



NOTA DE PRENSA

HOY SE CELEBRA EL DOBLE ANIVERSARIO EN LA INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS EN ESPAÑA

- La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) celebra su 20 cumpleaños y el veterano Estudio General de Medios (EGM), cumple 40
- Nieves Goicoechea, Secretaria de Estado de Comunicación, acudió al acto entre numerosas personalidades del mundo de las audiencias

Madrid, 06 noviembre de 2008.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) y EGM (Estudio General de Medios) celebran hoy, junto a las personalidades más destacadas de medios de comunicación, agencias de publicidad, planificación de medios, institutos y organismos relacionados con este sector en nuestro país, su doble cumpleaños (40 y 20 años de vida, respectivamente). Todos ellos han querido unirse para felicitar tanto EGM como a AIMC en esta ocasión tan especial.

Entre los asistentes destaca la presencia de **Nieves Goicoechea, Secretaria de Estado de Comunicación**. «Tanto el EGM como AIMC han ayudado a la modernización española y han contribuido, desde su sector, a que todos vivamos en una democracia joven pero consolidada en la que los medios de comunicación juegan un papel fundamental», declaró a su llegada al evento.

«El EGM no sólo es un instrumento cuantitativo fundamental a la hora de conocer el consumo de medios, sino también una herramienta para acercarnos al perfil de sus consumidores. Medir las audiencias es conocer quién, dónde y cuándo se recibe el mensaje», matizó Goicoechea.



Sobre EGM

Es en 1968, cuando nace verdaderamente el EGM. Un grupo de empresas en el que seguían predominando las agencias y los anunciantes con la incorporación de algún medio (22 empresas en total), reforzaba y consolidaba definitivamente un estudio de audiencias y encarga al Instituto ECO un trabajo que se haría en 8 oleadas de 4.000 entrevistas cada una para un período de dos años. Precio 10.000.000 de pesetas. Este era ya el Estudio General de Medios, que, evolucionado y mejorado, aún perdura. Una Comisión Gestora y una Comisión Técnica son las encargadas de dirigirlo.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 168 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 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 www.aimc.es