

COMPETICIONES

Dentsu se hace con la venta global de la Copa América de fútbol entre 2020 y 2028

El grupo japonés ha adquirido los derechos exclusivos de consultoría global y ventas comerciales del torneo de selecciones, el más importante de Latinoamérica.

Palco23
24 oct 2019 - 11:00



Dentsu estrecha lazos con Conmebol. La confederación de fútbol de Sudamérica ha vendido al grupo japonés de marketing los derechos exclusivos de consultoría global y venta comercial de las próximas tres ediciones de la Copa América (2020, 2024 y 2028). Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos, aunque el regulador obtiene 500 millones de dólares en ingresos con todos sus torneos, tanto de clubes como de selecciones.

El acuerdo cubre la venta de todos los derechos comerciales, incluidos los patrocinios, las retransmisiones, las licencias de producto y la explotación del *ticketing* y el negocio de hospitalidad. La edición de 2019, que se jugó en Brasil, se emitió en más de 180 países, aunque uno de sus desafíos es combatir la diferencia horaria para garantizar la máxima visibilidad a las marcas.

José Astigarraga, secretario general de Conmebol, confía en el potencial económico de

la cita, que por primera vez se disputará en dos países. “Con el formato innovador de la próxima edición acercaremos el espectáculo de fútbol a más fanáticos del continente”, ha explicado. Para Dentsu, esta alianza le permite estrechar lazos con el fútbol de la región, después de que en 2019 ya comercializara la Copa América.

Esta no es la primera vez que Conmebol se apoya en terceros para vender sus torneos, pues la confederación del fútbol sudamericano cobrará un mínimo de 1.400 millones de dólares por la comercialización de la Copa Libertadores, la Sudamericana y la Recopa a través de su alianza con IMG y Perform para 2019-2022.