

## AIMC celebra el 50º Aniversario del EGM

- El estudio de referencia sobre el consumo de medios de comunicación en España cumple medio siglo de vida con la objetividad, la precisión y el consenso del mercado como sus principales logros.
  - La cita tendrá lugar el próximo 30 de octubre en Madrid, en el Estadio Wanda Metropolitano.
- AIMC conmemora también su 30º aniversario como gestora de los estudios de audiencia más importantes de nuestro país.

Madrid, 18 de septiembre de 2018.- **AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), celebrará el próximo 30 de octubre el **50º Aniversario del Estudio General de Medios (EGM)**, análisis de referencia sobre el consumo de los medios de comunicación en nuestro país, no sólo como “moneda” en el intercambio de publicidad por audiencias, sino también como un factor clave para garantizar la estabilidad, equilibrio y desarrollo armónico entre anunciantes, agencias y medios de comunicación.



“El EGM ha afrontado momentos de todo tipo, pero siempre reforzando su posición y teniendo un papel esencial en el mercado publicitario, además de ser un referente para una gran cantidad de estudios internacionales”, afirma el presidente ejecutivo de AIMC, Carlos Lozano.

El estadio Wanda Metropolitano será el lugar en donde se celebrará este aniversario tan especial junto a todos los que han hecho posible el EGM en estos años, los presentes en este momento de consolidación del estudio y los que estarán en el futuro. Toda la información relativa a este evento está disponible en: <https://aimc.es/50-aniversario-egm/>

### Un estudio siempre a la vanguardia en innovación

El EGM ofrece desde 1968 el conocimiento más objetivo sobre el consumo de los medios de comunicación con la transparencia, la credibilidad y la solidez técnica que precisa el mercado como sus principales valores, además de que sus resultados son fruto de una metodología avalada por todos los asociados de AIMC.

En la actualidad, combina cinco estudios, más de 150.000 entrevistas y tres metodologías distintas de captación: entrevista personal, entrevista telefónica (incorporando móviles en 2008) y, desde este año, entrevistas online. Es un estudio clave y referencial en el mercado internacional.

Desde la 1ª ola de este 2018, además, se ha reemplazado en el EGM un 5% de la muestra multimedia Face to Face (es decir, las entrevistas personales) por el mismo número de entrevistas realizadas a través de internet (CAWI). También se ha incorporado a los lectores de diarios o revistas por medio de visores digitales o PDF (Kiosco y Más, Orbyt, etc.) y, además, en los informes del EGM se obtiene un desglose de los lectores en formato papel y visor digital, así como un desglose de los oyentes de radio a través de Internet según sea en directo o en diferido (por el momento sólo a nivel de oyentes, sin ofrecer el desglose de cadenas).



---

## Mucho que celebrar

---

Este 2018 AIMC cumple también 30 años como la asociación española más representativa de investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios de comunicación y también conmemora otros aniversarios en los que ha desarrollado actividades, productos y servicios en los que ha estado involucrada a demanda del mercado:

- Las 20 ediciones de su encuesta AIMC a Usuarios de Internet, *Navegantes en la Red*, estudio pionero en analizar los hábitos y comportamientos de la población española con el medio Internet.
- Los 15 años de AIMC Marcas, estudio media-producto que ofrece una amplia información sobre la exposición de la población española a los medios de comunicación; sus consumos de productos y servicios, y otras variables actitudinales y de opinión.
- 25 años como auditores de Kantar Media.
- 6 años como auditores de comScore.

AIMC es una organización JIC (Joint Industry Committee), es decir, una asociación financiada y dirigida por el mercado en su conjunto, con dos objetivos: producir estudios de audiencia en los que el mercado detenta la propiedad y certificar, mediante auditoría, otros estudios de propiedad privada como vía para dar transparencia y credibilidad a los mismos.

### Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 146 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. En 2018, la asociación conmemora el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.

Para más información visite: <http://www.aimc.es>  