

## La medición de plataformas móviles y tablets, protagonista del 9º Encuentro Internacional de AIMC

- El próximo 20 de noviembre AIMC inaugurará el mayor foro profesional sobre medios de comunicación y audiencias en la Fundación Ramón Areces.
- Máximos responsables de los medios, agencias, anunciantes y expertos en investigación de audiencias debatirán sobre la medición como clave para el presente y el futuro del mundo de la comunicación digital.
- La conversación en Twitter en torno a las diferentes ponencias se seguirá en tiempo real a través de [www.aimc.es/encuentroAIMC](http://www.aimc.es/encuentroAIMC).
- Los asistentes que se inscriban antes del 11 de octubre gozarán de un descuento del 20 % en sus tarifas.

**Madrid, 24 de septiembre de 2013.** AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) celebrará el próximo 20 de noviembre en Madrid su **9º Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios**. Con el subtítulo “**Medición de audiencias: Soluciones para el desafío digital**”, una selección de expertos españoles e internacionales del mundo de la investigación analizarán la situación, el desarrollo y las tendencias vigentes en la medición de audiencias.

La trascendencia del área digital en el futuro de los medios de comunicación y la publicidad ha generado un importante debate en torno a la necesidad de planificar y evaluar los resultados de las campañas dentro de una nueva realidad que integre necesariamente tanto el soporte online como el offline. Con ésta intención, el **9º Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios** tomará como referencia las principales experiencias internacionales para dar a conocer sus aprendizajes y las diferentes soluciones que se están llevando a cabo en otros mercados respecto a esa nueva integración de la medición.

Asimismo, el **Encuentro** dará a conocer las nuevas métricas nacidas tras el imparable incremento de los dispositivos móviles, la integración de fuentes para medir las audiencias multiplataforma a nivel internacional y otras temáticas de actualidad.

### **Expertos internacionales para soluciones globales**

Los profesionales más destacados en el campo nacional e internacional enriquecerán a los asistentes con sus experiencias y abordarán temáticas clave como la medición de las versiones digitales de los medios impresos o la adaptación de éstas métricas a las plataformas móviles. Los participantes confirmados hasta el momento abordarán también otras temáticas relacionadas con la investigación de medios y audiencias en el mundo online como las siguientes:

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

- **“Dinámicas de duplicación – impreso y digital”**: Peter Masson, Socio de Bucknull & Masson International Media Marketing and Research, su ponencia tratará sobre la integración de datos de audiencia en las versiones impresas y digitales de periódicos y revistas, poniendo como caso concreto su experiencia directa en el mercado sueco.
- **“Cómo medir las versiones digitales de los medios impresos. La experiencia belga y las lecciones aprendidas”**: de Luc Eeckhout, Consultor de investigación y Medios de Comunicación (Bélgica), resumirá la situación de las mediciones digitales en Bélgica, país en el que su autor es uno de los investigadores más destacados.
- **“La medición de Internet en Noruega: incorporación de los teléfonos móviles y tablets en la medición online”** es el título de la ponencia de Knut-Arne Futsaeter, Director de Investigación de Medios TNS Gallup Noruega, que profundizará sobre los cambios que los nuevos terminales de telefonía y las tablets han reflejado en los sistemas de medición de los países nórdicos.
- La ponencia de **Natalie Lancey, Directora de Estrategia de Ipsos MediaCT Global**, analizará con detenimiento, bajo el título **“Adaptación de la medición a las plataformas móviles”**, los cambios que se han realizado en los sistemas de medición para poder adaptarlos al vertiginoso incremento del uso de la telefonía móvil.
- **“El futuro de la moneda”** de Jennie Beck, Directora Global de Kantar Media, desde su visión global, Jennie nos expondrá las grandes tendencias de futuro en el mundo de las métricas oficiales del nuevo escenario de medios.
- **Harald Armschler, Presidente i-jic y Director de Investigación de WEMF / REMP Suiza**, profundizará a través de su primera ponencia en la medición de las audiencias móviles y online bajo el título **“La medición de las audiencias móviles y online a través de los JIC’s como una alternativa a los sistemas cerrados y de propiedad privada”**. En su segunda intervención, se centrará en las principales novedades procedentes de su país a través de la conferencia **“El enfoque de la medición de audiencias en Suiza”**.

**AIMC presenta el microsite del 9º Encuentro Internacional ([www.aimc.es/encuentroAIMC](http://www.aimc.es/encuentroAIMC))**



Enmarcado en el constante proceso de mejora y actualización que AIMC realiza en torno a las nuevas tecnologías y redes sociales, la asociación presenta el microsite del **9º Encuentro Internacional de AIMC**, ([www.aimc.es/encuentroAIMC](http://www.aimc.es/encuentroAIMC)). Desde hoy es posible acceder a este espacio, una herramienta útil y funcional que ofrece a los usuarios mayor rapidez de consulta en todos los temas relacionados con el evento y una identificación de los mismos más ágil e intuitiva.

Fruto también de la constante preocupación de la asociación por no quedarse atrás en el mundo de las redes sociales, el día del evento este espacio retransmitirá en directo la conversación de Twitter en torno a las ponencias del Encuentro y todos los debates que surjan durante la jornada.



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

Este site se convierte en una dirección clave que unifica toda la información necesaria para los interesados en esta reunión internacional que, bajo el título: “**Medición de Audiencias: soluciones para el desafío digital**”, enriquecerá los conocimientos y experiencias “locales”. Además, las personas que deseen asistir al Encuentro podrán inscribirse a través de este microsite en la presente edición.

El microsite se divide en 5 secciones:

- El Encuentro
  - Nos da la bienvenida a este evento de la mano del presidente de AIMC, Pedro Merino.
- Inscripción
  - Contiene el formulario de inscripción y las tarifas para los interesados.
- Ponentes
  - Recogerá todos los datos de interés sobre los participantes en el **Encuentro Internacional** como sus biografías, cargos, fotos, etc
- Agenda
  - Éste espacio se irá actualizando continuamente hasta el día del evento incluyendo ponencias, horarios, etc.
- Localización
  - Este apartado mostrará a los usuarios la ubicación exacta de la Fundación Ramón Areces así como las mejores maneras de acceder a la misma ya sea en transporte público o privado: metro, autobús, parkings cercanos, etc

### El salto a Twitter, una novedad que mejora la experiencia de los internautas

AIMC, consciente de la importancia de las Redes Sociales y de la necesidad de estar presente en las mismas, ha decidido en esta edición retransmitir en directo los tuits sobre el evento. Esto permite establecer conversaciones con los internautas y conocer un poco mejor sus costumbres y preferencias así como mantenerles informados de las todas las novedades del Encuentro

El próximo 20 de noviembre a partir de las 9:00 a.m., momento en el que dará comienzo el evento, se podrá seguir la conversación de Twitter en torno a las ponencias del **Encuentro** en tiempo real a través de [www.aimc.es/encuentroAIMC](http://www.aimc.es/encuentroAIMC)

Twitter, una red social que cuenta ya con 7 años de vida, es un canal de comunicación que concentra 200 millones de usuarios activos y que canaliza unos 400 millones de tuits cada día por lo que es un entorno perfecto para compartir las últimas novedades del **9º Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios**.



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

### ¿Cómo inscribirse en el Encuentro de manera sencilla, rápida y más económica?

Los interesados que se inscriban en el **9º Encuentro Internacional de AIMC** antes del día 11 de octubre, gozarán de un descuento del 20% en la tarifa de registro. Además, en esta edición, AIMC ha querido dar una mayor facilidad de asistencia, teniendo en cuenta el entorno económico en que nos encontramos, incluyendo una cuota especial para estudiantes y profesionales en paro, siendo el sector de los medios de comunicación y la publicidad uno de los más castigados por la crisis.

A continuación se detallan las tarifas de inscripción del **9º Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios**:

	<b>Asociados AIMC</b>	<b>No asociados AIMC</b>	<b>Asociaciones con convenio</b>	<b>Estudiantes / Parados</b>
<b>1er inscrito</b>	360 €	450 €	360 €	130 €
<b>2º y sucesivos</b>	325 €	405 €	325 €	-----

Actualmente se ha suscrito convenio con las siguientes asociaciones: AEA, AEACP, AEDEMO, ANEIMO, AGEPE, FNEP, Asociación de Marketing de España e IAB Spain.

### Sobre el Encuentro Internacional de Investigación de Medios

Desde 1995 AIMC organiza estos Encuentros Internacionales 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 el patrocinio de Publipress Media y COPE, así como con colaboración de El Corte Inglés que ha cedido desinteresadamente sus instalaciones de la Fundación Ramón Areces.

#### **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>

[www.aimc.es/encuentroAIMC](http://www.aimc.es/encuentroAIMC)