

AIMC anuncia nuevos nombramientos en su Junta Directiva

Nueva composición de la Junta Directiva de AIMC

- **Pedro Merino (Ymedia), reelegido Presidente de la Asociación.**
- **Rafael Calleja (Havas Media) y Santiago Pérez Otero (La Voz de Galicia), nuevos Vicepresidentes.**
- **José Luis Rodríguez (Grupo Godó Digital) ocupará el cargo de Secretario de la Junta.**

Madrid, 2 de junio de 2016.- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, ha ratificado hoy en Junta Directiva los cargos y nombramientos del Presidente, Vicepresidentes y Secretario de la Asociación:

- Pedro Merino, Director General de Clientes de Ymedia Vizeum, ha resultado reelegido Presidente de AIMC, cargo que ha ocupado en la Asociación desde 2010.
- Por su parte, Rafael Calleja, Director General de Havas Media Iberia, y Santiago Pérez Otero, Gerente de La Voz de Galicia, ocuparán el cargo de Vicepresidentes.
- José Luis Rodríguez, Director de Transformación Digital de El Mundo Deportivo, renueva su cargo como Secretario de la Junta.



De izquierda a derecha- Pedro Merino, Presidente de AIMC; Rafael Calleja y Santiago Pérez Otero, Vicepresidentes de AIMC y José Luis Rodríguez, secretario de la Junta Directiva de AIMC.

La Junta Directiva es el órgano ordinario de ejecución y representación de la Asamblea General de AIMC y suple a ésta en los períodos que medien entre sus sesiones. Está compuesta por un mínimo de diez vocales y un máximo de doce, además del Presidente Ejecutivo de la Asociación. La duración del mandato de los miembros de la Junta Directiva es de tres años, pudiendo ser reelegidos tras este período. Además, el desempeño de los cargos de cada uno de sus miembros es de carácter gratuito.



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>

