

La cita de este congreso internacional sobre audiencias es cada dos años

Madrid acogerá en octubre el Publishing Data & Research Forum de la mano de AIMC

- El Congreso de Investigación de Audiencias de mayor repercusión mundial, el Publishing Data & Research Forum (PDRF) se celebrará del 14 al 17 de octubre
- Durante el evento, 40 ponentes de 20 países, analizarán los desafíos de la publicidad digital y las principales tendencias y experiencias en el campo de la medición

Madrid, 12 de septiembre de 2017.- La digitalización y los nuevos hábitos de consumo a través de los diferentes dispositivos –móvil, tablet o televisión conectados a internet- están entre los principales desafíos a los que se enfrenta la medición de las audiencias de los medios de comunicación. Todas las partes implicadas coinciden en que la medición debe adaptarse a este paradigma y, al mismo tiempo, los propietarios de los medios reiteran la necesidad de tener cifras y sistemas de medición que muestren cómo y cuándo consume el público sus contenidos.

Este año, “New Opportunities: New Approaches” será el lema de la decimoctava edición del [Publishing & Data Research Forum \(PDRF\)](#) que se celebrará del 14 al 17 de octubre en el Hotel Westin Palace de Madrid y en el que la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación ([AIMC](#)) será el socio local.



El PDRF tiene lugar cada dos años y está considerado como el congreso de investigación de audiencias de mayor prestigio y repercusión internacional. Durante tres días, se darán cita en Madrid **40 ponentes de 20 países**, que pondrán en común las experiencias más recientes en el campo de las audiencias. Entre los temas que se tratarán destacan los nuevos enfoques y herramientas de medición de audiencias y el seguimiento de los consumidores en la era digital, la medición multiplataforma y la compra programática que son los temas más candentes del sector publicitario en estos momentos.

Asimismo, el Publishing & Data Research Forum es una oportunidad única, para aquellos interesados en la medición de audiencias de **conocer las tendencias más punteras del sector** que les permitan enfrentarse a los nuevos desafíos de la industria de la publicidad. A lo largo de las tres jornadas del congreso también se abordarán los distintos modelos de negocio en el entorno multimedia y su continuidad en el ecosistema de la publicidad digital, así como el uso eficiente e inteligente de plataformas de datos cruzadas.

Además de ser socio local, AIMC inaugurará las sesiones con **la intervención de su presidente ejecutivo, Carlos Lozano**. También participará como ponente José Andrés Gabardo, director técnico de AIMC que, junto con Toni Seijo (Ipsos), tratarán en su ponencia la medición de audiencias multimedia en la era digital.

Desde **AIMC**, su **presidente ejecutivo Carlos Lozano**, destaca que “en esta cita internacional vamos a conocer de primera mano las mejores prácticas en la medición de audiencias que se están desarrollando en todo el mundo, así como las últimas innovaciones realizadas en este ámbito y que van encaminadas a lograr una mayor precisión en la interpretación de los hábitos y preferencias del público digital”.

Por su parte, **Dawn Mitchell, presidenta del PDRF**, “este encuentro es una oportunidad inigualable para todos aquellos involucrados en la compra, venta o medición de audiencias. Podrán conocer los métodos y técnicas utilizados en todo el mundo para hacer frente a los nuevos desafíos a los que nos enfrentamos. Tres días en los que se analizará la medición de audiencias eficiente, el uso de datos entre las distintas plataformas y los beneficios de la construcción de audiencias”.

Inscripciones y descuentos para socios de AIMC

Para asistir a las jornadas, los interesados tendrán que inscribirse en www.pdrf.net. A través de este sitio web, se puede reservar la asistencia a todas las jornadas o alguna en concreto. Los miembros de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación podrán optar a descuentos. AIMC ha cerrado un acuerdo de colaboración como organización local, trasladando a sus asociados unas condiciones especiales de inscripción.

Sobre AIMC

[AIMC](http://www.aimc.es) es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 136 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>

