

COMPETICIONES

LaLiga expande su huella en Norteamérica: firma un acuerdo con Verizon hasta 2024

La tecnológica se encargará de realizar activaciones para mejorar la experiencia del aficionado a través de eventos físicos, un programa de puntos y otras activaciones como clínicos y torneos. El lanzamiento será el domingo, coincidiendo con la disputa del Clásico.

Palco23
27 feb 2020 - 12:38



LaLiga quiere aprovechar el boom del soccer en Norteamérica. La competición española de fútbol ha alcanzado un acuerdo de patrocinio con Verizon para mejorar la experiencia de los aficionados en esta región. Los términos económicos no se han desvelado, aunque sí que será hasta 2024 y que la tecnológica trabajará el *engage* a través de eventos físicos, un programa de puntos y otras activaciones como clínicos y torneos.

“Este patrocinio con Verizon valida a Norteamérica como una región clave para el crecimiento del fútbol y LaLiga, en la que las grandes compañías reconocen el

potencial del deporte y la audiencia que atrae”, ha asegurado Boris Gartner, consejero delegado de la competición en este territorio.

“Nuestro patrocinio con LaLiga da a nuestros clientes un mayor acceso al juego con oportunidades exclusivas que nos diferenciarán de otros torneos”, ha indicado John Nitti, director de comunicaciones de Verizon. “Queremos formar parte de la expansión de LaLiga y abrazar las innovaciones tecnológicas para mejorar la experiencia de los aficionados”, ha añadido.

En 2019-2020, los veinte equipos de la máxima categoría facturarán 4.182 millones de euros, un 11,7% respecto a la previsión de ingresos realizada para el curso anterior. El beneficio neto acumulado para temporada se situaría en al menos 184,95 millones de euros, a la espera de saber cuál es la previsión del Granada CF.