

# Tecnología, creatividad y datos: las 3 claves del modelo de negocio de los medios

**EXTE, adtech líder, con casi 33 millones de usuarios únicos en España y un alcance del 81,2% del total de la audiencia en Internet, explora las formas en que los editores pueden sobrevivir y prosperar en un entorno online volátil**

La industria editorial no es ajena a los cambios, y actualmente se encuentra en un período de transformación sin precedentes. Estos cambios están impulsados por la tecnología, las cambiantes demandas de los lectores, el cumplimiento de la normativa y los objetivos tanto periodísticos como económicos. Por ello, para mantener un crecimiento sostenible es necesario establecer relaciones sólidas tanto con las audiencias como con los partners tecnológicos y los anunciantes.

Leyes como la Normativa General Europea de Protección de Datos (GDPR) están redefiniendo la forma en que los publishers pueden recopilar y utilizar los datos. A esto se suma la desaparición de las cookies de terceros, que hasta ahora han sido el pilar del seguimiento, la medición y la segmentación de audiencias en el ecosistema de la publicidad digital.

## Liderar con datos first party

Con la desaparición progresiva de las cookies de terceros, algo que sigue ocurriendo a pesar del freno a su desaparición total por parte de Google, y las crecientes regulaciones de privacidad de datos como GDPR, los editores están tomando medidas para asumir un mayor control sobre sus datos y flujos de ingresos. Esta evolución les permite construir relaciones más sólidas con los anunciantes al ofrecer datos de origen obtenidos bajo el consentimiento y la transparencia.

"Al comprender mejor a sus audiencias, sus preferencias y su atención, los editores pueden ofrecer campañas publicitarias más efectivas y personalizadas, generando así un valor añadido tanto para los anunciantes como para los usuarios finales", señala Álvaro Pastor, CMO de EXTE.

## El poder de la tecnología contextual

La capacidad de los medios para recopilar información de sus audiencias, no solamente cuantitativa, sino también cualitativa, junto a los avances tecnológicos en el sector publicitario, ha permitido aumentar la relevancia de las campañas y el engagement de los usuarios.

Una de las claves para lograrlo es la tecnología contextual gracias a la cual los editores pueden seguir mostrando publicidad, pero de manera más personalizada, basada y segmentada en función de los intereses de la audiencia y consiguiendo que sea percibida de manera menos intrusiva, lo que aumenta la efectividad de las campañas y mejora la experiencia del usuario, especialmente cuando se lleva a cabo mediante formatos innovadores.

"La combinación de tecnología contextual y publicidad nativa ha demostrado ser una combinación

efectiva tanto para anunciantes como para medios de comunicación. Mientras a los primeros les permite llegar a la audiencia objetivo de una manera más orgánica y respetuosa, a los segundos les ofrece una monetización sin sustos sin sacrificar los intereses de sus audiencias", explica Álvaro Pastor, CMO de EXTE.

#### Creatividad y personalización a través de la IA

Teniendo en cuenta que, según el Estudio sobre el Estado de la Privacidad Digital de IAB Spain, los internautas más jóvenes muestran un mayor interés en experiencias de navegación personalizadas y mayor conectividad, la inteligencia artificial ha abierto camino a nuevas formas de llegar al público.

"El gran reto es llegar a los usuarios correctos en el momento adecuado y, sobre todo, mediante creatividades capaces de sorprenderles. Para buscar ese efecto 'wow' la IA es, sin duda, una herramienta clave. Las capacidades tecnológicas de EXTE junto a los formatos exclusivos y el talento interno, permite ofrecer soluciones adaptadas a las necesidades de cada cliente, garantizando una experiencia óptima para anunciantes, editores y, por supuesto, para la audiencia", concluye Álvaro Pastor.

#### **Datos de contacto:**

EXTE  
EXTE  
674856294

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#) [Digital](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>