

AIMC celebra una nueva edición de su Asamblea General

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

- Gerardo Mariñas (GroupM), Fernando Rodríguez (Publicis Media), Virginia Vides (COPE) y David Cerqueda (Godó Digital) se incorporan a la Junta Directiva de la Asociación.
- Luis Fernando Ruiz (OMG) y Antonio Pérez (Ymedia), nuevas incorporaciones en la Comisión Técnica.
- La nueva Junta Directiva elegirá en su primera reunión constituyente al Presidente de la Asociación y resto de los cargos: Vicepresidentes y Secretario.

Madrid, 30 de mayo de 2019.- 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, ha renovado la composición de la Junta Directiva y la Comisión Técnica.



En esta cita indispensable para los asociados, AIMC ha reconocido la excelente labor de **Pedro Merino (Ymedia)**, que ha presidido la Junta Directiva de la Asociación de forma ininterrumpida desde 2010 hasta la Asamblea de hoy, tras comunicar su cese en esta labor.

Merino, en un discurso dirigido a los asistentes, ha destacado que, en estos 9 años como presidente de la Junta Directiva, ha podido comprobar que “no hay mejor sitio que AIMC para poder valorar el esfuerzo cotidiano, tanto del Equipo Técnico de la Asociación como de sus órganos de Gobierno, Comisión Técnica, Junta Directiva y Asamblea. En esta nueva etapa que comienza hoy, AIMC debe seguir apostando por la búsqueda continua de la excelencia, el rigor en los procesos, la Neutralidad y la transparencia que la ha mantenido viva durante toda su trayectoria, y espero que este espíritu permanezca por muchos años más”.

La nueva Junta Directiva, constituida hoy, elegirá, en su primera reunión constituyente, el próximo mes de junio, tanto al que será nuevo Presidente de la Asociación como el resto de los cargos que componen la misma: Vicepresidentes, Secretario y vocales.

Nuevas incorporaciones a la Junta Directiva de AIMC

Gerardo Mariñas cuenta con más de 20 años de experiencia internacional en marketing y productos de consumo, así como en agencias de medios (tanto en España como a nivel internacional) trabajando como máximo ejecutivo en Havas Media y MediaCom. Esta última agencia precedió a su entrada en GroupM España donde, desde 2015, es CEO y máximo responsable de la cabecera de las agencias de medios de WPP en España.



Licenciado en Ciencias Empresariales Europeas por la Hochschule für Technik und Wirtschaft de Reutlingen (Alemania) y en el Instituto Católico de Administración de Empresas (ICADE) en España, también es MBA por la Kellogg School of Management, Master en Internet Business por el ISDI y Master en Dirección Económica y Financiera por el CEF. Cuenta también con diferentes cursos de post-grado en Harvard e INSEAD.

Además de su faceta como ponente, también ha sido Presidente de la Asociación de Agencias de Medios, Presidente del Jurado de los Premios Sol, Jurado en el Festival Internacional de Cannes, miembro de la Junta Directiva de Autocontrol y autor de libros, como *Manual de Dirección y Planificación de Medios*, que se encuentra ya en su 6ª edición.



También se incorpora a la Junta Directiva **Fernando Rodríguez (Publicis Media)**, que ha sido miembro activo de varias asociaciones como la AM y también en AIMC, donde ha sido miembro de su Junta Directiva en otras dos ocasiones. Fernando es CEO de Publicis Media en España desde 2016, y cuenta con más de 30 años en el mundo de la Publicidad. Es Doctor y Licenciado en Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid, ha participado en el Executive Development Programme (EDP) de Publicis Groupe y es MBA por el Instituto de Empresa. Comenzó su carrera profesional en Delvico Bates en 1985 para luego incorporarse a Zenithmedia ocupando varias posiciones hasta ser Director General de la agencia.

En 1999, se incorporó a Optimedia como CEO y lideró la agencia hasta convertirla en la tercera del mercado en España. En 2009, fue nombrado CEO de ZenithOptimedia Iberia hasta marzo de 2016, cuando se incorporó también como CEO a Publicis Media con el objetivo de transformar el grupo de agencias de medios, de una estructura holding a una plataforma estructurada en torno al cliente.



Entre las nuevas incorporaciones a la Junta se encuentra también **Virginia Vides (COPE)**, licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Navarra (FCOM) y Master Media MBA en Gestión de Empresas de Comunicación por esta misma universidad.

Virginia cuenta con más de 17 años de experiencia en el sector de los medios de comunicación y el marketing y ha desarrollado su carrera profesional en empresas como Atresmedia Publicidad, Sogecable Media, Prisa Brand Solutions. Desde 2013 es la directora de Marketing e Investigación de las principales marcas de Grupo COPE (COPE, Cadena 100, Rock FM y Megastar FM).



Por su parte, **David Cerqueda**, Licenciado & MBA por ESADE y su formación universitaria incluyó estancias en HEC (París, Francia) y Brandeis University (Boston), empezó su carrera profesional en París y posteriormente trabajó nueve años en Londres. En la actualidad es Chief Digital Officer y Director General de Nuevos Negocios de Grupo Godó. Los últimos siete años ha ejercido de Director General de Negocios Digitales, con una gestión específica del negocio digital de La Vanguardia, de clasificados online y de las inversiones en negocios digitales. Sus responsabilidades actuales en este ámbito incluyen la presidencia del portal inmobiliario yaencontre.com, así como la vocalía del consejo de administración de Ubiquim.com (formación digital), RocketROI (agencia de marketing digital) y Media

Digital Ventures (fondo de media for equity).

Nuevos miembros en la Comisión Técnica de AIMC

Por lo que respecta a la Comisión Técnica, **Luis Fernando Ruiz, Director de Insights & Intelligence en Omnicom Media Group Spain (OMG)** y **Antonio Pérez, Director de Investigación de Ymedia**, han sido las nuevas incorporaciones aprobadas en la Asamblea de hoy.

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. En 2018, la asociación conmemora el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y 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>