



Boletín de prensa
No. E1485
16 de julio, 2018

Televisa Deportes recibe el “Botón de Oro” de YouTube

Por primera vez en la historia de YouTube, los fans pudieron ver contenido oficial de una Copa Mundial de Fútbol. Gracias a la alianza que la plataforma hizo con 33 *partners* alrededor del mundo, que tienen los derechos digitales del Mundial Rusia 2018, y decidieron utilizar YouTube como un espacio adicional, más personas pudieron vivir la pasión del fútbol.

En México, YouTube y Televisa Deportes se unieron para compartir contenido oficial a través de su canal, alcanzando 1 millón de suscriptores, quintuplicando su base de fans. Esto es resultado del interés de los mexicanos por el contenido de fútbol y deportivo: 46% declararon que recurren a YouTube todos los días durante grandes eventos deportivos, para ver videos.

Festejamos que el canal de Televisa Deportes se hizo acreedor al “Botón de Oro” que fue entregado en Rusia por Juanjo Durán, director de Contenidos de Mercados de habla hispana de YouTube, y Tomos Grace, director de Contenidos de Deportes en Europa, Medio Oriente y África de YouTube. El reconocimiento fue recibido por Piero Ricci, Director de Televisa Deportes.

Contacto:

Mario San Martín / (52 55) 5728 3668 / Mmartin7@televisa.com.mx
televisacomunicacion@televisa.com.mx

www.televisa.com
www.televisa.com/sala-de-prensa
@Televisa_Prensa



Boletín de prensa
No. E1485
16 de julio, 2018

"Los resultados obtenidos en YouTube durante el Mundial, son impactantes y representan un gran reconocimiento para el trabajo realizado por el equipo digital de Televisa Deportes. El canal de Televisa Deportes en YouTube, cumplió con el objetivo de ofrecer una ventana digital con contenidos de alta calidad en uno de los eventos deportivos más importantes del mundo. Sin duda, la alianza estratégica que hicimos con YouTube fue muy importante para lograr estos resultados. Agradecemos la preferencia de la audiencia y la confianza de YouTube", dijo Piero Ricci.

"El contenido de Televisa Deportes ha tenido excelentes resultados durante la Copa Mundial. Esto es evidencia de la calidad de los videos más destacados que produce Televisa y la increíble pasión que sienten los fanáticos mexicanos por su equipo y la Copa Mundial FIFA en general", dijo Tomos Grace.

El contenido de Televisa Deportes también llegó a los fans que buscaban enterarse de lo que estaba sucediendo en Rusia, pues al buscar un partido desde Google, a través de la experiencia Onebox, pudieron encontrar información relevante, como marcadores, alineación, además de los videos de las jugadas clave.

Televisa Deportes hizo una fuerte apuesta por la plataforma de YouTube, publicando alrededor de 60 videos diarios. Además, en cada encuentro, los usuarios disfrutaron del previo, las mejores jugadas y los resúmenes, así como conferencias de prensa y seguimiento a los equipos y jugadores.

La calidad del contenido generado por Televisa Deportes, ha posicionado a Televisa como uno de los socios más importantes a nivel global de visualizaciones de contenido del Mundial, además de superar en vistas a otras plataformas digitales, generando más de 150 millones de visualizaciones en el último mes.

Contacto:

Mario San Martín / (52 55) 5728 3668 / Mmartin7@televisa.com.mx
televisacomunicacion@televisa.com.mx

www.televisa.com
www.televisa.com/sala-de-prensa
@Televisa_Prensa



Boletín de prensa
No. E1485
16 de julio, 2018

Acerca de Google

Google es una empresa global líder en tecnología que se dedica a mejorar las formas en que las personas se conectan con la información. Las innovaciones de Google en la búsqueda por Internet y la publicidad han hecho de su sitio web uno de los principales productos de Internet, y su marca, una de las más reconocidas en el mundo.

Google es una marca comercial de Google LLC. El resto de los nombres de productos y de empresas son marcas comerciales de las empresas con las que están asociados.

Acerca de Televisa

Televisa es una empresa de medios líder en la producción de contenido audiovisual en español, un operador de cable importante en México, y un sistema de televisión de paga vía satélite líder en México. Televisa distribuye el contenido que produce a través de varios canales de televisión abierta en México y en más de 50 países, a través de 26 marcas de canales de televisión de paga y canales de televisión, operadores de cable y servicios adicionales por internet ("OTT", por sus siglas en inglés). En Estados Unidos, el contenido audiovisual de Televisa es distribuido a través de Univision Communications Inc. ("Univision") la empresa de medios de habla hispana líder en Estados Unidos. Univision transmite el contenido audiovisual de Televisa a través de varias plataformas a cambio del pago de una regalía. Además, Televisa cuenta con una participación accionaria e instrumentos con derechos de suscripción de acciones ("warrants") que una vez intercambiados, representarían aproximadamente el 36% sobre una base de dilución y conversión total del capital de Univision Holdings Inc. la compañía controladora de Univision. El negocio de cable de Televisa ofrece servicios integrados, incluyendo video, servicios de datos de alta velocidad y servicios de voz a clientes residenciales y comerciales, así como servicios administrados a empresas de telecomunicaciones locales e internacionales a través de cinco Operadores de Sistemas Múltiples en México. Televisa posee una participación mayoritaria en Sky, un sistema líder de televisión de paga directa al hogar vía satélite que opera en México, República Dominicana y Centroamérica. Televisa también tiene intereses en la publicación y distribución de revistas, la producción y transmisión de radio, deportes profesionales y entretenimiento en vivo, producción y distribución de películas, y juegos y sorteos.

Contacto:

Mario San Martín / (52 55) 5728 3668 / Mmartin7@televisa.com.mx
televisacomunicacion@televisa.com.mx

www.televisa.com
www.televisa.com/sala-de-prensa
@Televisa_Prensa