



La medición digital, protagonista del 8º Encuentro Internacional de AIMC

- El próximo 27 de octubre AIMC inaugurará el mayor foro profesional sobre medios de comunicación y audiencias.
- La octava edición de este Encuentro se centrará en la medición de audiencias como clave para el futuro del mundo de la comunicación digital.
- Máximos responsables de los medios de comunicación, anunciantes y expertos internacionales en este ámbito se darán cita en Madrid.

Madrid, 12 de septiembre de 2011. AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) celebrará el próximo 27 de octubre en Madrid su **8º Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios**. Con el subtítulo "**Medición de audiencias: Soluciones para el desafío digital**", expertos del mundo de la comunicación analizarán la situación, el desarrollo y las tendencias vigentes en la medición de audiencias.

Dada la trascendencia del área digital en el futuro de los medios de comunicación y la publicidad, AIMC centrará en este aspecto la edición de este año reuniendo las mejores experiencias y a los profesionales más destacados en el campo internacional que enriquecerán las prácticas que ya se están desarrollando en España.

Las nuevas métricas en dispositivos móviles, la integración de fuentes para medir las audiencias multiplataforma, web tv y aplicaciones móviles serán alguno de los temas que se debatirán en esta jornada.

La medición de audiencias en el contexto internacional

El Encuentro abordará diferentes temáticas relacionadas con la investigación de medios y audiencias en el mundo online como las siguientes:

- **Medición en telefonía online:** Paul Goode, de [comScore Europe](#) nos mostrará cómo los operadores móviles británicos cooperaron para crear GSMA Mobile Media Metrics en el Reino Unido.
- Andrew Bradford, de [Nielsen](#), hará un resumen de los **Fundamentos y Aprendizajes de la Integración de lectores on line y "papel" (soporte tradicional) en el Reino Unido**.



8º Encuentro Internacional AIMC MEDICIÓN DE AUDIENCIAS: SOLUCIONES PARA EL DESAFÍO DIGITAL

- **Uso y monetización de aplicaciones móviles:** John Carroll, de Ipsos Media CT, profundizará en el consumo de contenidos a través de aplicaciones para iPad y iPhone, con dos ejemplos a nivel internacional: los casos de The Economist y de la BBC.
- **El uso de la radio a través de Internet:** Manuel Daehler analizará el caso de Suiza y el sistema de medición Mediapulse.
- **Más allá del click trough; Internet y la construcción de marca:** Eduardo Madinaveitia, Director General Técnico de Zenith Media, nos presentará el estudio Net Radar sobre eficacia publicitaria en Internet.
- **La medición de Internet en Rusia:** Vladimir Schipkov, director de Investigación de TNS Russia, expondrá cómo ha evolucionado la medición en dicho país y de qué manera se están haciendo frente las limitaciones actuales.
- **Medición de la WebTV:** Mariana Irazoki, metodóloga de SKO Holanda, dará un repaso a las nuevas audiencias de TV en Internet y a los cambios necesarios en el sistema tradicional de medición para poder calcularlas.

Desde 1995 AIMC organiza estos Encuentros que conforman el escenario más completo para la reflexión y discusión sobre metodologías, alternativas, novedades y problemas que, en el campo de la investigación de medios, de audiencias y de eficacia publicitaria, están vigentes en nuestros días tanto en España como en otros mercados.

Para la realización de esta nueva edición del Encuentro, AIMC contará con la colaboración de Publipress Media, Yperform y Zertem.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 158 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.

<http://www.aimc.es>

Para más información visite:

<http://www.aimc.es>

<http://www.aimc.es/?page=encuentroaudiencias>