

## La Copa América Centenario alcanza los 14 socios tras firmar a Ford, MasterCard y P&G

Palco23

12 may 2016 - 17:09

Soccer United Marketing (SUM) está demostrando con creces su capacidad de negociación con las marcas. El brazo comercial de la Major League Soccer (MLS) ha confirmado hoy el nombre de otros cinco patrocinadores para la Copa América Centenario, que por primera vez se celebrará en Estados Unidos. Se trata de Ford, MasterCard, Procter & Gamble (P&G), la bodega Rémy Martin y el fabricante mexicano de pintura Comex.

Todas estas compañías, que se han asegurado visibilidad en el torneo en el que jugarán las principales selecciones del continente, se suman a una decena de multinacionales que ya habían pedido sitio. Se trata de Samsung, Tag Heuer, la compañía de maquinaria de bricolaje Makita, Nike, Coca-Cola, la *telecos* Sprint, el grupo asegurador State Farm, Anheuser-Busch InBev y Delta Airlines.

Tan sólo falta una marca por confirmarse para alcanzar la quincena, y es probable que se haga en los próximos días. SUM está contando con la colaboración de IMG en la explotación comercial del torneo coorganizado por Conmebol y Concacaf. El compromiso de ambas agencias es generar unos ingresos mínimos de 20 millones de dólares por los derechos de televisión y patrocinios, según *Bloomberg*. ESP Properties y CSM Sports, ambas filiales del gigante de la comunicación WPP, están asistiendo en la negociación de los patrocinios.

La principal novedad de esta edición es que no sólo jugarán los países sudamericanos, sino que a las diez selecciones de esta región se le añadirán seis de la zona Norte, Centroamérica y del Caribe. El torneo se disputará en diez ciudades distintas de EEUU, mercado en el que Fox Sports se ha hecho con los derechos audiovisuales en inglés, mientras que Univision ha hecho lo propio en lengua española. En España, Movistar+ adquirió las retransmisiones el año pasado.