

México, D.F. a 7 de noviembre de 2013

Nielsen IBOPE construye hoy el futuro

Nielsen IBOPE, la nueva compañía que muestra una radiografía completa del ciclo del consumidor mexicano, desde su estilo y etapas de vida, sus perfiles demográficos y psicográficos, hasta su interacción con los medios, fue presentada formalmente ante la industria el pasado 7 de noviembre a las 19:00 horas en la Carpa Neumática del Hipódromo de la Ciudad de México.

De la unión en 2012 de dos empresas líderes, Nielsen, con 90 años de investigación del consumidor en el mundo, e IBOPE, con 22 años de estudios de medición de audiencias en México surge Nielsen IBOPE, la cual ofrece soluciones integrales a medios, anunciantes y sus agencias de medios para una mejor decisión de compra de espacios publicitarios, lo que se refleja en un mayor retorno de inversión.

La medición de ratings que realiza en las 28 ciudades que la industria ha solicitado históricamente —a través de la captación de señales analógicas, digitales y digitales terrestres, además de otros aparatos conectados al televisor— está auditada por firmas internacionales, lo que la hace confiable, segura y precisa.

Una de las características de la nueva compañía es el uso de tecnologías de última generación en todas sus mediciones; en ese sentido, en el evento se habló de la Cross Platform, mediante la cual es posible evaluar el comportamiento del consumidor frente a las tres pantallas: televisión, computadora y móvil.

Durante la presentación de la empresa, a la cual acudieron medios, anunciantes, agencias de medios, asociaciones de la industria de la comunicación, se proyectó un video —en una espectacular pantalla de 360 grados y de más de seis metros de altura— en el que se narra un día en la vida de una familia mexicana de clase media promedio, cuyos integrantes interactúan en todo momento con los distintos medios de comunicación, los cuales son medidos por los estudios de Nielsen IBOPE descritos a detalle en el nuevo portal de la compañía lanzado en el marco del evento: www.nielsenibope.com

A lo largo de la divertida trama del video proyectado, la compañía también demostró su capacidad de investigar las preferencias y los hábitos de los consumidores en cuanto a marcas y productos, así como lo relacionado con su tiempo libre y actitudes que definen su estilo de vida. Al final cada número, cada índice, cada dato es un mexicano que consume noticias, programas, medios y productos, lo que se traduce en interacciones que Nielsen IBOPE sigue, mide e interpreta para generar *insights* sobre la evolución del consumidor multimedios.

Roberto Vázquez Ferrero, Managing Director para el negocio de Watch en América Latina, agradeció la presencia y el gran apoyo de la industria demostrado durante este año; y reiteró el compromiso de Nielsen IBOPE de construir hoy el futuro de la investigación de los medios y del consumidor en México.

Al término del evento, Vázquez Ferrero invitó a los presentes a celebrar y brindar juntos por el inicio de una nueva era en nuestra industria.

Acerca de Nielsen IBOPE México

Nielsen IBOPE es una compañía con sede en México que investiga las audiencias de los medios de comunicación. Se origina de la fusión de dos socios: Nielsen, compañía investigadora de mercados con presencia en 100 países, e IBOPE Media, que mide las audiencias y consumidores en 13 países de América Latina. Nielsen IBOPE estudia el comportamiento de los televidentes, radioescuchas, internautas y público de los medios exteriores, además de que indaga sobre los hábitos de consumo y estilos de vida de los mexicanos en las ciudades principales de la república.

Para mayor información por favor visite www.nielsenibope.com

Contacto de medios y relaciones públicas

Claudia Martínez Navarrete

Communication & Corporate Branding

Leader Sr.

claudia.martinez@nielsenibope.com

www.nielsenibope.com

+52 (55) 5999 9999 ext. 2520



@NielsenIBOPE



Nielsen IBOPE



NielsenIBOPE