

CMVocento asume la gestión publicitaria de 'El Economista'

- ***Esta alianza alcanza los 9,4 millones de usuarios únicos y una penetración total del 41%***

Madrid, 2 de febrero de 2016.- CMVocento y Ecoprensa, editora de 'El Economista', han suscrito un acuerdo por el cual la gestión publicitaria de este último, tanto de su edición impresa como digital, será gestionada por CMVocento.

Con ello, el portafolio de productos comercializados por CMVocento se nutre de un soporte publicitario óptimo para campañas de ámbito nacional o segmentaciones locales, con un perfil de usuario muy interesante para cualquier anunciante. Al mismo tiempo, incrementa su penetración en la prensa digital que, según una información publicada por Eleconomista.es alcanza un ratio del 41% en el conjunto de España.

La alianza entre CMVocento y Editorial Ecoprensa se posiciona por encima de la audiencia de El País y sus páginas web asociadas, con 7,5 millones de usuarios únicos, y de las páginas web adscritas a El Mundo, con 6,7 millones de usuarios. Les supera así en cuota de audiencia en todas las provincias españolas, incluyendo autonomías como Madrid o Cataluña.

Tras el acuerdo, la comercialización del soporte impreso quedará a cargo del equipo de prensa que dirige Carlos Álvarez, mientras que la dirección de la edición digital se gestionará desde el equipo de internet que lidera Borja Fernández.

La publicidad programática de ambos grupos y la publicidad internacional en Europa la asumirá íntegramente CMVocento. La oficina internacional de El Economista en Méjico se ocupará de la publicidad digital no programática de la nueva alianza comercial en ese mercado.