
InfoOnline, Triton Digital Canada, comScore, The NRV Alliance y Grupo Marktest, aspirantes a convertirse en el referente de la medición online en España

- El principal objetivo del concurso convocado por IAB Spain, AIMC y aea es establecer un sistema de medición digital que se constituya en el referente nacional de la medición de audiencias y contratación de campañas publicitarias digitales gracias a su utilización generalizada por parte de los anunciantes, las agencias de medios y los medios digitales.

Madrid. 26 de febrero de 2018.- El Interactive Advertising Bureau ([IAB Spain](#)), la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación ([AIMC](#)) y la Asociación Española de Anunciantes ([aea](#)) han presentado hoy, lunes, 26 de febrero, las empresas participantes en el concurso para conseguir un sistema de medición digital que sirva de referente para la compraventa publicitaria en el mercado español: [InfoOnline](#); [Triton Digital Canada](#); [comScore](#); [The NRV Alliance](#) ([nPeople](#), [Research Now](#) y [Verto Analytics](#)) y [Grupo Marktest](#).

Todas ellas han presentado sus propuestas, estando pendiente una primera revisión por parte de la Mesa de Contratación sobre el cumplimiento de las bases mínimas, siguiendo los requerimientos solicitados.

Propuesta ganadora

Una vez finalizado el periodo de preparación y presentación de ofertas, la Mesa de Contratación Digital se encargará de valorar las propuestas recibidas de cada una de las empresas candidatas de forma imparcial e independiente, y emitirán una recomendación sobre la posible alternativa ganadora a las juntas directivas de IAB Spain, AIMC y aea, quienes decidirán finalmente la entidad que mejor se adapte a los fines y exigencias recogidos en el pliego de condiciones presentado el pasado 22 de diciembre de 2017.

La adjudicación, además de notificarse individualmente a los candidatos que concurren al procedimiento, se hará pública en las páginas web de IAB Spain, AIMC y aea.

Sobre Interactive Advertising Bureau (IAB Spain)

IAB Spain (Interactive Advertising Bureau) es la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España. Su objetivo principal es la promoción del negocio digital. IAB Spain pertenece a la red internacional de IAB's con presencia en los 45 países.
<http://www.iabspain.es>

Sobre la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 146 empresas asociadas, entre las que destacan 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.

<http://www.aimc.es>

Sobre la Asociación Española de Anunciantes

La aea es la asociación profesional, sin ánimo de lucro, que representa a las empresas anunciantes en su comunicación y diálogo con la sociedad, de manera ética, responsable y eficiente, defendiendo la libertad de comunicación y de competencia y buscando el reconocimiento del valor de la comunicación de sus marcas; agrupa a más de 200 asociados, en su mayoría grandes empresas cuyas inversiones publicitarias suponen cerca del 60% en televisión, y más del 47% del total de medios.

<http://www.anunciantes.com/>