



9º Encuentro Internacional AIMC
MEDICIÓN DE AUDIENCIAS:
SOLUCIONES PARA EL DESAFÍO DIGITAL

Reserva de agenda

AIMC PONE EN MARCHA UNA NUEVA EDICIÓN DEL MAYOR FORO PROFESIONAL SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y AUDIENCIAS

- Los máximos responsables de los medios de comunicación, anunciantes y expertos en investigación de audiencias, se darán cita en Madrid el próximo 20 de noviembre.

Madrid, 26 de Junio de 2013. AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) organizará el próximo 20 de noviembre en Madrid su **9º Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios**, donde profesionales de distintos países analizarán la situación, el desarrollo y las tendencias vigentes en la medición de audiencias.

Como en años anteriores, este encuentro, cuya última edición se celebró en 2011, abordará los temas de mayor actualidad sobre medios de comunicación y medición de audiencias a través de diferentes expertos internacionales de avanzados mercados que pondrán en común sus experiencias sobre cómo enfrentar este nuevo reto en el ámbito de la comunicación.

Asimismo, el Encuentro dará a conocer en nuestro país las mejores prácticas a nivel internacional en torno a la medición de los nuevos entornos de comunicación y abordará diferentes temáticas relacionadas con la investigación de medios y audiencias como las siguientes:

- Medición del “Brand Media”.
- Big Data.
- Medición Multipantalla.
- Los “medios ganados” y sus métricas.

La medición online en el contexto internacional

Esta novena edición se centrará de nuevo en la medición digital, asunto de máxima atención e interés debido la creciente importancia de los medios de comunicación online como principal fuente de actualidad para los internautas, tal y como refleja la última edición de la Encuesta AIMC a Usuarios de Internet, *Navegantes en la Red*, cuyos resultados se publicaron comienzos de este año.

La trascendencia del área digital en el futuro de los medios de comunicación y la publicidad ha generado diferentes puntos de vista en torno a la necesidad de planificar y evaluar los resultados de las campañas dentro de una nueva realidad que integre el tanto el soporte online como el offline. Por ello, el **Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios** de 2013 tomará como referencia la experiencia de otros países para dar a conocer las diferentes soluciones que se están llevando a cabo en otros mercados en torno a la medición de audiencias.



9º Encuentro Internacional AIMC
**MEDICIÓN DE AUDIENCIAS:
SOLUCIONES PARA EL DESAFÍO DIGITAL**

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 145 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>