



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

*Madrid.-17 de mayo de 2022.-*La Comisión de Seguimiento de la Medición de Audiencias Digitales en España, integrada por la Asociación Española de Anunciantes (aea), la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) y el Interactive Advertising Bureau Spain (IAB Spain), constituida en Comisión Permanente en donde se controla el seguimiento de todos los compromisos establecidos por GfK DAM, medidor recomendado, comunica que:

- Tras los resultados de la auditoría realizada por el auditor OJD junto con el departamento de Economía de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), al panel que da soporte a la herramienta de medición de audiencias digitales GfK DAM, valida y oficializa los datos aportados por dicha herramienta.
- La validación y oficialización de estos datos por parte de la Comisión de Seguimiento (CS) está fundamentada en los resultados de dicha auditoría y de este modo se garantiza al mercado la calidad de la medición y la máxima transparencia, confiabilidad y rigor del proceso.
- La CS es consciente de que el estudio tiene que continuar haciendo ajustes, de acuerdo con el pliego de condiciones y con los criterios de la CS. Para ello trabajará con GfK de forma continuada marcando las prioridades y plazos. La CS ha valorado la importancia de que el mercado pueda ya contar con un dato oficial. Así, continuará con el trabajo de control del cumplimiento de todos los términos comprometidos por el medidor y priorizará y marcará una hoja de ruta en la que se incorporarán, sucesivamente, las mejoras y se realizarán los informes que se consideren necesarios.
- Igualmente, se irán llevando a cabo nuevas auditorías que certifiquen todo lo anterior, esta ha sido la inicial, pero tendrá continuidad.

La CS 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.