PALCO23

COMPETICIONES

LaLiga aumenta su cartera global con el patrocinio de Budweiser

La cervecera ha decidido ampliar su apuesta por el fútbol y, tras el Mundial, ha decidido aliarse con la competición española y la Premier League para sus campañas en todo el mundo.

Palco23
23 jul 2019 - 10:00

LaLiga es hoy un poco más global. La competición ha firmado un contrato de patrocinio para todo el mundo con Budweiser, con la novedad de que la ambición de la cervecera no es ganar cuota en España, sino utilizar al fútbol español como palanca comercial a nivel internacional. Se desconocen los términos económicos del acuerdo, que se enmarca dentro de una ofensiva de la multinacional de gran consumo que incluye una alianza similar con la Premier League.

https://www.palco23.com/competiciones/laliga-aumenta-su-cartera-global-con-el-patrocinio-de-budweiser

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.

De mantenerse la tendencia de los últimos acuerdos, la asociación de clubes percibirá más de diez millones de euros anuales por esta alianza durante las tres próximas temporadas. Ahora bien, las fuentes consultadas indican que tan importante es el dinero que entrará directamente en caja, como el presupuesto que ha reservado su nuevo socio para la activación del patrocinio en una veintena de países, entre los que no se incluye España.

Aun así, el escenario actual ha supuesto la no renovación por el momento de Mahou, que precisamente centraba la activación del acuerdo en el mercado nacional. Ahora está por ver si Budweiser optará finalmente por incluir al país también dentro de su estrategia, o permitirá que LaLiga comercialice con otra marca este paquete de derechos.

> **LaLiga podrá buscar un socio para la categoría de cervezas en España, pues Budweiser enfocará la activación en el exterior**

Uno de los aspectos que más ha valorado la patronal a la hora de firmar con la marca de AB InBev es su importante implantación global, no sólo con su firma estrella, sino con otras referencias que ha ido adquiriendo con el paso de los años, como Brahma en Brasil, Águila en Colombia, Corona en México o Hero en Nigeria. Ahora bien, el objetivo es sobre todo activar también en grandes mercados de Asia como China, Malasia o Tailandia, entre otros.

“Estas asociaciones nos permitirán conectar aún más con los consumidores clave y seguidores del fútbol de todo el mundo”, ha señalado Pedro Earp, director de márketing de AB InBev, sobre sus nuevas alianzas con LaLiga y la Premier League. “La visibilidad global de los clubes españoles se fortalecerá gracias a este acuerdo”, ha añadido Javier Tebas, presidente de la competición española.

Budweiser entrará en el segundo escalón de la pirámide de patrocinios de LaLiga, al frente de la cual está Banco Santander con su acuerdo como *title sponsor* de las dos competiciones profesionales, que recientemente se renovó hasta 2020-2021.

La cervecera compartirá rango con la *app* de resultados LiveScore, que patrocinará las repeticiones 360 grados que se ofrecen durante los partidos, como adelantó *Palco23*. Ahí también están EA Sports, que renovó al alza su acuerdo de licencia y patrocinio hasta 2024

https://www.palco23.com/competiciones/laliga-aumenta-su-cartera-global-con-el-patrocinio-de-budweiser

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.

, y la entrada de Puma en sustitución de Nike como balón oficial.

La firma de este nuevo patrocinio supone un paso más dentro del negocio comercial de la competición, que creció un 16,6% en 2017-2018, hasta 65,88 millones de euros, según consta en las cuentas anuales de la patronal. Y la previsión es que muy pronto se superen los 100 millones de euros anuales por este concepto, pues también se ha conseguido elevar a una treintena el número de alianzas regionales, como la firmada con la agencia de viajes HIS en Japón, o la entrada de Deliveroo para el mercado español. Ahí también están El Corte Inglés, Samsung, Panini, Sportium, Allianz, Stihl, Mazda, Danone o Vitaldent, entre otros.

https://www.palco23.com/competiciones/laliga-aumenta-su-cartera-global-con-el-patrocinio-de-budweiser

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.