

Caja Popular Mexicana lanza su podcast

- **CPM Comunica es una alternativa de información sobre la evolución del sector cooperativo mexicano de ahorro y préstamo, vigente desde hace 70 años en México.**
- **El podcast está disponible en diferentes plataformas digitales como Spotify, Anchor Breaker, Google Podcast, Pocket Casts y Radio Public.**

León, Guanajuato.- CPM Comunica el podcast de Caja Popular Mexicana, es una alternativa informativa que busca alcanzar nuevas audiencias para hacerles saber la evolución del sector cooperativo mexicano de ahorro y préstamo, vigente desde hace 70 años en México.

La finalidad es ofrecer información práctica sobre temas económicos y financieros de la actualidad bajo una perspectiva que ayudará a ver el cooperativismo como una opción real y eficiente para las personas.

Entre los temas que destacan son consejos para el buen uso del crédito y fomento a la cultura del ahorro, que están cimentados en la economía social y solidaria, así como en los valores y principios cooperativos que impulsan la educación financiera de millones de personas.

Los temas y entrevistas con expertos, también se irán desarrollando conforme a las propuestas y comentarios que emita la audiencia en el correo cpmcomunica_podcast@cpm.coop

CPM Comunica, el podcast de Caja Popular Mexicana, está al alcance de sus más de 2 millones 900 mil socios y público en general de México y de otros países, a través de las plataformas digitales como: Spotify, Anchor Breaker, Google Podcast, Pocket Casts y Radio Public.

El primer episodio fue lanzado el pasado 22 de febrero y a una semana de su lanzamiento, ha registrado buena aceptación.

Previamente los episodios serán emitidos de manera quincenal durante los días lunes.

2020, el año del Podcast

Caja Popular Mexicana no sólo busca llevar opciones de ahorro y crédito, sino también implementar la educación financiera entre sus socios, buscando nuevas alternativas y opciones asociadas con el consumo digital, entre ellas el podcast, que al cierre del año 2020 en México, el volumen de consumidores cotidianos de este formato digital sumó 17 millones, sólo en la plataforma de Spotify.

Esta estadística que fue compartida por la consultora Global Entertainment & Outlook 2020-2024 de PWC México, también prevé que en dos años más, superará los 30 millones de consumidores, puesto que el podcast permite a los creadores de contenido, generar una relación más íntima con el usuario.

Y justamente este es el sello de Caja Popular Mexicana que ha impregnado durante los 70 años de servicio en México; generar una relación más personalizada con sus socios a través de los medios



Dirección de Comunicación e Imagen Institucional

www.cpm.coop

tradicionales como: radio, televisión, prensa escrita, y ahora en distintas plataformas digitales como las redes sociales, conferencias en línea y diferentes plataformas digitales que permitan llegar a distintos sectores.

CAJA POPULAR MEXICANA EN EL PAÍS:

Socios: Dos millones 912 mil 350

Niños y jóvenes ahorradores: 328 mil 567

Sucursales: 479

Presencia: 26 estados de la República mexicana

Contacto: Rocío Flores Durán.

Gerente de Comunicación Caja Popular Mexicana

rocio_flores@cpm.coop; francisco_alvarez@cpm.coop; jose_becerra@cpm.coop



**Dirección de Comunicación e
Imagen Institucional**

www.cpm.coop