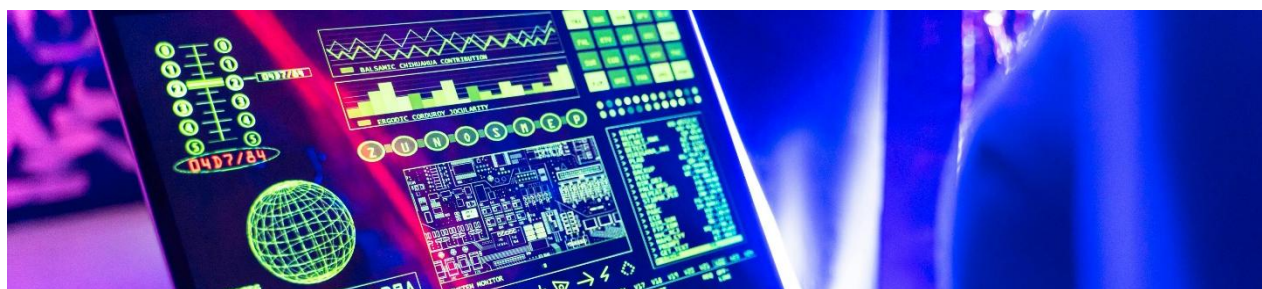




ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Arranca el concurso de AIMC para elegir el medidor digital de referencia.

AIMC PUBLICA EL PLIEGO TÉCNICO PARA ELEGIR UN MEDIDOR DIGITAL RECOMENDADO



NOTA DE PRENSA

Madrid, 10 de marzo de 2026

AIMC anuncia la publicación del pliego técnico para la elección de un medidor de audiencia de internet, seleccionado por la industria representada en la asociación. La medida busca garantizar una referencia unificada y confiable para la medición digital en España.

El plazo de recepción de ofertas finalizará el próximo **24 de abril** y se estima que el fallo se publique en **junio de 2026**.

La Junta Directiva de AIMC agradece especialmente el trabajo del Comité Técnico Digital, compuesto por representantes de todos los sectores de la industria, que ha trabajado con gran dedicación y profesionalidad para garantizar la calidad y transparencia de este proceso.

El comité está formado por: Santiago Gómez (TV - Atresmedia), Fernando Hernáiz (TV - Mediaset), María Álvarez (Revistas - Hola), Virginia Vides (Radios nacionales - Atresmedia Radio), Jordi Catalá (Radios autonómicas - CCMA), Sergio Martínez Otero (Agencias de medios - Publicis), Diego Rosillo (Agencias de medios - Dentsu), Juan Francisco Bermejo (Diarios nacionales - Prisa), Alfonso Puras (Diarios regionales - Vocento), Rodrigo Lado (Pure players - Eldiario.es), Jaime Agulló (AEA), José Manuel Sierra (Comisión Técnica AIMC - Boreal Media), Pablo Alonso (AIMC) y Víctor Escribano (AIMC).

Los pliegos del concurso ya se encuentran disponibles en la web de AIMC:

<https://www.aimc.es/blog/publicacion-del-pliego-concurso-la-medicion-audiencias-digitales/>

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 119 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

Para más información visite: <http://www.aimc.es>

