

COMPETICIONES

LaLiga firma a una plataforma de 'gaming' como su primer espónsor regional en India

La patronal también ha concretado un acuerdo con el jugador de críquet Rohit Sharma para que se convierta en embajador de la competición y la dé a conocer en ese mercado.

Palco23

12 dic 2019 - 19:00



LaLiga crece Asia de la mano de un jugador de cricket y una plataforma de **gaming**. La patronal ha anunciado la firma de un acuerdo de patrocinio regional en India con Dream11. Además, ha complementado ese contrato con la incorporación Rohit Sharma, capitán del equipo nacional de críquet, como embajador para dar a conocer la marca de la competición en ese mercado.

Es la primera vez que LaLiga firma un acuerdo de patrocinio regional en India y que ficha a un atleta de ese país como embajador. La asociación ve este movimiento como “un paso más en la estrategia de LaLiga en India y en su acercamiento a los fans locales”. La entidad inauguró una oficina en Nueva Delhi en 2017, y la hoja de ruta de crecimiento dirigida por José Antonio Cachaza, director de LaLiga en ese país. Allí lidera “un equipo propio basado en la capital que trabaja para fomentar el deporte y afianzar la marca” en el territorio.

Entre las acciones que se han llevado a cabo está el desarrollo del fútbol base con LaLiga Football Schools; la colaboración con Facebook para la emisión de más de 300 partidos de manera gratuita para los fans de India y llevar a uno de los clubes, el Girona FC, a ese país.

LaLiga genera fuera de España el 38,2% de todos sus ingresos por televisión y el 44,1% por patrocinio

José Antonio Cachaza, director de LaLiga en India, ha asegurado que “es un mercado muy importante para LaLiga desde una perspectiva global; Rohit Sharma es un ejemplo perfecto de esto, además de ser uno de los principales jugadores del críquet indio, es también un gran seguidor del fútbol y de la competición”. Por su parte, Rohit Sharma, ha añadido que en ese país “el fútbol se encuentra en proceso de crecimiento” y que “resulta muy alentador ver que ya no se considera al país como un gigante durmiente en este sentido”

LaLiga concluyó 2018-2019 con unos ingresos de 1.974 millones de euros, lo que supone una mejora interanual del 10,7%. Una de las principales palancas de crecimiento está siendo la firma de patrocinios globales y proyectos de consultoría y formación en el extranjero. De hecho, las cuentas aprobadas señalan que la competición ya genera un 38,2% de todos sus ingresos por televisión y el 44,1% por patrocinio fuera de España. En el caso del área comercial, el peso internacional ha subido en siete puntos porcentuales en sólo un año.