

Madrid, 10 de mayo de 2021

Mediaset España incorpora a Marta Hernando a la Dirección de Branded Content Digital

Hernando se suma a un ecosistema publicitario líder y transversal capaz de unificar las fortalezas comerciales del contenido televisivo y del entorno digital, que incrementa las posibilidades de consumo, cobertura, notoriedad y prescripción para las marcas, un entorno *brand safety* garantizado.

Mediaset España, el grupo audiovisual líder en consumo de contenidos digitales entre los grupos de televisión a nivel nacional, refuerza su estructura comercial para emprender **nuevos proyectos de expansión y transformación digital adaptados a los nuevos entornos del mercado** y las nuevas formas de consumo con la incorporación de **Marta Hernando como nueva directora de Branded Content Digital**, en dependencia de Alfonso Pérez Teijeiro, director Comercial de Medios Digitales de Publiespaña.

Para Marta Hernando, “después de más de 12 años de experiencia en agencia de medios, es una gran oportunidad dirigir el área de Branded Content en un grupo audiovisual líder como Mediaset España, desarrollando acciones de contenido transmedia capaces de llegar a nuevas audiencias y ampliar nuestra oferta comercial con un producto sólido e integrado. Esta unidad trabaja en un posicionamiento de vanguardia diseñando soluciones de valor añadido y nuevas fórmulas de comunicación que den respuesta a las necesidades de las marcas adaptadas a los nuevos hábitos de los consumidores”.

Licenciada en Publicidad y RRPP por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Dirección Comercial y Marketing por ESIC y en Comunicación Digital por la UCM, Marta Hernando es especialista en el desarrollo de contenido e innovación con más de 12 años de experiencia en agencias de medios desarrollando estrategias de comunicación innovadoras para las marcas incluyendo contenido, *brand experience* y acciones no convencionales. En los últimos tres años ha ejercido como responsable de la unidad de Servicios al cliente en el Departamento de Innovación y Contenido para GROUPM, con la creación y desarrollo de propuestas de contenido multiplataforma. Anteriormente, ha estado siempre vinculada al mundo de la publicidad dentro del área de planificación y gestión de campañas (LaSexta), como ejecutiva de cuentas (Mediacom) o dentro del área de estrategias de publicidad no convencional (WaveMaker), entre otras.

Un modelo de planificación *crossmedia* con un equipo de Programática y Tráfico, Branded Content y Digital, apoyado en Be a Lion

Con esta incorporación, Mediaset España avanza en su estrategia para el desarrollo de una oferta comercial única capaz de aportar soluciones de comunicación que ayuden a las marcas a ocupar territorios y liderar conversaciones en el escenario digital y los social media, apoyándose para ello en la fuerza de los contenidos producidos por el grupo y en el paso estratégico que el año pasado supuso la adquisición de BE A LION.

También se apoya para ello en el resto de áreas de la **Dirección Comercial de Medios Digitales de Publiespaña** que encabeza **Alfonso Pérez Teijeiro**, dividida en Tráfico y Programática, Comercial y Branded Content, que es la que pasa Marta Hernando a dirigir.

Según Pérez Teijeiro, *“Marta Hernando se suma a un equipo humano muy creativo y profesional y lo hace dentro de un modelo comercial único **crossmedia**, producto de la unión de la gran fortaleza de Mediaset España como el gran generador de contenido audiovisual de nuestro país, sin rival a la hora de alcanzar las máximas coberturas y de lograr el mayor engagement y notoriedad del mercado en el menor tiempo posible, y de BE A LION como gran conocedor de las grandes tendencias actuales de prescripción en el entorno digital”*.

Un nexos que ha dado como fruto el nacimiento de un ecosistema publicitario transversal capaz de unificar las fortalezas comerciales del contenido televisivo y del entorno digital, que incrementa las posibilidades de consumo, cobertura, notoriedad y prescripción para las marcas, un entorno *brand safety* garantizado.

Mediaset España bate en marzo su récord histórico en consumo digital con 695 millones de reproducciones

Según el último informe mensual de MyMetrix Multiplataforma y Videometrix Multiplataforma de Comscore correspondiente al mes de marzo, **Mediaset España ha batido sus récords históricos de tráfico, tanto de usuarios únicos con 20,6 millones como de consumo de videos vistos con 695 millones**, convirtiéndose en el primer medio de comunicación digital en España y segundo soporte global tras Google en el ranking de consumo y minutos de videos vistos.