



Concurso
**Discovery
Oro**
¡GANA ORO!

Discovery



MÁS DE 1000 PERSONAS SE APUNTAN AL RETO 'DISCOVERY ORO', UN JUEGO VIRTUAL LANZADO POR DISCOVERY Y ORANGE PARA REGALAR MÁS DE 5000 EUROS EN LINGOTES DE ORO

Del 21 de junio al 5 de julio, más de un millar de buscadores de oro han participado en el desafío lanzado por Discovery y Orange TV para celebrar el especial Discovery Oro en el canal con motivo de la emisión de 24 horas de 'La fiebre del oro'

Tres ganadores se repartirán un premio total de 3 onzas troy de oro, casi 100 gramos del preciado metal, tras lograr el reto lanzado en <https://www.discoveryoro2020.es/>

Madrid, 7 de julio de 2020.- Más de 1000 personas han participado en el reto virtual lanzado por Discovery y Orange TV para celebrar el especial de 24 horas de oro en Discovery Channel el pasado 21 de junio. Durante dos semanas completas, los aspirantes a buscadores de oro debían demostrar sus dotes de rastreadores si querían hacerse con el premio: un total de 3 onzas troy de oro, que equivalen a 100 gramos del preciado metal, valoradas en casi 5.500 euros.

Pero para llevarse el premio a casa, primero debían **acumular la mayor cantidad posible de oro digital cazando el mayor número de códigos QR que podían encontrarse en varios medios digitales, las página de Facebook de Discovery y Orange TV y durante la propia emisión del canal Discovery Channel.** Para conocer la ubicación exacta de estos códigos QR era necesario seguir las pistas que se publicaron entre el 21 de junio y el 5 de julio en el perfil de Facebook de Discovery Channel España, ya que cada código QR sólo estaba disponible durante dos horas. La rapidez y agilidad de los participantes que lograban 'cazar' los códigos y seguir acumulando oro digital en el site <https://www.discoveryoro2020.es/> era clave en caso de empate.

De entre más de 1000 participantes, muchos lograron completar el reto. Pero solo **los tres primeros resultaron los ganadores del primer desafío virtual 'Discovery Oro'** al lograr demostrar sus dotes como buscadores de oro a lo largo de dos semanas en las que estaban en juego **más de 5.000 euros en oro real:** un primer premio de media onza de oro (15,5 gramos aprox.), un segundo premio de 1 onza de oro (31,1 gramos aprox.) y un premio final de 1,5 onzas de oro (aprox. 46,6 gramos).

"Estamos muy contentos con la respuesta de esta innovadora iniciativa de Discovery y Orange que ha logrado involucrar a varias comunidades de fans de 'La Fiebre del Oro', generando una implicación y una dinámica social entre los participantes nunca antes vista. Estamos muy satisfechos de comprobar la pasión y el compromiso de los fans de Discovery tal y como han demostrado participando en este exigente juego virtual pionero en nuestro



Concurso
**Discovery
Oro**

¡GANA ORO!

Discovery



país", dijo **Elena Hermosilla, Directora de Marketing, Comunicación y Descubrimiento Digital de España y Portugal.**

El contenido de oro, encabezado por la popular serie 'La fiebre del oro', es uno de los preferidos por los fans de Discovery en todo el mundo. Por ello, **el pasado domingo 21 de junio, Discovery Channel invitó a los espectadores a pasar 24 horas buscando oro en el canal**, ofreciendo un maratón de 24 horas de programación temática con los protagonistas de 'La fiebre del oro' que culminó con el estreno de una nueva temporada de 'La ruta del oro con Parker Schnabel'.

Sobre Discovery Channel:

Discovery se lanzó en España en 1995. Ofrece 3 canales de pago (Discovery Channel, Eurosport y Eurosport 2) y provee de contenidos al canal en la TDT en abierto DMAX, de VEO TV. Discovery Channel emite 24 horas al día contenidos de ciencia, tecnología, ingeniería, motor, aventura y culturas mundiales. El canal se distribuye a través de las principales plataformas de televisión de pago por cable, lptv y móviles en España: Movistar+, Vodafone-ONO, Orange, Euskaltel, R Cable, Telecable y principales distribuidores de cable locales.

Sobre Discovery:

Discovery, Inc. (Nasdaq: DISCA, DISCB, DISCK) es una compañía líder en entretenimiento real, ofreciendo contenidos que inspiran, informan y entretienen a una apasionada audiencia de fans en todo el mundo. Discovery ofrece más de 8000 horas de contenido original cada año, siendo líderes en los géneros y contenidos preferidos por el público en todo el mundo. Presente en 220 países y territorios, y disponible en 50 idiomas, Discovery es una plataforma innovadora que llega a los espectadores a través de todas las pantallas, incluyendo productos de televisión para dispositivos móviles como la cartera de aplicaciones GO; servicios de vídeo en streaming bajo demanda como Eurosport Player, Food Network Kitchen y Motor Trend; el contenido nativo digital y social del Grupo Nine Media; una histórica asociación en torno a contenido de naturaleza y factual con la BBC; y una alianza estratégica con PGA Tour para crear la casa internacional del golf. El portfolio de marcas premium de Discovery incluye: Discovery Channel, HGTV, Food Network, TLC, Investigation Discovery, Travel Channel, MotorTrend, Animal Planet, Science Channel y la nueva multiplataforma JV con Chip y Joanna Gaines, Magnolia, además de OWN -la cadena de Oprah Winfrey en EEUU-, Discovery Kids en Latinoamérica y Eurosport, el canal líder en Europa con su oferta de deportes premium y relevantes a nivel local, y la Casa de los Juegos Olímpicos en Europa. Para más información, visite www.corporate.discovery.com o siga a @DiscoveryIncTV en las plataformas sociales.