

Dazn sondea inversores para captar mil millones de dólares

La OTT de contenidos deportivos en *streaming* está explorando la posibilidad de salir a bolsa para captar recursos, aunque también está considerando la venta de activos, con su negocio en Japón en el foco.

Palco23
20 ago 2020 - 15:52

Dazn no cesa en la búsqueda de recursos en pleno temporal provocado por el Covid-19. La compañía está sondeando inversores en busca mil millones de dólares con los que mejorar la situación económica de la OTT de contenidos deportivos en *streaming*. La empresa lleva meses en busca de financiación e inversores tras años invirtiendo en su expansión internacional y en la compra de derechos deportivos, como la Euroliga, la Premier League y la MotoGP en España.

La compañía con sede en Reino Unido está discutiendo internamente varias opciones, que incluyen la posible salida a bolsa, según informa *Bloomberg*. También tantea la venta de activos, como la desinversión de una parte de su negocio en Japón o desprenderse de su portal de noticias deportivas Goal, por el que inicio negociaciones con el fondo TPG para venderlo por 125 millones de dólares.

El año pasado la compañía contrató a un Goldman Sachs como apoyo para captar 500 millones de dólares con los que consolidar la OTT. Su propietario, Access Industries ha inyectado 1.700 millones de euros en el servicio de retransmisiones deportivas desde 2016, por lo que ahora busca otros inversores que aporten recursos.

En 2018-2019, los compromisos de pago de Dazn por contenidos se han doblado y a cierre de 2018 ascendían a 4.700 millones de libras (5.503 millones de euros) en los próximos cinco años. Sólo en España ha comprometido más de 100 millones de euros anuales para tener la exclusiva de MotoGP, Premier League y Euroliga, entre otros, mientras que en EEUU tiene un ambicioso proyecto para cambiar el modelo de las retransmisiones de boxeo junto a Matchroom Boxing.

El proyecto para captar recursos coincide con el lanzamiento de la OTT global de Dazn, que está previsto para otoño a más de 200 países y la oferta inicial se centrará en aquellas competiciones de las que tiene los derechos audiovisuales en todo el mundo,

donde por ahora figura el boxeo. La intención es “añadir más deportes y contenidos desde comienzos de 2021”, indica la compañía británica.

En este contexto, el grupo audiovisual ha dado entrada a cinco nuevos miembros a su junta directiva, entre los que se encuentra Veronica Diquattro, exvicepresidenta del sur de Europa y directora general en España e Italia y que ahora es el de directora global de clientes e innovación, un cargo de nueva creación que incluirá todas las cuestiones relacionadas con el desarrollo d del producto y la marca, así como la oferta de contenidos y la programación.