

Comunicado de la Comisión de Seguimiento de la Medición de Audiencias Digitales en España y GfK

Madrid, 26 de enero de 2022.- Ante los primeros datos publicados por GfK DAM a sus clientes, como medidor recomendado por la industria publicitaria, la Comisión de Seguimiento constituida en Comisión Permanente para el análisis del control y seguimiento de todos los compromisos establecidos, integrada por la aea, AIMC e IAB Spain, ha acordado juntamente con GfK, el establecimiento de una auditoría del panel que da soporte a su herramienta.

La validación y oficialización de los datos por parte de la Comisión de Seguimiento estará fundamentada en los resultados de dicha auditoría. De este modo, se garantizará al mercado la calidad de la medición y la máxima transparencia, confiabilidad y rigor del proceso.

La Comisión de Seguimiento agradece el desempeño acometido por GfK para llevar a cabo los compromisos establecidos, demostrando su capacidad tecnológica y disposición para ir dando respuesta y soluciones, en tiempo récord, a las necesidades y retos que se le han ido planteando tanto por parte de la Comisión de Seguimiento como por el grupo de trabajo técnico. Asimismo, agradece su dedicación a todos los que se han involucrado en este objetivo de constituir la mejor medición de audiencias digitales en España.

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.

GfK. Growth from Knowledge

Durante más de 85 años, nos hemos ganado la confianza de nuestros clientes en todo el mundo al resolver cuestiones críticas para el negocio en sus procesos de toma de decisiones sobre consumidores, mercados, marcas y medios. Nuestros fiables datos y hallazgos, junto con capacidades avanzadas de IA, han revolucionado el acceso a recomendaciones en tiempo real que impulsan el marketing, las ventas y la efectividad de las organizaciones de nuestros clientes y partners. Así es como prometemos y proporcionamos "Growth from Knowledge".

Como organización global, estamos presentes en más de 50 países del mundo. En España, ocupamos el segundo lugar en el ranking empresarial elaborado por Insights & Analytics (antes ANEIMO y AEDEMO) y contamos con una plantilla superior a las 300 personas, distribuidas en nuestras oficinas de Madrid, Barcelona y Valencia. Para más información visite www.GfK.com/es