

En el marco de la celebración de su Asamblea General Ordinaria 2022

AIMC RENUEVA LA JUNTA DIRECTIVA Y LA COMISIÓN TÉCNICA

- **Mapi Merchante (IPG Mediabrands) y Beatriz Delgado (Mindshare España)** relevan a **Marga Ollero (Havas) y Hugo Llebrés (Wavemaker)** en la Junta Directiva de la asociación
- Además, **Miguel Gutiérrez-Cortines (OMD), Andrea Martínez (Dentsu), Rocío Taladriz (Prensa Ibérica 360), y Ágata Romo (Exterior Plus)** se incorporan a la Comisión Técnica, sustituyendo a **Cesar Galiana (OMD), Jordi García (Ymedia), Begoña Eguillor (Zinet) y Yolanda García (JC Decaux)**
- Después de dos años de pandemia, AIMC ha vuelto a celebrar su Asamblea General Ordinaria de forma presencial en el Havas Village de Madrid, que se convirtió en el punto de encuentro de sus asociados. Un lugar especial, donde la asociación quiso reconocer la labor de Marga Ollero, como presidenta de su Junta Directiva desde junio de 2019
- Entre otros, el acto ha contado también con la presencia del célebre periodista **José Miguel Contreras**, quien, en una charla con **Miguel Ángel Fontán**, ha hablado sobre su visión del panorama actual de los medios de comunicación y las audiencias en España

Madrid, 9 de mayo de 2022.- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, celebró el pasado jueves 5 de mayo su Asamblea General Ordinaria, en la que renovó la composición de su Junta Directiva y la Comisión Técnica.

1

Por primera vez después de dos años de pandemia, AIMC volvió a celebrar su Asamblea General de forma presencial en el Auditorio del Havas Village Madrid, la sede de Havas Media en España, que se convirtió en el punto de encuentro de todos sus asociados. Un lugar especial, donde AIMC quiso reconocer la labor de **Marga Ollero** (Chief Data & Insight Officer de Havas Group), como presidenta de su Junta Directiva desde junio de 2019, hasta este encuentro.

En un discurso dirigido a los asistentes, **Ollero** destacó que *“después de toda una carrera en el mundo de la investigación, ha sido un orgullo el haber tenido la oportunidad de presidir esta asociación, en un momento como el actual. Estoy muy agradecida a todo el equipo y a los socios por su apoyo durante estos años. Sin duda la AIMC tiene un gran futuro por delante”*.

Por su parte, **Miguel Ángel Fontán, director general de AIMC**, señaló que *“es un placer volver a reunirnos con nuestros socios, tras dos años sin poder celebrar este encuentro de manera presencial. Agradecemos enormemente a todos los miembros de la Junta Directiva y de la Comisión Técnica de la asociación el gran esfuerzo realizado en estos últimos dos años, que han sido especialmente difíciles. Y damos la bienvenida a las a las nuevas incorporaciones, cuya labor será indispensable para que la AIMC siga siendo un punto de encuentro en el sector, y todo un referente en la medición de audiencias y la investigación de medios de comunicación en nuestro país”*.

Nuevas incorporaciones a la Junta Directiva de AIMC

AIMC ha anunciado la incorporación de **Mapi Merchante (IPG Mediabrands) y Beatriz Delgado (Mindshare España)** a su Junta Directiva, que relevan a **Marga Ollero (Havas) y Hugo Llebrés (Wavemaker)** respectivamente.



Mapi Merchante es la responsable de liderar actualmente en IPG Mediabrands el área de Analytics, Insights y estrategia. Dirige un equipo multidisciplinar de matemáticos, investigadores, sociólogos y planners, que trabajan juntos para construir estrategias de comunicación basadas en datos. Además, es la responsable de entender cómo podemos llegar a los consumidores para impulsar el negocio y potenciar la relevancia de las marcas, así como del desarrollo de marcos de medición para que las marcas tomen decisiones basadas en datos. Con más de 20 años de experiencia en agencias de medios, antes de unirse al grupo Mediabrands, ocupó la posición de Research director en Zenith. Además, ha sido representante en la Comisión Técnica de AIMC, y actualmente es la presidenta de la comisión técnica de la

Asociación de Agencias de Medios (AM).



Asimismo, se une a la Junta **Beatriz Delgado**, actual CEO de Mindshare España y vicepresidenta de la Asociación de Agencias de Medios (AM) en España.

La trayectoria profesional de Beatriz se remonta al año 1989, con su paso por la agencia de medios Lintas, y posteriormente en Initiative, donde fue jefa de planificación de medios. En 1996 se unió a Carat como Directora de medios, y en 1997 fue nombrada Directora de Servicios al Cliente de Bassat & Ogilvy. Antes de liderar Mindshare España, Beatriz fue directora general de la compañía.

La nueva Junta Directiva, constituida en la Asamblea, elegirá, en su primera reunión constituyente que tendrá lugar en las próximas semanas, tanto al que será el nuevo Presidente de la asociación, como a los Vicepresidentes y Secretario.

2

Nuevos miembros en la Comisión Técnica de AIMC

En cuanto al nuevo equipo de la Comisión Técnica, **Miguel Gutiérrez-Cortines** (OMD), **Andrea Martínez** (Dentsu), **Rocío Taladriz** (Prensa Ibérica 360) y **Ágata Romo** (Exterior Plus) han sido las incorporaciones aprobadas en la Asamblea celebrada el pasado jueves, sustituyendo a **Cesar Galiana** (OMD), **Jordi García** (Ymedia), **Begoña Eguillor** (Zinet) y **Yolanda García** (JC Decaux).

Participación de José Miguel Contreras

La Asamblea General de AIMC contó también con la presencia de José Miguel Contreras, célebre periodista y profesor de universidad, que fue entrevistado por Miguel Ángel Fontán, director general de AIMC, con el objetivo de conocer su visión sobre el panorama actual de los medios de comunicación y las audiencias.

En este sentido, **José Miguel Contreras** afirmó que *“la transformación de los medios de comunicación en estos últimos años, y la forma en la que los usuarios acceden a la información, son clave. Los medios deben afrontar el reto de coordinar la creación de comunidades que generen orgullo de pertenencia, así como de generar contenidos teniendo en cuenta todos los canales y plataformas”*.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 131 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 conmemoró 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>   