

COMPETICIONES

Tebas coloca al expropietario luso del CD Badajoz al frente de La Liga en Sudáfrica

M.Menchén
7 dic 2015 - 19:42

La Liga ha empezado por Sudáfrica la expansión internacional del negocio. El objetivo de la patronal, como ya publicó *Palco23*, es ampliar su red internacional en los próximos meses a Nueva York (Estados Unidos) y Shanghái (China), que completarían la red de delegaciones que hoy forman Dubái y Pekín. Pero, ¿quienes son las personas escogidas para representar al torneo en el exterior?

Hace dos semanas, el presidente, Javier Tebas, viajó a Johannesburgo para poner en marcha la oficina que dará cobertura a todo el continente africano. La ubicación no es casual, ya que en esta ciudad es donde tiene su sede SuperSport, el canal de deportes bajo suscripción que ha adquirido los derechos de televisión de Primera en todo el continente a excepción del Norte de África, donde se trabaja en exclusiva con beIN Sports.

Junto a él estaba Antonio Barradas, el **country manager** designado por La Liga y que no sólo conoce bien Sudáfrica, sino que también conoce a Tebas desde hace mucho tiempo. Sobre él, la patronal se limita a decir que "en relación al fútbol, fue vicepresidente del equipo sudafricano Lusitano FC, que logró la obtención de varios títulos durante el periodo de Antonio en el club". De lo que no informan es de que también fue el máximo accionista del CD Badajoz y que el presidente de La Liga fue su asesor jurídico.



Javier Tebas, junto a Antonio Barradas en la inauguración de la oficina de La Liga en Sudáfrica a finales de noviembre. /Carlos Silva-La Liga

El empresario portugués compró el 99% de la entidad en octubre de 2001 por 450 millones de pesetas (unos 2,7 millones de euros). Hasta ese momento, el dueño era Marcelo Tinelli, presentador de televisión argentino y que confió a Tebas la gestión de su participación en el club. Tras el relevo accionarial, el dirigente siguió como asesor de temas legales y, de hecho, fue su puerta de entrada a la patronal como vicepresidente. A partir de ahí, arrancó su carrera como asesor de varios clubes del fútbol español.

En el currículum facilitado por La Liga añaden que Barradas, de 71 años, nació en Madeira (Portugal) y emigró a Sudáfrica con sólo 16 años. "Antonio destacó por su carisma y liderazgo logrando excelentes resultados en el ámbito de los negocios", indican sobre quien actualmente controla una empresa de importación y exportación de materias primas en el país. Aunque no se le atribuye experiencia alguna en el mercado audiovisual y la industria del deporte a primer nivel, desde la patronal enfatizan que "sus conocimientos en el manejo de equipos, dirección de empresas y liderazgo, combinado a su profundo conocimiento y respeto de la cultura africana, serán indispensables en los próximos proyectos de desarrollo de La Liga en el continente".

Como se ha venido demostrando en los últimos meses, el objetivo de la patronal no es sólo estrechar lazos con los operadores de televisión, sino que desde estas oficinas también se quieren buscar acuerdos de colaboración para el desarrollo del fútbol, como ya se está haciendo en Oriente Medio o Estados Unidos, así como la

organización de eventos para promover la afición por el fútbol español, como se hizo con motivo de *El clásico*. "Los sudafricanos disfrutaban mucho del fútbol y cada vez más del fútbol español; vamos a estar junto a ellos, a escucharles y a ofrecerles todo nuestro esfuerzo", aseguró Barradas en su presentación.

En la actividad exterior de La Liga ya trabajan Fernando Sanz, expresidente del Málaga CF y desde junio de 2013 director para Oriente Medio y Norte de África, y Sergi Torrents, *country manager* de la patronal en China desde 2014 después de cuatro años como responsable de 11Group; se trata de una agencia de marketing deportivo en el gigante asiático que trabajaba con la agencia de comunicación Llorente y Cuenca.

Esta red internacional que se está tejiendo estará dirigida desde Madrid, donde tienen un papel importante tanto Ignacio M. Trujillo, director de proyectos estratégicos, como Adolfo Bara, director comercial de La Liga. Ambos están siendo clave en la búsqueda de nuevos acuerdos de televisión y de patrocinio fuera de España, con el objetivo de reducir la dependencia del mercado español.