

Stats sigue consolidado el negocio del 'Big Data' con la compra de TVT Video Technologies

Palco23

18 may 2015 - 12:00

Vista Equity Partners sigue utilizando a Stats para avanzar en la consolidación del sector del *Big Data* aplicado a la industria del deporte. Tras una inversión inicial de 200 millones de dólares para comprar la empresa a Fox Sports y Associated Press, la firma de capital riesgo ha permitido que su participada mantenga su activa política de adquisiciones y ahora ha cerrado la compra de TVT Video Technologies (TVTI), un proveedor de soluciones audiovisuales para el análisis de partidos. El importe económico de la operación no ha trascendido.

Stats asegura que la compañía adquirida se ha convertido en un referente del béisbol y el hockey hielo, ya que la mayoría de equipos de la Major League Baseball (MLB) y la National Hockey League (NHL) utilizan la tecnología de TVTI. La empresa de Portland por su tecnología de indexación de vídeos para su posterior análisis. "La tecnología de TVTI se integrará bien con los datos de Stats y el sistema de béisbol profesional BSports, y estamos muy contentos de trabajar juntos para ofrecer la próxima generación de servicios de vídeo a equipos deportivos a nivel mundial", ha indicado Ken Rhodes, cofundador de TVTI.

Se trata de la cuarta adquisición que realiza Stats en los últimos meses. Hace una semanas cerró la compra de Prozone, una empresa de Reino Unido que también se dedica a ofrecer servicios de análisis de datos y que desde 2012 trabaja con todos los clubes de la Premier League. Antes, ya había adquirido Bsports a Bloomberg por 20 millones de dólares; Automated Insights a Samsung y Associated Press, entre otros, por 80 millones de dólares, y The Sports Network por una cuantía no revelada.

Todas estas operaciones van en una clara línea de consolidación del sector de las tecnologías aplicadas a la explotación de estadísticas. Además, Stats está logrando diversificarse con subsidiarias que se dirigen sobre todo a la elaboración de contenido informativo automático a partir de los datos con Automated Insights, y otras como Prozone o The Sports Networks más especializadas en el suministro de información a equipos y competiciones para que dispongan de mejores herramientas a la hora de

plantear sus encuentros. También facilitan la creación de ligas fantásticas, cuyos premios y apuestas se fijan a partir de estadísticas reales de algunas de las principales ligas de EEUU.

En España, Mediapro está tratando de consolidarse como el principal proveedor estadístico. Para conseguirlo, ha desarrollado de la mano de La Liga una aplicación propia que está disponible para todos los clubes de Primera División y Segunda División. Mediacoach, como se conoce esta herramienta, cuenta con una versión más básica accesible para los aficionados, y el objetivo de la multinacional que dirige Jaume Roures es abrir mercado en otras competiciones europeas.