en foros y eventos

28 de marzo 2021

Participación en evento de la IAPP sobre e-privacy el 28 de marzo: El Reglamento de ePrivacy a debate.

Más información aquí

06 de mayo 2021

La publicidad digital y las propuestas de Digital Services Act y Digital Markets Act

El 6 de mayo de 2021 organizamos un evento, junto con IAA Italia, y el apoyo de IAB Europe e IAB Portugal em IAB Grecia en el que analizamos las ventajas, inconvenientes y retos de las propuestas legislativas de la Comisión Europea para los mercados digitales y, en concreto, qué impacto puede tener para el mercado de la publicidad digital en Europa.

Convocatoria aquí
Vídeo disponible aquí.

6 Área de Formación

6 Área de Formación

Desde IAB Spain, seguimos apostando por el crecimiento profesional a través de uno de los pilares clave de la asociación: La formación.

Seguimos creando grandes profesionales para la industria publicitaria digital y adaptándonos rápidamente a la nueva situación, creando programas de calidad y prestigio en formato 100% Online, para hacer accesible la formación a todo aquel que la requiera.

Detectamos rápidamente las grandes demandas y tendencias del mercado por lo que renovamos cada año las temáticas y los contenidos de nuestras formaciones, ofreciendo un gran abanico formativo: Cursos Intensivos, Cursos Superiores, Píldoras Formativas, Formación In Company y Sesiones Formativas Gratuitas.

+1600 ALUMNOS

+250 ALUMNOS

Cursos Intensivos

10 Cursos Intensivos **100% Online** y más de **250 alumnos** formados en esta disciplina.
Formación de 3 horas en áreas específicas impartidas por **profesionales en activo**.

2020

28 JUL | De 16h. a 19h. Generación Z: La estrategia para convertirte en una marca TOP dentro de una comunidad de nativos digitales.

10 DIC | De 18h. a 21h. Performance – Marketing de Afiliación

2021

27 ENE | De 18h. a 21h. La creatividad como clave del éxito. El proceso creativo.

24 FEBR | De 18h. a 21h. Twitch. Todo lo que necesitas saber para introducir tu marca en la plataforma de live streaming en tendencia. Sesión 1.

25 FEBR | De 18h. a 21h. Twitch. Todo lo que necesitas saber para introducir tu marca en la plataforma de live streaming en tendencia. Sesión 2.

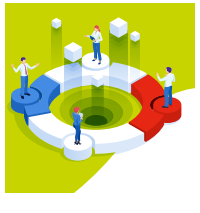
25 MARZ | De 18h. a 21h. Don't make ads, Make TikToks. Descubre más sobre el universo TikTok y todas sus posibilidades.

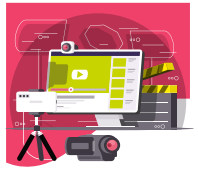
21 ABR | De 18h. a 19:30h. Marketing de Afiliación. Tendencias y evolución.

28 ABR | De 18h. a 19:30h. Marketing de Afiliación. Tendencias y evolución.

19 MAY | De 18h. a 21h. SEO y Branded Content. Herramientas para conquistar al usuario en la era del ruido.

25 MAY | De 18h. a 21h. YouTube. Un lugar para las marcas, cómo crear una estrategia owned media de éxito.



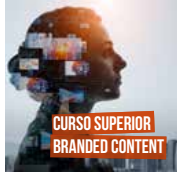


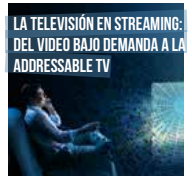
+450 ALUMNOS

Cursos Superiores

15 ediciones de Cursos Intensivos 100% Online y **más de 450 alumnos** formados en esta disciplina. **Formación de 25 a 40 horas** en las temáticas más demandadas por la industria, impartidas por profesionales en activo.

- **Claves del marketing en el sector de los Esports:**
  Del 17 de septiembre al 16 de octubre. Jueves de 18h. a 20h. y viernes de 16h. a 18h.
- **Branded Content:**
  Del 21 de septiembre al 19 de octubre. Lunes y miércoles de 18h. a 21h.
- **Compra-Venta Programática & Data:**
  Del 25 de septiembre al 31 de octubre. Viernes de 16h. a 20h. y sábados de 10h. a 14h.
- **Del vídeo Online a la Addressable TV:**
  Del 15 de octubre al 30 de octubre. Jueves de 18 a 21h. y Viernes de 16h. a 19h.
- **Marketing de Influencia:**
  Del 5 de noviembre al 4 de diciembre. Jueves de 18h. a 20h. y viernes de 16h. a 18h.
- **Trading de Compra Programática:**
  Del 13 de noviembre al 4 de diciembre. Viernes de 16h. a 20h. y sábados de 10h. a 14h.
- **Aspectos Legales y de Negocio de la Publicidad Digital:**
  Del 17 de noviembre al 17 de diciembre. Martes y jueves de 18h. a 21h.
- **Compra-Venta Programática & Data:**
  Del 29 enero al 27 de febrero. Viernes de 16h. a 20h. y Sábados de 10h. a 14h.
- **Claves del Marketing en el sector de los Esports:**
  Del 4 de febrero al 25 de marzo. Jueves de 18h. a 20h. y Viernes de 16h. a 18h.
- **Branded Content:**
  Del 8 de marzo al 8 de abril. Lunes y miércoles de 18h. a 21h.
- **La televisión en Streaming: del vídeo bajo demanda a la addressable TV:**
  Del 9 de abril al 23 de abril. Viernes de 16h. a 20h. y sábados de 10h. 14h.
- **Trading y Compra Programática:**
  Del 7 de mayo al 11 de junio. Viernes de 16h. a 20h. y sábados de 10h. a 14h.
- **Marketing de Influencia y Redes Sociales:**
  Del 13 de mayo al 24 de junio. Jueves de 18h. a 20h. y viernes de 16h. a 18h.
- **Compra-Venta de Publicidad Programática & Data:**
  Del 14 de mayo al 12 de junio.
- **Branded Content:** del 25 de mayo al 24 de junio. Martes y jueves de 18h. a 21h.





Formación In Company

Formación planificada en exclusiva para cada compañía. Teniendo en cuenta sus objetivos y necesidades concretas.
Más de 10 compañías y 650 empleados formados
Compañías formadas: Grupo Puig, Grupo Hearst, Huawei, CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia), Universidad Nebrija, Vocento, Posterscope, Bee Digital (Páginas Amarillas), Mediaset/Publiespaña, À Punt (Radiotelevisión Valenciana).

IAB Spain Academy

IAB Spain ha puesto en marcha IAB Spain Academy, su academia online para profesionales de la industria del marketing y el negocio digital.

Los avances en el entorno digital se producen a una velocidad vertiginosa. Conocerlos y dominarlos es clave para el presente y futuro de los profesionales de la industria.

La oferta de formación de IAB Spain Academy responde a una clara necesidad de las empresas en contar con expertos y profesionales especializados. Por ello, su programa formativo está focalizado en abordar las disciplinas que a día de hoy están definiendo el futuro del marketing digital de una manera práctica, innovadora y flexible.

Be a pro.

AMAZON

Estrategias innovadoras, modelos de negocio efectivos y mejores prácticas en Amazon

Por Alba Domínguez, Nacho Quintero y Cristina Castillo

ASISTENTE VIRTUAL

Asistentes Virtuales

Por Fernando Cano, Juan Antonio Piñuela y Alonso Cano

La voz como nueva protagonista

MARKETING

Publicidad programática multicanal

Por Mikel Lekaroz.

Sumérgete en el modelo dominante de compra y venta de publicidad digital.

GROWTH

Growth Marketing y Pirate Metrics

Por Salvatore Cospito.

Aplica estrategias de marketing utilizando nuevas reglas y paradigmas.

7

Actividades Institucionales y de Industria

Siguiendo con la clara voluntad marcada por la Junta Directiva de IAB Spain de ampliar la presencia de la asociación y su relevación a nivel institucional y de industria, ha continuado con la actividad de apoyo y defensa de la industria en un año clave para la misma.

A continuación, se detallan brevemente los proyectos más relevantes de entre todos los llevados a cabo.

Transparency, Consent & Privacy Framework (TCPF): La solución de IAB Spain para el mundo sin cookies de tercero

tcpf Transparency Consent and Privacy Framework

En febrero de 2020, se constituyó formalmente el grupo de trabajo denominado Innotech. Este grupo, promovido por la Junta de IAB Spain, está formado por distintos asociados que voluntariamente trabajan para trasladar de manera sencilla y comprensible los avances y desarrollos tecnológicos de la industria al resto de asociados así como representar a IAB Spain en los foros y grupos de trabajo de REARC, IAB EU y W3C para los desarrollos de soluciones que sustituyan a los cookies de terceros a partir del segundo semestre de 2023.

Los miembros de Innotech, ante la inexistencia de soluciones viables que permitan al ecosistema publicitario digital, y sobre todo a los pequeños y medianos editores poder continuar con una fuente de negocio crítica para su supervivencia, han desarrollado el Transparency, Privacy and Consent Framework (TCPF) que basado en el Transparency and Content Framework (TCF) de IAB EU, que añadiendo una nueva capa de privacidad, permite trabajar con tráfico no logado a todo el ecosistema publicitario digital.

La solución ha sido presentada en diversos foros nacionales e internacionales con críticas muy favorables, encontrándose en desarrollo para poder lanzar en el último trimestre de 2021. Además, se está trabajando con distintas asociaciones a nivel local y europeo para ultimar su participación en esta solución de industria española y europea.

La Junta de IAB Spain ha aprobado una primera inversión en el desarrollo de la solución de 60.000€ a la espera de la entrada de otras asociaciones o empresas que colaboren en la misma.

La asociación quiere agradecer y destacar muy especialmente el trabajo de Manuel Merino, de Rich Audience; Salvatore Cóspito, de Datmean; Xavi Garrido de Prisa Brand Solutions; Agustin Pérez, de Sibbo Ventures, y los miembros de la Junta de IAB Spain, Jesús Carrera de CM Vocento y Mikel Lekaroz de Adbibo/Next14, sin los cuales no habría sido posible el desarrollo de esta solución clave para el futuro de nuestra industria.

Concurso de Medición Digital

Desde el punto de vista del desarrollo de la industria digital en España, IAB Spain ha formado parte de la Comisión de Seguimiento para el desarrollo y adjudicación del concurso para seleccionar a la empresa que desde el 1 de enero de 2022 será el medidor digital recomendado en nuestro país.

IAB Spain junto a la aea (Asociación Española de Anunciantes) y la AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), los 3 componentes de la citada Comisión de Seguimiento, trabajaron durante meses para, primero, lanzar el Pliego del Concurso de Medición de Audiencias Digitales, con el soporte de la consultora PwC, que fue la designada, asimismo, por concurso para realizar las citadas plicas, recepcionar y analizar las propuestas presentadas y, finalmente, presentar a la Comisión de Seguimiento un análisis en profundidad de las 4 recibidas para la toma de decisión final consensuada por parte de la Comisión del adjudicatario que resultó ser la empresa Gfk.

Durante todo el proceso, las 3 asociaciones estuvieron asesoradas por sus correspondientes Mesas Técnicas, que realizaron un trabajo exhaustivo asegurando que los requerimientos técnicos incluidos en el pliego dieran respuesta a las necesidades del mercado español.

Consejo Consultivo para la Transformación Digital

IAB Spain forma parte como Vocal del Consejo Consultivo para la Transformación Digital de España respondiendo a la invitación realizada por el Ministerio de Asunto Económicos y Transformación Digital. Esta iniciativa se enmarca dentro de la estrategia España Digital 2025 del Gobierno de España, siendo la misión de este Consejo y sus vocales asesorar al ministerio en el diseño de la propuesta de las políticas del Gobierno en materia de transformación digital, particularmente, en los ámbitos de las telecomunicaciones, infraestructuras digitales, el despliegue de redes y los servicios de comunicaciones electrónicas para garantizar la conectividad digital de los ciudadanos y empresas, los servicios de comunicación audiovisual, la digitalización de la economía, la Administración y la ciudadanía.

Durante 2021 se han mantenido diversas reuniones telemáticas tanto con la Ministra como con sus Secretarios de Estado para revisar el desarrollo de los proyectos incluidos en la citada estrategia España Digital 2025 con la participación de IAB Spain.

Madrid Fintech - Comisión de Silver Economy

IAB Spain ha sido incluida como socio del clúster **MADRID CAPITAL FINTECH (MAD FinTech)**, que es una asociación sin ánimo de lucro que nace por el impulso del **AYUNTAMIENTO DE MADRID**, con el liderazgo del **FORO ECOFIN**. MAD FINTECH reúne a empresas mercantiles, entidades financieras, asociaciones, centros de formación e instituciones, tanto públicas como privadas, que desarrollan actividades en el área de Madrid con vocación global y que se asocian libremente para impulsar el desarrollo del ecosistema FinTech en Madrid y desde Madrid en proyección internacional. IAB Spain ha participado activamente en la Comisión de Silver Economy para realizar el Libro Blanco del mismo nombre.

MAD FinTech

Pacto digital

IAB Spain apoyó y participó en el Pacto Digital hecho público por la AEPD para la protección de las personas, una iniciativa que forma parte del Marco de Responsabilidad Social y Sostenibilidad de la Agencia y que promueve un gran acuerdo por la convivencia en el ámbito digital.

Carta a la Administración española

IAB Spain apoyó la carta abierta lanzada por las organizaciones World Federation Of Advertisers, European Association of Communications Agencies y EGTA (European Group of Television Advertising,) en representación de la industria publicitaria y de marketing mundial, europea y española. Esta carta abierta a la Administración española reivindica el papel impulsor del sector publicitario en la economía y el empleo de España. IAB Spain se adhiere a esta iniciativa surgida ante la preocupación por las crecientes iniciativas para restringir la actividad publicitaria en España.

IAB Spain en Junta Directiva de otras asociaciones

Miembro de la Junta Directiva de Autocontrol

IAB Spain, representada por su directora general Reyes Justribó, resultó re-elegida como miembro de la Junta Directiva de Autocontrol, para los dos próximos años, en la Asamblea General anual celebrada el 9 de junio de 2021.

IAB Spain seguirá contribuyendo, desde su posición en la Junta de Autocontrol, al desarrollo de la autorregulación en el mercado español y por una práctica publicitaria responsable, ejemplo en toda Europa.

Miembro del Board de IAB Europe

En la Asamblea General anual de IAB Europe, celebrada el 16 de junio de 2021, IAB Spain fue elegida entre las 18 IABs europeas para ocupar una de las 10 vocalías correspondientes a las IABs nacionales en el Board de IAB Europe. Reyes Justribó, representará a nuestra asociación en un momento clave de la industria, llevando la voz de los asociados españoles al foro clave de decisión de IAB Europa durante los dos próximos años.

Podcast de PwC

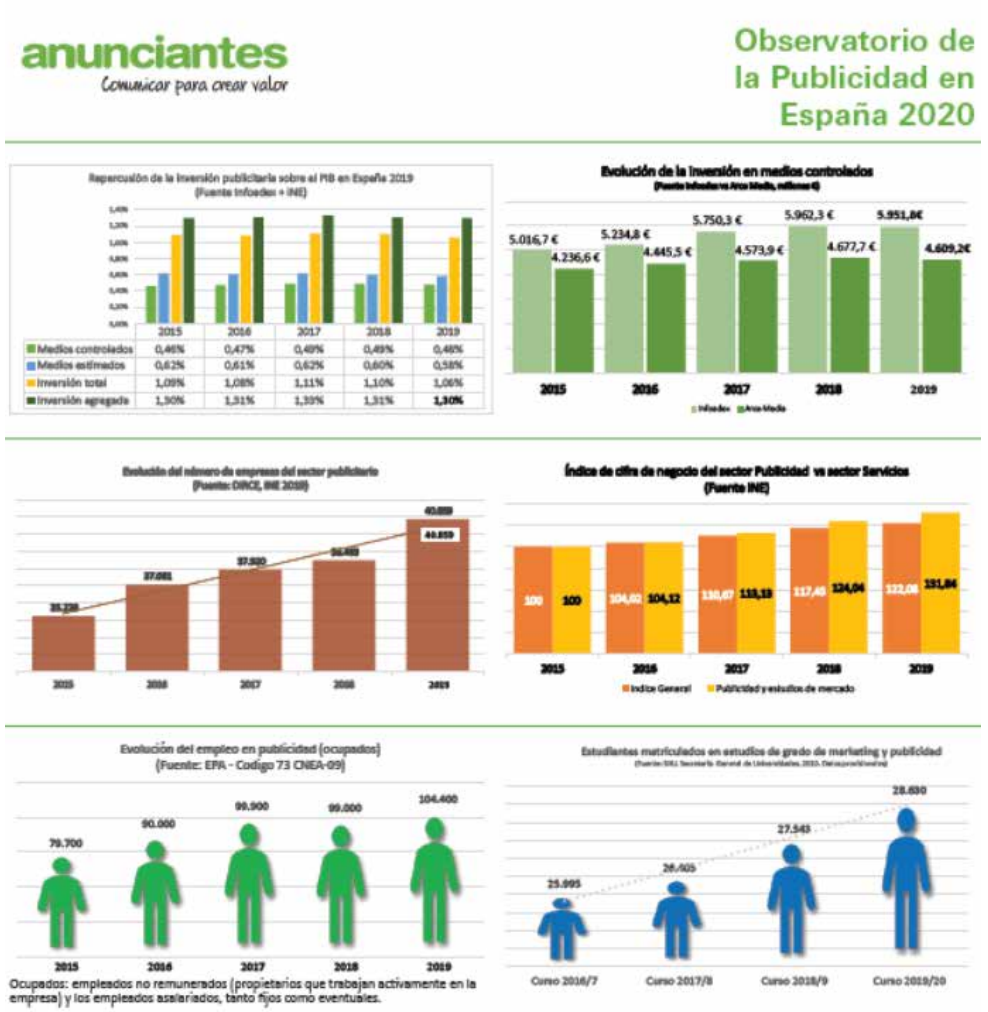
Ángel Fernández, presidente de IAB Spain; Belén Acebes, COO de IAB Spain; Alberto Gutiérrez, director de Entretenimiento y Medios de PwC España; e Iñigo Amezqueta, manager de Entretenimiento y Medios de PwC España, mantuvieron un encuentro en el que comentaron las principales conclusiones del Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales 2020 de IAB Spain.

Publicidad Sí

IAB Spain apoyó y participó en el manifiesto "Por el futuro de la publicidad" lanzado por "¡Publicidad, sí!", constituida por IAB Spain y otras 18 empresas y organizaciones del sector, en el que ofrece al Gobierno su colaboración para construir un modelo regulatorio que marque el futuro de la publicidad.

Observatorio de la Publicidad en España

IAB Spain participó en la sexta edición del Observatorio de la Publicidad en España 2020 de la Asociación Española de Anunciantes. En este informe, además de IAB Spain, participaban asociaciones de este mercado como anunciantes, empresas de publicidad y comunicación, empresas de comunicación digital, consumidores y usuarios de la comunicación, y agencias de publicidad y de medios, y ha sido realizado por el Foro de la Comunicación que agrupa a 16 universidades con la misión de ahondar en las tendencias de este sector.



8

IAB Spain y sus Asociados en los medios de comunicación

iab spain

8 IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

De julio de 2020 a junio de 2021, IAB Spain ha conseguido una repercusión en medios por un valor publicitario equivalente a más de 6 millones de euros con un total de 2.190 impactos y una audiencia estimada de 392.000.000 millones, según datos de la herramienta de monitorización de medios utilizada por IAB Spain.

Medios nacionales, regionales y especializados se han hecho eco de las distintas acciones de comunicación realizadas por IAB Spain para dar a conocer sus Estudios, Informes, Libros Blancos, así como las iniciativas institucionales y la relacionadas con la actividad del sector legal y de formación. A continuación, una pequeña muestra de la visibilidad mediática conseguida en los diferentes tipos de medios.

8 IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios Nacionales

TVE

Entrevista a Belén Acebes sobre Estudio Audio Digital 2021.

A partir del minuto 41

El País

Estudio de eCommerce 2020

La Vanguardia

Libro Blanco de Branded Content y Publicidad Nativa

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios Nacionales

europapress / portaltic / socialmedia

Las redes sociales se consolidan como canal de consulta e influencia para las compras

Archivo - Redes sociales. - DOLE777 / UNSPLASH - Archivo

MADRID, 5 May. (Portaltic/EP) -

Las redes sociales se consolidan como plataforma de información y consulta antes de realizar compra, sobre todo entre los usuarios jóvenes, quienes ven estos servicios como un canal con alto potencial de influencia en su decisión de compra final.

El estudio 'Redes Sociales en España 2021', elaborado por Elogia y patrocinado por PredActive para IAB Spain, muestra que el 45 por ciento de los encuestados

Europa Press
Estudio de RRSS 2021

EL PAÍS — TECNOLOGÍA

PRIVACIDAD

El fin de las 'cookies' de terceros: ¿hacia una nueva era del negocio digital?

Los cambios legislativos, la presión social y la propia actualización de la tecnología llevan a un modelo de internet en el que todavía está por definirse cómo se recopilarán los datos de los usuarios

El País
Entrevista al departamento jurídico de IAB Spain

El País Extra
29 Enero, 2021

PAÍS: España
PÁGINAS: 10
TARIFA: 54000 €
ÁREA: 875 CM² - 100%

FRECUENCIA: Variable
O.J.D.: 84255
E.G.M.: 951000
SECCIÓN: TECNOLOGIA

inteligencia artificial

La IA revoluciona la publicidad programática

El País
Estudio de Inversión Publicitaria 2019

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios Nacionales

El niño más rico del mundo es 'youtuber', ¿por qué deberían los padres vigilar qué dice a sus hijos?

Todo lo que hay que saber sobre el 'unboxing infantil'

JAN TEPASS / GETTY IMAGES/WESTEND61

AMINE FILIPPI
24 ENE 2021 - 00:30 CET

Los *youtubers* infantiles están en la cresta de la ola. Sus canales forman parte del contenido más popular de YouTube, y uno de los formatos más populares entre estos pequeños *influencers* es el *unboxing*. Es ese momento en el que, con cierta habilidad y emoción, los protagonistas abren juguetes nuevos y los prueban, pasándoselo en grande delante de sus seguidores, que, por cierto, también son menores. Dentro de lo que cabe, hasta ahí todo es normal, según comenta el psicólogo clínico y experto en adicciones Sergio García Soriano.

El País

Entrevista al departamento jurídico

20 minutos ESPECIAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL

JUEVES, 27 DE MAYO DE 2021

AÚN MÁS CONECTADOS

El mundo digital ha experimentado un impulso inesperado a causa de la actual crisis sanitaria, una tendencia global que llega para quedarse

EMS

Hace poco más de un año, las vidas de los ciudadanos de todo el mundo –y en especial las de los españoles– estaban a punto de cambiar de forma radical. El virus SARS-CoV-2 era hasta el mes de marzo casi un completo desconocido para todos, excepto para China, donde la enfermedad se expandía sin freno, confinando la ciudad de Wuhan y creando imágenes dignas de una película de ciencia ficción.

Desde su llegada, el coronavirus ha cambiado la forma de relacionarnos y ha intimidado nuevas reglas que precisan un mayor uso de la red para seguir en contacto con la realidad.

Como resultado, la transformación digital ha acelerado su penetración en España. Multitud de sectores han tenido que cambiar sus modelos de negocio para adaptarse a una realidad distinta, donde internet es la mejor herramienta para sobrevivir en una

PASA A LA PÁGINA SIGUIENTE

20 minutos

Estudio de E-commerce 2020

LA VANGUARDIA

COMUNICADO DE EMPRESA (REMITIDO)

¿Por qué Twitch, TikTok y pódcast se han convertido en canales información?

• (Información remitida por la entidad que la firma:) "Expertos en comunicación debatirán sobre estas nuevas plataformas y su futuro en el actual sistema informativo. El consumo de pódcast ha aumentado un 25 % durante el confinamiento, según un estudio de Voxnest, y ya es el formato elegido por una de cada cuatro personas en España. Del mismo modo, Twitch y TikTok han conseguido situarse como una de las redes que crecen de forma más significativa este año 2021, según el informe Iab Spain. La red d

AGENCIAS
13/05/2021 11:20

(Información remitida por la entidad que la firma:)

"Expertos en comunicación debatirán sobre estas nuevas plataformas y su futuro en el actual sistema informativo.

El consumo de pódcast ha aumentado un 25 % durante el confinamiento, según un estudio de Voxnest, y ya es el formato elegido por una de cada cuatro personas en España. Del mismo modo, Twitch y TikTok han conseguido situarse como una de las redes que crecen de forma más significativa este año 2021,

La Vanguardia

Estudio de RRSS 2021

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios Nacionales

Anuncios Especial

PAÍS: España
PÁGINAS: 46-48
TARIFA: 7094 €
ÁREA: 998 CM² - 252%

FRECUENCIA: Variable
O.J.D.:
E.G.M.:
SECCIÓN: MAGAZINE

21 Junio, 2021

EMPRESAS

MIS DIEZ APRENDIZAJES SOBRE LIDERAZGO FEMENINO

Decálogo de consejos para acelerar en el camino hacia la igualdad real

CLARAMENTE, NADIE ESTÁ PREPARADO PARA ASUMIR UNA MAYOR RESPONSABILIDAD DE UN DÍA PARA OTRO, Y ESO DA OBERTO VÉRTIGO. PERO NO SIGNIFICA QUE NO DEBAMOS ACEPTAR EL RETO CON ENTUSIASMO

Revista Mujeres a Seguir
Artículo de opinión de Reyes Justribó

COPE

Actualidad

Elecciones

Elecciones Elecciones Municipales Autonómicas y Europeas Elecciones generales Elecciones Catalanas

CORONAVIRUS INTERNET

La pandemia dispara el consumo de Instagram, TikTok y Twitter

La pandemia ha disparado en el último año el consumo de Instagram en un 83 % y de TikTok y Twitter en un 63 % en ambos casos, mientras ha caído el de Facebook y YouTube (72 % y 67 % menos respectivamente), según un estudio que analiza cómo la covid ha sacudido la frecuencia con la que se usan las redes sociales. El estudio de redes sociales 2021, elaborado por la asociación de publicidad, marketing y comunicación digital en España IAB Spain, mantiene que un 85 % de los inte

Cope
Estudio de RRSS 2021

EL INDEPENDIENTE

Economía

La pandemia impulsa el crecimiento de Instagram y TikTok y hunde a Facebook

EL INDEPENDIENTE

Instagram

Es un mundo nuevo. Es hora de estrenarlo juntos.

Descúbrelo

Instagram CC

La pandemia ha sacudido la utilización de las redes sociales en España, donde se ha registrado un importante auge de Instagram y de TikTok (y en menor medida de Twitter), mientras que experimentan una notable caída

El Independiente
Estudio de RRSS 2021

rne
Entrevista a Belén Acebes sobre Estudio de RRSS 2021 en Las mañanas de RNE con Íñigo Alfonso

Escuchar aquí (minuto 40)

Radio 5
Entrevista a Belén Acebes sobre Estudio de RRSS 2021 en Programa 5.0 de Radio 5

Escuchar aquí

Programa 5.0 de Radio 5
Entrevista a Belén Acebes sobre Estudio de RRSS 2021
Escuchar aquí

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios Económicos

Cinco Días
PAÍS: España
PÁGINAS: 30
TARIFA: 10260 €
ÁREA: 912 CM² - 76%
FRECUENCIA: Lunes a sábados
O.J.D.: 18523
E.G.M.: 45000
SECCIÓN: ESPECIAL

6 Mayo, 2021

Fortuna

LAS MARCAS, ANTE EL RETO DE MANTENER EL INTERÉS EN LAS REDES

El porcentaje de usuarios que sigue a las empresas en las plataformas sociales ha caído 32 puntos en tres años

Estas aplicaciones funcionan como un canal más en la atención al cliente

Comportamiento de las marcas en las redes sociales

Instagram crece en popularidad, mientras que Facebook pierde adeptos

El 68% de los consumidores se informa sobre los productos a través de estas aplicaciones

Cinco Días
Estudio de RRSS 2021

Expansión
PAÍS: España
PÁGINAS: 12
TARIFA: 1740 €
ÁREA: 107 CM² - 10%

18 Mayo, 2021

Desarrollo de la solución informática TCPF para la industria publicitaria digital

IAB SPAIN La asociación de publicidad, márketing y comunicación digital en España (IAB Spain) desarrollará TCPF (*Transparency, Consent and Privacy Framework*), que ofrece una solución a la industria publicitaria digital. TCPF permite la segmentación del tráfico no registrado, asegurando que el ecosistema publicitario mantenga su capacidad de generar resultados de alto valor en un escenario sin *cookies*. TCPF es una solución independiente de la industria publicitaria creada por y para los actores del ecosistema publicitario, y estará disponible a lo largo del tercer trimestre de 2021.

Cinco Días
Estudio de RRSS 2021

capital

Instagram, TikTok y Twitter, las redes sociales líderes de la pandemia

Capital
Estudio de RRSS 2021

Expansión Jurídico
PAÍS: España
PÁGINAS: 1,4
TARIFA: 21010 €
ÁREA: 1180 CM² - 110%
FRECUENCIA: Semanal
O.J.D.: 18608
E.G.M.: 125000
SECCIÓN: PORTADA

23 Marzo, 2021

CONSUMO

La publicidad online busca su salida en el laberinto legal de las 'cookies'

Los anunciantes recaban una gran cantidad de información de los usuarios. Este tipo de recogida, según la regulación, debe ser limitada y el cliente tiene que ser advertido sobre cómo se realiza.

Multas por el estudio de los consumidores

Expansión
Estudio de Inversion Publicitaria en Medios Digitales 2020

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios Económicos

Cinco Días Pymes
PAÍS: España
PÁGINAS: 3
TARIFA: 16200 €
ÁREA: 1200 CM² - 100%
FRECUENCIA: Mensual
O.J.D.: 16623
E.G.M.: 46000
SECCIÓN: MARKETING
17 Marzo, 2021
Marketing digital
TikTok, el mayor aliado para llegar a la generación Z y milenial

Cinco Días
Estudio de RRSS 2021

elEconomista
PAÍS: España
PÁGINAS: 33
TARIFA: 8016 €
ÁREA: 564 CM² - 55%
FRECUENCIA: Lunes a sábados
O.J.D.: 9761
E.G.M.: 68000
SECCIÓN: BOLSA
1 Febrero, 2021
La pandemia acentúa los retos del sector logístico en la última milla
En Cataluña el ritmo de reparto alcanza los tres paquetes por segundo, según la Generalitat
La entrega de mercancías puerta a puerta obliga a repensar el modelo para hacerlo sostenible

El Economista
Estudio E-commerce 2020

Forbes
MANIFIESTO
IAB promueve el 'Manifiesto por una Publicidad Digital Sostenible'

Forbes
Manifiesto por una Publicidad Digital Sostenible

Cinco Días
PAÍS: España
PÁGINAS: 6
TARIFA: 7155 €
ÁREA: 636 CM² - 53%
FRECUENCIA: Lunes a sábados
O.J.D.: 19793
E.G.M.: 42000
SECCIÓN: EMPRESAS
13 Octubre, 2020
Actualización del iOS 14
Apple acorrala a Facebook por la privacidad de los datos y la publicidad personalizada

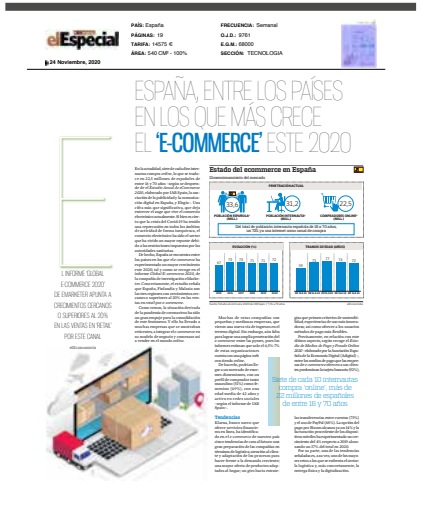
Cinco Días
Estudio de Inversion Publicitaria en Medios Digitales 2019

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios Económicos

Cinco Días
Estudio de RRSS 2021

Expansión
Estudio de Inversion Publicitaria en Medios Digitales 2020



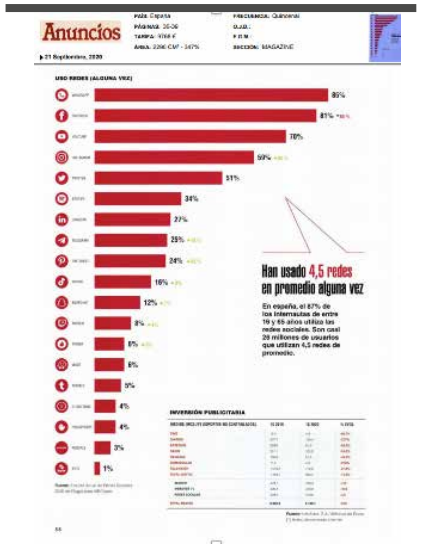
El Economista
Estudio eCommerce 2020

Revista Capital
Entrevista a Reyés Justribó

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios de Marketing y Publicidad

Revista Control
Estudio de Audio Digital 2021



Anuncios
Estudio de RRSS 2021

MarketingNews
Libro Blanco de Publicidad Programática

MarketingDirecto
Presentación TCPF

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios de Marketing y Publicidad

PRnoticias
'Manifiesto por una Publicidad Digital Sostenible'

El Programa de La Publicidad
Infografía sobre el Ecosistema de Publicidad Programática

El Periódico de la Publicidad
IAB Spain Academy

IPmark
Informe Top Tendencias Digitaes 2021

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios de Marketing y Publicidad

Anuncios

PAÍS: España
PÁGINAS: 38
TARIFA: 1154 €
ÁREA: 271 CMP - 41%

FRECUENCIA: Quincenal
O.J.D.:
E.G.M.:
SECCIÓN: MAGAZINE

7 Septiembre, 2020

iab! Curso Superior de eSports

DOMINA EL ECOSISTEMA DE LOS ESPORTS

IAB pone en marcha un programa docente sobre 'e-sports'

EL CURSO OFRECERÁ LAS CLAVES DEL MARKETING EN EL SECTOR DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS

PROFESORES

Anuncios
Libro Blanco de Esports

interactive

Tu web de marketing digital

Inicio | Revista Interactiva | Secciones | Videos | Blogs | Contacto | Newsletter

Formación y estudios

Las 13 tendencias digitales para 2021

Comparte

Miércoles, 10 de febrero 2021

IAB Spain presenta su informe "Top Tendencias Digitales 2021", que ofrece una visión global del mercado digital a partir de trece tendencias que abarcan aspectos como el audio digital, el branded content, los eSports, los influencers y la programática, entre otros muchos.

IAB Spain ha presentado una nueva edición de "Top Tendencias Digitales 2021", un informe elaborado por algunas de las principales Comisiones de Trabajo de IAB Spain y patrocinado por Adevinta Spain que muestra las claves del negocio digital en 2021.

Audio digital

Para finales del 2021 se prevé que 1 de cada 3 dispositivos inteligentes sea un altavoz. Esto hará que un mayor número de marcas tengan en cuenta acciones *devoiced-activated marketing*, que ayudan a posicionarse mejor en

Interactiva
Informe Top Tendencias Digitales 2021

el publicista

PAÍS: España
PÁGINAS: 18-19
TARIFA: 3642 €
ÁREA: 744 CMP - 155%

FRECUENCIA: Quincenal
O.J.D.:
E.G.M.:
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Marzo, 2021

Resultados históricos
Comparativa anual total inversión

Resultados 2020
La inversión en Publicidad Digital supera un año más los 3.000 M€

3.029,5 M€
Total inversión publicidad digital

Inversión en DOOH

Inversión en audio online y televisión conectada

Inversión en marketing de afiliación

Inversión en influencers & eSports

Conclusiones

Silvia Fernández

El Publicista
Estudio de Inversión Publicitaria 2020

IAB Spain y sus asociados en los medios de comunicación

Medios Regionales

Faro de Vigo
Estudio E-commerce 2020

Canarias 7
Estudio de RRSS 2020

Heraldo de Aragón
Estudio E-commerce 2020

Deia
Observatorio de Marcas en RRSS 2020

La Tribuna de Cuenca
Estudio E-commerce 2020

Canarias Noticias
Estudio E-commerce 2020

MallorcaDiario.com
Estudio RRSS 2021

Faro de Vigo
Influencers, una profesión en toda regla

MEMORIA_

JULIO 2020
JULIO 2021

iab.spain