

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

- **Raquel del Castillo (Directora de Marketing de Atresmedia Televisión) se incorpora a la Junta Directiva de la Asociación.**
- **Salvador Alonso Velázquez (Mediaset) ingresa en la Comisión Técnica de AIMC.**

Madrid, 29 de abril de 2014.- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, ha celebrado esta mañana 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 y la Comisión Técnica.

Nueva incorporación a la Junta Directiva de AIMC

Raquel del Castillo es, desde 2009, Directora de Marketing de AtresMedia. Licenciada en Psicología por la Universidad Complutense de Madrid, comenzó su carrera profesional hace más de 20 años en las áreas de Marketing e Investigación.

Desde sus inicios, del Castillo se especializó en la división Comercial y desde 2009 dirige el departamento de Marketing de Antena 3 Televisión, donde reparte su responsabilidad entre el Marketing Corporativo y el Marketing de Contenidos de los canales que configuran el Grupo AtresMedia.



Nuevo miembro de la Comisión Técnica de AIMC



Salvador Alonso Velázquez forma parte desde 1995 del departamento de Marketing de Tele5, actualmente Mediaset España. Alonso es Diplomado en Estadística por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Dirección Comercial y Marketing por el Instituto de Empresa.

Su trayectoria profesional arrancó en el departamento de Marketing de esta cadena privada y desde entonces ha desarrollado responsabilidades de distinta índole, entre las que destacan la del área de Audiencias y la representación de Mediaset España en el Comité de Usuarios de Kantar Media.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 145 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>