

Marta Sáez se incorpora a la Junta Directiva de AIMC

- La actual Chief Operating & Development Officer de OMG Spain ocupa el cargo de vocal en la Junta Directiva de la Asociación.

Madrid, 8 de octubre de 2019.- [AIMC](#), Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, cuenta desde hoy con una **nueva vocal en su Junta Directiva**. El puesto lo ocupa **Marta Sáez, Chief Operating & Development Officer de OMG** (Omnicom Media Group).

Marta Sáez es Licenciada en Business Administration por la Universidad de Hull (Yorkshire, Reino Unido) y PDG (Programa de Dirección General) por IESE Business School. Ha desarrollado una extensa carrera profesional en el mundo del marketing, la publicidad y la investigación de mercados.



Después de trabajar durante 5 años en Millward Brown, se incorporó a Omnicom Media Group como Directora de Investigación y, tras varios años siendo un referente en el mercado en dicha área, fue nombrada en 2011 Directora General de OMD Madrid.

Desde septiembre de este año, Marta ha asumido un nuevo cargo dentro de OMG siendo promocionada a Chief Operating and Development Officer. En esta nueva etapa será responsable de la **transformación del grupo liderando cuatro dimensiones clave: organización y procesos, talento, tecnología aplicada al análisis de datos e innovación.**



Dentro de AIMC, Marta sustituye a Cristina Barranco en el cargo de vocal de la Junta Directiva de la Asociación.

La Junta Directiva es el órgano ordinario de ejecución y representación de la Asamblea General de AIMC y sule a esta en los periodos 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.

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>