



GfK, medidor recomendado en el concurso para la medición digital en España

18 de mayo de 2021.-GfK ya es el medidor recomendado por la industria publicitaria tras haberse concluido satisfactoriamente el periodo de negociación abierto tras designarse, en el pasado mes de marzo, como medidor mejor valorado en el concurso para la medición digital en España.

La Comisión de Seguimiento para el Concurso de la Medición Digital en España (CS) - compuesta por aea, AIMC e IAB Spain- ha abordado determinados aspectos de la propuesta, tanto técnicos como económicos, y se ha consensuado, entre todas las partes, que sea definitivamente GfK el medidor que empezará a dar servicio a partir del 1 de enero de 2022. La duración se ha establecido en un periodo de cuatro años.

Según la Comisión de Seguimiento, constituida como Comisión Permanente para el análisis del control y seguimiento de todos los compromisos establecidos, GfK ha demostrado su capacidad tecnológica y disposición para dar respuesta y solución a las necesidades y retos que se plantean en nuestro mercado.

La CS agradece su dedicación y esfuerzo a todos los integrantes de este proceso, tanto a GfK como a las empresas y profesionales que han participado en el concurso, así como a las mesas técnicas de trabajo que han estado involucradas para obtener la mejor solución en un mercado tan complejo como es el de la medición digital.

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 50% en inversión digital y en el total medios.

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.

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.
