

MEDIA

Dazn y Movistar+ se batan por la emisión de la Copa América en España

Las dos plataformas de pago negocian con Pitch International y Enjoy TV la compra de los derechos del torneo, que se disputará en pleno parón del fútbol europeo. El principal escollo a día de hoy es el precio.

M.Menchén
24 may 2019 - 05:00



Messi contra James. Luis Suárez frente a Arturo Vidal. Ver si Neymar es capaz de liderar a Brasil a un nuevo título. La Copa América de 2019 tiene importantes alicientes para los aficionados al fútbol en España, y es un elemento que Conmebol quiere hacer valer en la adjudicación de las retransmisiones. Fuentes consultadas por *Palco23* indican que en la puja están participando Movistar+ y Dazn, aunque uno de los principales escollos a día de hoy es el precio, que estaría en torno a 1,5 millones de euros. Ninguna de las dos compañías ha querido confirmar su presencia en el proceso.

La agencia encargada de comercializar los derechos internacionales del torneo era la quebrada MP&Silva, de ahí que la multinacional nipona Dentsu se hiciera con ese contrato a finales de 2018. Sin embargo, el *tender* en esta ocasión lo están dirigiendo las agencias Pitch International y Enjoy TV, que disponen de apenas tres semanas para

1/3

<https://www.palco23.com/media/dazn-y-movistar-se-baten-por-la-emision-de-la-copa-america-en-espana>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

poder garantizar la visibilidad del evento en el mercado español.

El torneo se disputará entre el 14 de junio y el 7 de julio, con un total de 26 partidos y sólo seis días de descanso en los que no habría competición. Por cuestiones horarias, los encuentros se disputarán por la noche o de madrugada en Europa, una cuestión que afecta a las potenciales audiencias de los directos y, por ende, al retorno publicitario que pueda haber, según las fuentes consultadas.

La Copa América tiene un precio de mercado que estaría por encima de 1,5 millones de euros en España

Los últimos movimientos en el sector hacen pensar que Movistar+ no entrará en una subasta de precios, pues ya tiene garantizados los verdaderos *drivers* de altas de usuarios en el país: toda LaLiga Santander y LaLiga1|2|3, así como la Uefa Champions League. Por el contrario, Dazn ha sabido ir construyendo su oferta a base de hacerse con todo el fútbol internacional que quedaba huérfano.

De hecho, esas dos estrategias explican el primer gran golpe de efecto que dio la plataforma de retransmisiones en *streaming*, adquiriendo la exclusiva de la Premier League para el ciclo 2019-2022. En este caso, las fuentes consultadas indican que la compañía controlada por Access Industries puso 19 millones de euros anuales sobre la mesa, más del doble de lo que la competición británica obtenía en el ciclo en vigor con Telefónica.

Tras esta adquisición, Dazn ha ido sumando nuevos activos del fútbol inglés, como la Emirates FA Cup y la Sky Bet EFL Championship, donde militan algunos de los clubes históricos de las islas. En su cartera también figuran la MLS de Estados Unidos, cuyo nivel deportivo ha ido subiendo año a año; la J League de Japón, donde cada vez hay más jugadores españoles, y la Coppa Italia. Las otras grandes ligas, como Serie A y Bundesliga, están en Movistar+.

Dazn se ha hecho con todos los derechos del fútbol que no están en Movistar+, como Premier Leagueo la MLS

Al margen de cómo se resuelva este concurso, lo cierto es que la compañía británica tiene asumido que la gran base de consumidores deportivos en España gira en torno al fútbol, de ahí que lleve meses buscando un acuerdo con Telefónica para sublicenciar los derechos de LaLiga y la Champions League.

El sistema para calcular el precio por abonado lo definió en su día la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc), pero el escollo reside en el precio mínimo garantizado, pues la OTT tendría la ventaja de haber arrancado hace sólo tres meses a la hora y no haber alcanzado aún la implantación total. De hecho, actualmente sólo MotoGP ha empezado a emitir de forma regular entre sus contenidos estrella, a la espera de que arranque con Euroliga y Premier League en 2019-2020.

El proyecto de la compañía británica es a largo plazo y el apoyo de su máximo accionista es total. Access concedió a principios de año un préstamo de 500 millones de libras (585 millones de euros) a su participada, para que acelere la consolidación de su plataforma OTT de contenidos deportivos, como adelantó *Palco23*.

Lo hizo después de que en 2018 decidiera capitalizar varios créditos por otros 650 millones de libras (761 millones de euros), que complementó con la entrada de nuevos socios como Dentsu Aegis que aportaron otros 300 millones de libras (351 millones de euros).

El negocio de Dazn y los medios del grupo durante el último ejercicio se situaron en 372,72 millones de libras (436,4 millones de euros), un 45% más que en 2107. Sin embargo, los costes también se dispararon y los números rojos de la compañía aumentaron un 31%, hasta 485,51 millones de libras (568,5 millones).