

Tappx lidera la adopción mundial del estándar de transparencia para el inventario publicitario de las apps

La posición destacada de Tappx cuenta con el aval del ránking de implementación de la iniciativa app-ads.txt en Google Play, que ha elaborado la compañía de inteligencia de apps móviles 42 matters, y que está liderado por Google

13 de octubre de 2020.- Tappx, compañía líder de AdTech que ofrece soluciones de publicidad digital multiplataforma, ha sido destacada como el segundo socio directo de servicios publicitarios más incluido en las aplicaciones de Google Play, que han adoptado la iniciativa app-ads.txt para ayudar a combatir el fraude de inventario de aplicaciones.

Esta posición destacada aparece en el estudio La adopción de App-Ads.txt realizado por la firma de inteligencia de aplicaciones móviles 42matters. El trabajo revela que Tappx figuraba en el 23,19% de todas las aplicaciones de Google Play con app-ads.txt. Solo Google obtuvo una clasificación más alta que Tappx, con presencia en el 96,63% de todas las aplicaciones de Google Play. Los socios directos de servicios publicitarios son empresas AdTech que han sido autorizadas por los editores de aplicaciones para vender o revender inventario de publicidad.

"La lucha contra el fraude publicitario in-app solo se puede ganar mediante un esfuerzo de colaboración concertada con todos los actores presentes dentro del ecosistema de publicidad móvil. En Tappx, hemos aprovechado la amplitud de nuestra red de desarrolladores y editores, y hemos promovido el valor de adoptar la iniciativa app-ads.txt de IAB. Nos complace informar que, hasta la fecha, Tappx ha fomentado con éxito la adopción de app-ads.txt en más de 30.000 aplicaciones de Google Play", explica Fernando Saiz Camarero, CMO de Tappx.

"Alcanzamos el hito de ser el segundo socio directo de servicios publicitarios más incluido en Google Play mediante la implementación de una sólida estrategia de prevención del fraude publicitario basada en tres fundamentos: en primer lugar, nos centramos en liderar los rankings de transparencia, trabajando dentro de un marco riguroso para garantizar la disponibilidad del inventario publicitario de más alta calidad. Por otro lado, concienciamos y educamos, compartiendo las mejores prácticas y colaborando en España con organismos como IAB, MMA y FaqFraud. Y en tercer lugar, abogamos por las iniciativas de la industria como promover la rápida adopción de app-ads.txt", asegura Saiz.

Por su parte, Andrea Girardello, CEO de 42Matters, comentó que "a medida que la economía de las aplicaciones sigue creciendo, también lo hacen las medidas destinadas a reducir el fraude publicitario, solucionar la suplantación de aplicaciones y proteger la privacidad del usuario. Por esto, tras rastrear el estándar de prevención de fraude "app-ads.txt" de la IAB, junto con millones de otras estadísticas del mercado de aplicaciones, en 42matters podemos destacar a los socios de servicios publicitarios in-app que generan mayor confianza en la industria móvil. Esto incluye Tappx, que ofrece una de las mejores soluciones de AdTech del mercado".

La IAB lanzó app-ads.txt para ayudar a combatir el fraude de inventario por falsificación de aplicaciones. El formato app-ads.txt es una extensión de ads.txt para aplicaciones distribuidas a través de aplicaciones móviles y tiendas de aplicaciones CTV-OTT. App-ads.txt es un archivo de texto simple que los desarrolladores y editores pueden integrar en el dominio de su sitio web. En él se detallan todos los vendedores autorizados de espacios publicitarios, lo que permite a los compradores adquirir inventario de espacios publicitarios de forma segura.

--

Sobre Tappx

Tappx es una empresa de AdTech de rápido crecimiento que ofrece soluciones de publicidad digital para múltiples plataformas, incluyendo móvil, OTT / CTV y escritorio. La tecnología patentada de Tappx permite a los editores maximizar los ingresos publicitarios en los canales móviles y OTT. Ofrece un punto de diferencia distintivo: la tecnología que ha sido diseñada específicamente para los mercados móviles y OTT, lo que ofrece a las marcas y agencias una mayor confianza y transparencia. La plataforma Tappx procesa actualmente más de 20 mil millones de solicitudes de anuncios por mes en todo el mundo.

Tappx ha encabezado numerosos rankings de crecimiento competitivo. En marzo de 2020, Tappx apareció como la segunda empresa de publicidad de más rápido crecimiento de Europa en el informe especial Financial Times FT1000: Las empresas de más rápido crecimiento de Europa. En 2018, Tappx fue votada como la segunda startup de más rápido crecimiento en España por TECH5 y The Next Web. En 2017, Tappx apareció en el ranking Red Herring Top 100 Europe. Tappx fue fundada en 2013 por Daniel Reina (CEO) y Antonio Hervás (CTO).

Acerca de 42matters

42matters es un proveedor líder de datos de aplicaciones móviles e información de tiendas de aplicaciones. La compañía facilita una visión holística del mercado de aplicaciones móviles al aprovechar su arsenal único de algoritmos de aprendizaje automático para investigar cada aplicación y desarrollador en las principales tiendas de aplicaciones y tiendas de canales de televisión conectados. Estos incluyen Apple App Store, Google Play, Amazon App Store, Tencent Appstore, AppleTV App Store, Amazon Fire TV y Roku Channel Store.

42matters da servicio a clientes que operan en una amplia gama de sectores, desde software hasta publicidad, investigación y más. Empresas como Unity3D, Twitter y Nvidia confían en 42matters para monitorear las tendencias de las tiendas de aplicaciones, identificar nuevos mercados y vigilar a sus mayores competidores. 42matters es una empresa privada con sede en Zurich, Suiza, respaldada por Gamma Capital Partners, Project A y Atlantic Labs. Ofrece tres productos principales: Explorer, una herramienta de investigación de mercado de aplicaciones basada en la web; un conjunto de API y una variedad de volcados de datos de aplicaciones. Estos productos monitorizan varios miles de métricas para más de cinco millones de aplicaciones, incluida la información de los editores, el historial de descargas, las tendencias de calificación y revisión, la disponibilidad del país, el idioma, las categorías, las categorías de IAB, el cumplimiento de app-ads.txt, los SDK integrados, los permisos y más.

Datos de contacto:

Fernando Saiz Camarero

CMO en Tappx

+34 911 101 354

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

Categorías: [Marketing E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>