

Amazon saca la artillería para conquistar también al deporte mundial

Del fútbol al cricket. Amazon no tiene límites. La competición ha atacado en todos los mercados posibles donde quiere tener presencia. Desde China hasta Estados Unidos, pasando por España e India.

Miquel López-Egea
23 dic 2020 - 04:54



Como cada año, Palco23 realiza en las últimas semanas de diciembre un repaso a los últimos doce meses en el negocio del deporte, marcados por el impacto de la pandemia del Covid-19. Análisis macroeconómico de España y el mundo, recorrido por los fenómenos sociales que ha provocado el coronavirus y reportajes sobre el impacto en los principales clubes, competiciones y federaciones del sector forman el Especial 2020: el negocio del deporte en el año del Covid-19.

Especial 2020: El negocio del deporte en el año del Covid-19

Amazon quiere aumentar su presencia en los principales mercados deportivos mundiales. En Europa, el gigante estadounidense apuesta por potenciar sus mercados de España, Alemania, Italia y Reino Unido, donde tiene más fuerza con sus servicios.

El crecimiento ha pasado, pasa y pasará por ofrecer nuevos contenidos deportivos en

su plataforma Prime Video y por llegar a más acuerdos con clubes de las cuatro principales ligas europeas de fútbol para gestionar sus plataformas *ecommerce*.

Actualmente Amazon gestiona los *ecommerce* de cuarenta clubes, personas y entidades del sector, entre ellos, la Euroliga, VR46 de Valentino Rossi, los pilotos Joan Mir y Fernando Alonso, el Valladolid FC o el Girona FC.

Mediapro: doce meses de conflicto en Francia por los derechos de la primera división

“Queremos que las entidades puedan llegar a sus públicos de Europa, Estados Unidos y China, empezamos con el fútbol: ya tenemos presencia en baloncesto y motor; dándoles alcance internacional y no sólo en su país de origen”, explicaba en diciembre Hernando Moncaleano, responsable del área de deporte de Amazon en España e Italia.

En 2020, la empresa llegó a acuerdos con el AS Mónaco, Udinese o Tottenham Hotspur, tal como hizo el año anterior con el Bayern de Múnich y el Inter de Milán.

La plataforma se hizo por ejemplo con la distribución en India del cricket neozelandés, una de las principales ligas de este deporte

Además, la Juventus FC se convirtió en noviembre en el primer club de fútbol europeo en lanzar su propio canal de televisión en Amazon Primer Video para los clientes Prime en Italia por un precio de 3,99 euros al mes.

Amazon saca la cartera

De hecho, en Italia Amazon se hizo con los derechos de los los dieciséis mejores partidos de la noche del miércoles de la Liga de Campeones más la Supercopa, tal como ya hizo en diciembre de 2019 con en Alemania, con un paquete de derechos similar.

En agosto Amazon también firmó un acuerdo con los New York Yankees de la MLB de béisbol y los Sounders FC de la MLS de fútbol. El acuerdo con el equipo de Washington es para emitir por ‘streaming’ en el mercado local una serie de partidos a través de Prime Video, su plataforma de emisión de contenidos audiovisuales. Asimismo, la empresa también tiene proyectos conjuntos con la NHL.

PALCO23

La artillería apunta a todos los mercados y todos los deportes: la plataforma se hizo por ejemplo con la distribución en India del cricket neozelandés, una de las principales ligas de este deporte.

Como parte del acuerdo entre Amazon y New Zealand Cricket Board, Prime Video retransmitirá en exclusiva todos los partidos de cricket internacionales que se disputen en Nueva Zelanda tanto para cricket masculino como femenino, hasta la temporada 2025-2026.