



Acuerdo para aumentar la precisión del Estudio General de Medios de radio en Cataluña

Madrid, 17 de noviembre de 2003.- El pasado jueves, 13 de noviembre, a las 12,00 horas, se presentó en Barcelona el acuerdo para la creación de un nuevo Estudio General de Medios (EGM Radio Cataluña) que permitirá medir con mayor precisión las audiencias en la radio catalana. El acuerdo está impulsado por la Asociación Catalana de Radio (ACR), la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), Cataluña Radio, COM Radio, SER Cataluña, COPE Cataluña, Onda Cero y la Generalitat de Cataluña.

El nuevo EGM Radio Cataluña dará respuesta a la especificidad de la radio catalana. Ha sido proyectado con la voluntad de precisar unos resultados que, hasta ahora, tenían notables márgenes de error como consecuencia de la presencia de medios que actúan exclusivamente en el territorio catalán y la escasa representatividad de las muestras realizadas. Según el convenio, que tendrá una vigencia de tres años, el nuevo estudio se realizará a partir de 2004.

El actual estudio de audiencias (EGM RADIO XXI) tiene alguna carencia para Cataluña ya que es un estudio pensado y definido para el ámbito estatal. Esta muestra es absolutamente útil para las cadenas presentes en el conjunto del Estado, pero no para las emisoras que solamente tienen presencia en algunos territorios, como es el caso, por ejemplo, de Cataluña.

La firma del convenio, que estará presidida por el secretario de Comunicación de la Generalitat de Cataluña, Marc Puig, unirá al Director Gerente de AIMC, Juan Luis Méndez, al presidente de la ACR, Eugeni Sallent y a los directores de Cataluña Radio, Eugeni Cabanes, de Com ràdio, Jordi Lonch, de SER Cataluña, Joseph María Martí, de Onda cero Cataluña, Francesc X. Olona y de COPE Cataluña Jordi Jordá. La financiación de este nuevo EGM se realizará con la participación de los agentes radiodifusores catalanes y contará también con el soporte de la Generalitat de Cataluña.

Más del doble de encuestas

La mejora del estudio de audiencias fruto de este convenio es una antigua reivindicación de todo el sector. Con el nuevo EGM Radio Cataluña la muestra pasa de 11.000 a 25.000 encuestas y, por tanto, reflejará con más la realidad del mercado catalán. Este aumento de la muestra junto con el hecho de que el estudio relaciona a la radio pública y privada de Cataluña, supondrán una mejora sustancial desde el punto de vista publicitario (se aportarán datos más específicos para las centrales de medios y de anunciantes) así como para los profesionales de la radio, que tendrán mayor conocimiento a la hora de programar.

Con la firma de este convenio, el estudio actual incorpora un apartado exclusivo para Cataluña (EGM ràdio Catalunya) que tendrá formalmente una presentación por separado. Con esta medida, el mercado catalán tendrá una consideración diferenciada, con unos resultados independientes que se integrarán en el estudio existente.

Otra de las novedades que incorpora esta renovación del EGM es que se podrán conectar los datos de las audiencias separadas por comarcas para facilitar el conocimiento sobre la presencia de las diferentes cadenas en las áreas del territorio catalán.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 150 empresas asociadas, entre las que destacan 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 publicidad, 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.