[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en el 02/12/2016

# [Televisa cancela programas televisivos para dar paso a estrategias de marketing que se basen en nuevas formas de comercialización digital](http://www.notasdeprensa.es)

## Las nuevas tecnologías sirven de herramienta a la televisora para adaptarse a la actualidad y a las audiencias digitalizadas del momento que demandan contenidos específicos virtuales

Televisa volvió a anunciar la cancelación de diversos programas, abriendo la oportunidad para el desarrollo de estrategias que encuentren en los contenidos y en las nuevas tecnologías, herramientas de comercialización donde lo digital marca una pauta importante. Televisa despidió de su aparición en televisión, a marcas personales como los conductores Joaquín López Dóriga o Adela Micha, tras cancelar los programas Chapultepec 18, Si me dicen no vengo, La entrevista por Adela, Peladito y en la boca y Alebrijes: Águila o Sol. El anuncio hecho por la televisora con un valor de marca de mil 585 millones de dólares (Millward Brown), pone el foco en la oportunidad para lograr nuevas formas de comercialización a través de estrategias como el content marketing, donde el contenido de calidad y las nuevas tecnologías se adaptan a audiencias digitalizadas y con mayor demandas de experiencias en el momento en que las quiere consumir. En mercados como el de Estados Unidos, los medios tradicionales se integran a los canales digitales con la generación de contenido que se adapta a la demanda que se genera a través de estos medios y en este encuentro con audiencias conectadas a la web, las marcas juegan un papel clave para lograr oportunidades de comercialización. Ejemplo de esto ocurrió con USA Today, un medio estadounidense con 10 millones de lectores en la primavera de 2016, según Nielsen Scarborough. USA Today decidió lanzar una unidad de realidad virtual para generar contenidos en este formato, llamando la atención de marcas como Toyota, que apostaron con inversión en publicidad producida para una audiencia digital contada por el medio en 110 millones. En esa ocasión, la marca que invirtió en este nuevo desarrollo de contenidos a cargo de USA Today aseguró que los elementos que motivaron su participación con publicidad en este formato, fue la creación de nuevas experiencias al consumidor y el impulso a medios tradicionales en la llegada a nuevas tecnologías de comunicación, apostando al storytelling y a medios que se ajusten a la identidad de su compañía. The post Televisa vuelve a cancelar programas. ¿Oportunidad para el content marketing? appeared first on Revista Merca2.0.

**Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/televisa-cancela-programas-televisivos-para](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación Marketing Programación Televisión y Radio E-Commerce Software

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)