

Será vocal en la Junta Directiva de AIMC

Cristina Barranco se incorpora a la Junta Directiva de AIMC

- Actualmente Cristina Barranco es directora general de las agencias de medios Initiative y Reprise
- Sustituye en el cargo al anterior vocal de Initiative, Manuel G. Cordero

Madrid, 26 de septiembre de 2017.- La [AIMC](#), Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, cuenta con una nueva vocal en su Junta Directiva, **Cristina Barranco**, directora general de Initiative, que sustituye en el cargo a Manuel G. Cordero.

Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, Cristina Barranco es Master en el IESE Business School de la Universidad de Navarra y en la London School of Economics and Political Science. El pasado mes de julio fue nombrada directora general de las agencias de medios Initiative y Reprise, propiedad de IPG Mediabrands, el brazo internacional del Grupo Interpublic.

Previamente a su actual cargo, Cristina Barranco ha desempeñado distintos puestos de responsabilidad dentro del Grupo Omnicom, y en los dos últimos años ha liderado la dirección general de Performics, agencia de performance del grupo Publicis.

La Junta Directiva es el órgano ordinario de ejecución y representación de la Asamblea General de AIMC y supe a ésta 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.

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 140 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>

