

## Nuevos miembros en la Junta Directiva y la Comisión Técnica de AIMC

- **Pablo Planas (TVE) se incorpora a la Junta Directiva de la Asociación**
- **Raúl Devia (IPG Mediabrand) y Francisco Manuel Santos (Atresmedia TV), nuevas incorporaciones en la Comisión Técnica**

**Madrid, 26 de abril de 2017.-** AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, ha celebrado hoy su Asamblea General Ordinaria en la que, además de aprobar el plan de actividades, presupuesto y cuotas de este ejercicio, se ha renovado la composición de la Junta Directiva.



### Nueva incorporación a la Junta Directiva de AIMC

Pablo Planas inició su andadura en el sector hace 19 años. En la actualidad es Subdirector de Investigación de Medios del Grupo RTVE y, con anterioridad fue Gerente del área de investigación de audiencias de Antena 3 TV y profesor de la Licenciatura de Publicidad de la Universidad Rey Juan Carlos I.

La composición de la Junta Directiva actual, tras el nombramiento de Pablo Planas, es la siguiente:

- Pedro Merino (Ymedia), Presidente.
- Rafael Calleja (Havas Media), Vicepresidente.



- Santiago Pérez Otero (La Voz de Galicia), Vicepresidente.
- José Luís Rodríguez (Grupo Godó Digital, Secretario.
- José María Moix (Onda Cero), Vocal.
- Manuel G. Cordero (Initiative), Vocal.
- Marta San Pedro (Carat España), Vocal.
- Sandra Prósperi (Hearst), Vocal.
- Cristina Rey (Zenith Media), Vocal.
- Pablo Planas (RTVE), Vocal.

### **Nuevos miembros en la Comisión Técnica de AIMC**

Por lo que respecta a la Comisión Técnica, Raúl Devia (IPG Media Brands) y Francisco Manuel Santos (Atresmedia TV) han sido las nuevas incorporaciones aprobadas en la Asamblea de hoy.

Raúl Devia es Licenciado en Ciencias Matemáticas y cuenta con una trayectoria profesional de más de una década ligado al sector del marketing y la investigación de la mano de los grandes grupos de comunicación (Group M, Dentsu Aegis, IPG). A lo largo de ese tiempo ha desempeñado diferentes puestos de responsabilidad en empresas como Maxus, donde ha sido Research Director los últimos seis años. También ha trabajado como Research Manager en Carat y como Manager de Investigación en MEC. En la actualidad ocupa la posición de Research and Insight Director del Grupo IPG Mediabrands en España. En todo este periodo ha dado servicio a clientes de la talla de Telefónica, Renault, Disney, Nivea, Fiat, Colgate, Warner, Johnson&Johnson, etc. con un nivel de experiencia que abarca todos los sectores relevantes para el mercado.



Francisco Manuel Santos es el responsable de investigación y análisis de datos en el área de marketing de Atresmedia TV desde 2010. Licenciado en Comunicación audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid, comenzó su trayectoria profesional en la consultora GECA (1995). Dio el salto a la TV en Telecinco en el área de marketing en el año 2000, para pasar al área de marketing comercial de Antena 3 en 2001. Fue también responsable de la programación de la cadena Clan TVE en 2008.



### **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 (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: <http://www.aimc.es>

