

Madrid, 16 de marzo de 2020

## **COMUNICADO DE PRENSA**

Debido a los recientes acontecimientos producidos en torno a la propagación del COVID-19 (Coronavirus), desde AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), mantenemos nuestro compromiso de actuar con sentido común y siguiendo las recomendaciones de los distintos organismos competentes de nuestro país.

Es por este motivo que la Junta Directiva ha decidido en su última reunión ordinaria que, ante las dificultades que plantea la situación de crisis sanitaria que estamos viviendo en nuestra sociedad, y también como medida de prevención, se suspenda de forma temporal el inicio del trabajo de campo de la segunda oleada del EGM, previsto para el próximo 25 de marzo.

Esta decisión se revisará de nuevo por parte de la Junta Directiva, antes de Semana Santa, en una reunión de carácter extraordinario, en la que se tendrá en cuenta cómo evoluciona la situación sanitaria en nuestro país.

AIMC agradece la confianza de la industria y el apoyo de todos sus asociados, entre los 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.).

En este sentido, la asociación sigue manteniéndose respaldada en su labor por difundir, a través de sus estudios, cómo es el consumo de medios de comunicación en España de una forma objetiva e independiente, labor que resulta fundamental para el sector de la comunicación y la publicidad en España.

### **Sobre AIMC**

**AIMC** es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 136 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 (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. Desde 1988 AIMC es gestora del EGM, estudio 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>  