

**Con el claim "hacia la convergencia y la transparencia en la medición"**

## AIMC arranca la 11ª Edición del Encuentro Internacional, el mayor foro sobre medición de audiencias

- **La cita con los máximos expertos internacionales en investigación de audiencias tendrá lugar en Madrid el próximo 23 de mayo**

**Madrid, 20 de marzo de 2018.** AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) celebrará el próximo 23 de mayo en Madrid la **11ª Edición de su Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios**. Este foro de debate, que congrega a los principales expertos en investigación de medios y medición de audiencias a nivel internacional, girará en torno al lema "*hacia la convergencia y la transparencia en la medición*".

El evento, que normalmente tiene carácter bienal, ha cambiado de fecha en esta edición, coincidiendo con la celebración de varios aniversarios para AIMC a lo largo de 2018: el 30 aniversario de su fundación, el 50 aniversario de su estudio más reconocido, el *EGM*, las 20 ediciones del estudio *Navegantes en la Red* y los 15 años del estudio *AIMC Marcas*.

### **Convergencia y transparencia**

---

En este Encuentro Internacional, un panel seleccionado de directivos pertenecientes a compañías como Kantar Media, Ipsos o Google, entre otras, debatirán acerca de cómo la convergencia de contenidos en las distintas plataformas hace necesario poner el foco en el individuo y en los canales a partir de los cuales recibe los contenidos. Asimismo, otro tema de vital relevancia para la medición actual y que será tratado en detalle en la jornada es la transparencia y la homologación de las métricas, motivo clave y de preocupación para el desarrollo de los nuevos entornos digitales.

En esta edición AIMC cuenta de nuevo con la colaboración de El Corte Inglés, que cede de manera desinteresada sus instalaciones de la Fundación Ramón Areces para la celebración de esta cita internacional y el patrocinio de Godó Strategies.

### **Sobre AIMC**

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 139 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.

**Más información:** [www.aimc.es/11encuentro](http://www.aimc.es/11encuentro)

Colabora:



Patrocinado por:

**godo strategies**