



La ceremonia de apertura atrajo a más de 28,6 millones de espectadores.

Según NBCUniversal Olimpiadas de París alcanzaron récord en ventas de publicidad

Serán “bastante rentables para nosotros”, dijo la compañía.

BLOOMBERG

NBCUniversal de Comcast Corp. dijo que los ingresos por publicidad de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París superaron el récord de US\$ 1.250 millones vendidos para los Juegos de Tokio 2020.

Los altos índices de audiencia se han traducido en una mayor demanda para el inventario no vendido que NBC trajo a los juegos, que se celebrarán hasta el 11 de agosto, dijo una persona con conocimiento del asunto. La cadena había anunciado anteriormente ventas por US\$1.200 millones.

La ceremonia de apertura atrajo a más de 28,6 millones de espectadores, la audiencia más grande desde Londres 2012, mientras que la audiencia en horario de máxima audiencia durante el primer fin de semana promedió 34,5 millones, un 79% más que en Tokio, lo que subraya los beneficios de una

zona horaria más favorable para Estados Unidos.

“Nos sentimos muy bien con los índices de audiencia”, dijo Mark Marshall, presidente de publicidad y asociaciones globales de NBCUniversal, en una entrevista al margen de los Juegos de París. “No hay nada más que llegues a casi 200 millones de personas en 17 días”.

Algunos patrocinadores, entre ellos Coca-Cola Co., decidieron no anunciarse durante la cobertura de la NBC de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, pero ahora están de vuelta, dijo Marshall. Los juegos de este año incluyen un número récord de comercializadores, señaló, destacando el regreso de las empresas de tecnología, la categoría individual más grande con alrededor del 15% de los ingresos. Las empresas farmacéuticas y automovilísticas también incrementaron su exposición. Más del 70% de los patrocinadores son nuevos, aseguró NBC.