

www.i-jic.org, una dirección clave para la investigación de audiencias

I-JIC presenta la web de referencia internacional para la medición de audiencias

- **I-JIC, la asociación que reúne a las principales instituciones de medición de audiencias internacionales, entre ellas AIMC, presenta su web**
- **AIMC, como miembro fundador, forma parte de la organización desde el comienzo de su actividad hace ya nueve años**

Madrid, 26 de octubre 2009.- I-JIC (International Association of Joint Industry Committees) presenta su web, un punto de encuentro clave para la investigación de audiencias. A través de <http://www.i-jic.org> se facilita información útil acerca de I-JIC y las últimas tendencias para ofrecer sistemas de medición de audiencias comunes y transparentes a nivel global.

En un mundo donde la medición adecuada de las audiencias representa una información decisiva para el éxito económico de los medios de comunicación y los anunciantes, es fundamental que la investigación de audiencias esté en manos de JIC's (Comités conjuntos de la industria) como asociaciones nacionales respetadas y que sus estudios se realicen de acuerdo a las normas establecidas y reconocidas internacionalmente.

Entre sus objetivos destaca el impulsar la idea, la creación y desarrollo de los distintos JIC's (Comités conjuntos de la industria) en todo el mundo para promover la calidad de la investigación de medición de audiencias. Además, <http://www.i-jic.org> ofrece noticias actualizadas y las principales novedades en medición de audiencias de sus 14 JIC's, presentes en 12 países distintos.

I-JIC y AIMC, un desarrollo y valores conjuntos

I-JIC es una organización que agrupa a las entidades más representativas de los diferentes mercados internacionales, que como AIMC, llevan a cabo, supervisan o promueven operaciones de medición de la audiencia en sus respectivos países y que lo hacen en base a una filosofía neutral, tripartita (anunciantes, sector publicitario y medios de comunicación) y sin ánimo de lucro. Los objetivos fundacionales de I-JIC son:

1. Promover la "fórmula JIC" a lo largo del mundo y servir como soporte para los nuevos JIC's que se lancen.



2. Establecer las bases necesarias para desarrollar parámetros de calidad en los estudios de audiencias.
3. Intercambiar „conocimientos“ entre los diferentes países con el objetivo de armonizar/unificar la medición de audiencias a nivel global.
4. Llegar a establecerse como un centro de información y documentación sobre medición de audiencias y auditoría de las mismas.

[AIMC](#), como miembro fundador, forma parte de la organización desde el comienzo de su actividad hace ya nueve años y, en estos momentos, Carlos Lozano, presidente ejecutivo de AIMC, forma parte del consejo de I-JIC formado por otros cinco miembros, lo que muestra una vez más su preocupación por la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios.

„La presencia de AIMC en I-JIC nos permite estar a la día e intercambiar experiencias en beneficio del colectivo que compone nuestra asociación. En este sentido, he de destacar, como gran área de preocupación común, la medición transversal en un entorno cada vez más digitalizados manteniendo a su vez los principios de una medición de audiencias transparente, común y veraz“ declaraba Carlos Lozano, presidente ejecutivo de AIMC.

La WFA (Federación Mundial de Anunciantes) afirma que *“los anunciantes creen que la mejor manera de iniciar, administrar y dar forma a las investigaciones de medios y audiencias es a través de los Joint Industry Committees, que incluye a los medios de comunicación, agencias y anunciantes”* (WFA- Media Chapter)

Sobre AIMC

[AIMC](#) es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 163 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.

Direcciones de interés:

<http://www.i-jic.org>

<http://www.aimc.es>