



GfK, medidor mejor valorado en el concurso para la medición digital en España

Madrid, 12 de marzo de 2021.- La Comisión de Seguimiento para el Concurso de la Medición Digital en España, compuesta por aea, AIMC e IAB Spain, ha decidido, de manera consensuada, que la propuesta presentada por GfK es la que mejor se ajusta a las necesidades requeridas en la Petición de Ofertas de Servicios (RFP), habiendo obtenido la mejor valoración de las ofertas presentadas.

A partir de ahora se abre un periodo de negociación entre la Comisión de Seguimiento y GfK para abordar determinados aspectos de la propuesta, tanto técnicos como económicos, que ayuden a seguir perfilando la medición de audiencias digitales que potencie el desarrollo del negocio digital.

La fecha de inicio de la puesta en marcha del servicio del nuevo medidor está prevista para el 1 de enero de 2022, por lo que la Comisión de Seguimiento marcará la hoja de ruta para llevar a cabo la implementación.

La Comisión de Seguimiento agradece a todos los participantes: Comscore -con Kantar y Telefónica-, IPSOS y Nielsen, las propuestas presentadas que han ayudado a tener una visión más completa de la realidad de un mercado tan complejo como es el digital. Asimismo, agradece la dedicación y profesionalidad de los miembros integrantes de las mesas técnicas, de cada una de las asociaciones, que han estado involucrados durante todo el proceso.

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.
