

## AIMC Y FUNDACC CREAN EL “EGM BARÒMETRE CATALUNYA”

- Las dos instituciones acuerdan una ampliación de la muestra del EGM en Catalunya a partir de 2013.
- El nuevo convenio entrará en vigor en enero y los primeros resultados se publicaran con la primera oleada de EGM en abril.
- Esta ampliación seguirá los aspectos metodológicos vigentes en el EGM con el control y supervisión de ambas instituciones.
- El acuerdo formalizará la entrada de FUNDACC en la Junta Directiva de AIMC.

Madrid, 13 de Diciembre.-

**AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) y **FUNDACC** (Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura) han firmado un acuerdo de asesoramiento y colaboración mutua para la ampliación de la muestra del **Estudio General de Medios** en Cataluña que se denominará **EGM Baròmetre Catalunya**. Su entrada en vigor tendrá lugar desde el 1 de enero de 2013 y tendrá una duración de al menos tres años.



De izquierda a derecha: Joan Sabaté, director general de Fundacc; Pedro Merino, Pte. de AIMC; Carles Duarte, Pte. de Fundacc; Josep Martí, Secretario de Comunicación; y Carlos Lozano, Pte. Ejecutivo de AIMC.

Los resultados de este estudio se darán a conocer por primera vez con la primera oleada del **EGM** en abril de 2013 y se distribuirá de manera regular en las distintas oleadas del EGM que se hacen públicas cada año en los meses de abril, julio y noviembre.

El Presidente Ejecutivo de AIMC, Carlos Lozano, ha señalado que “la ampliación de la muestra que se conseguirá a partir de este convenio será una gran ayuda tanto para el sector publicitario como para los medios de comunicación, ya que mejorará el conocimiento sobre el consumo de medios en el importante mercado catalán con el rigor técnico y la aceptación por parte del mercado que tiene el EGM establecido desde hace 45 años”.

Por su parte, el Director general de FUNDACC, Joan Sabaté Salazar, ha destacado que “el acuerdo aportará una única cifra de audiencia en el mercado, lo cual facilitará el consenso en el conjunto del sector y permitirá un mejor acceso de los medios de comunicación catalanes, especialmente los de proximidad, al circuito publicitario estatal, favoreciendo así una mayor inversión”.

---

Con este nuevo acuerdo entre **AIMC** y **FUNDACC** se facilitará a todos los agentes implicados en el conocimiento y gestión de los medios de comunicación una perspectiva más amplia y profunda del consumo regular de medios en Catalunya y del uso de la lengua en el consumo mediático.

Los procesos de definición y configuración de esta nueva muestra estarán elaborados por los equipos técnicos de ambas instituciones, manteniendo en este punto los aspectos metodológicos vigentes en el **EGM**.

A partir de este acuerdo **FUNDACC** pasará a formar parte de la Junta Directiva de **AIMC**, donde representará institucionalmente los intereses de los medios de comunicación catalanes de proximidad y velará para que el nuevo **EGM Baròmetre Catalunya** preserve la visibilidad que ha proporcionado a estos medios el **Baròmetre de la Comunicació i la Cultura**.

#### **Sobre AIMC**

**AIMC** es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 156 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.

#### **Sobre FUNDACC**

**FUNDACC** es una organización sin ánimo de lucro especializada en la investigación de medios de comunicación y consumos culturales en el mercado catalán. Creada en 2005, la fundación se ha erigido en los últimos años como institución de referencia en el análisis y conocimiento sobre las audiencias (diarios, revistas y publicaciones periódicas, televisión, radio, Internet, medio exterior, telefonía), la oferta cultural (libros, cine, música, videojuegos, conciertos, espectáculos y exposiciones) y los usos lingüísticos.

#### **Para más información visite:**

<http://www.aimc.es>  
<http://www.fundacc.org>