

CLUBES

El Valencia CF amplía su lista de patrocinadores con LG Electronics

El club ha firmado un acuerdo por el grupo de electrónica de consumo se convierte en proveedor oficial durante la celebración del centenario.

Palco23
11 feb 2019 - 17:43

El Valencia CF amplía su lista de patrocinadores con LG Electronics

El Valencia CF continúa exprimiendo el filón del centenario. El club ha firmado un acuerdo de patrocinio con LG Electronics, que se convierte en proveedor oficial durante la temporada en que se festejan los cien años de historia de la entidad deportiva. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos.

Más allá de la contraprestación económica, el proyecto también incluye la implementación de algunas de las soluciones de la multinacional de electrónica de consumo. En un comunicado, las dos partes explican que “el club sigue reforzando su apuesta por la tecnología digital para mejorar la experiencia de usuario de sus fans”, si bien no se detalla mediante qué iniciativas se avanzará.

“Nos enorgullece anunciar a LG como *partner* tecnológico del Valencia CF y, de esta forma, que nuestros equipos tecnológicos de vanguardia le hagan ser reconocido por su innovación dentro y fuera del campo”, ha señalado Miguel Ángel Fernández, director general de marketing de LG Electronics Iberia.

Este acuerdo da un nuevo impulso al negocio comercial del club ché, que en las últimas semanas ha sellado alianzas con otras marcas como Uber, en el ámbito de la movilidad, y Vueling, en el sector turístico. En paralelo, la dirección mantiene la búsqueda un main sponsor para relevar a BLU, tal y como adelantó *Palco23* el pasado diciembre. El objetivo, por tanto, es encontrar un sustituto en el frontal de la camiseta, así como una mejora de los ingresos que a día de hoy supone este contrato, de en torno a cuatro millones de euros si compite en Europa.

El club cerró 2017-2018 con unas pérdidas de 36,22 millones de euros, lo que supone un 33% más respecto al ejercicio anterior y unos números rojos acumulados de 98

millones de euros durante la etapa de Peter Lim como máximo accionista. La inversión a largo plazo realizada en el equipo, si bien le permitió entrar en Champions League, aún no se ha traducido en un modelo de negocio sostenible en el tiempo.