

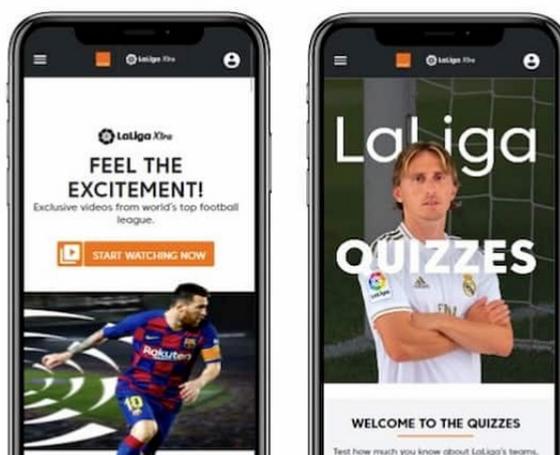
COMPETICIONES

LaLiga prevé mejorar un 24% sus ingresos comerciales gracias al negocio internacional

La patronal española del fútbol alcanzará los 112 millones de euros esta temporada a base de patrocinios, con un mayor crecimiento en Oriente Medio.

Palco23
7 dic 2020 - 18:00

mondia.



LaLiga quiere dar otro salto en el apartado comercial en una temporada atípica. El objetivo de la patronal de los clubes profesionales es alcanzar algo más de ciento doce millones de euros en ingresos, un crecimiento del 24% respecto a la temporada anterior. Así lo confirmó Óscar Mayo, responsable del negocio internacional de LaLiga a *Cinco Días*.

LaLiga intenta impulsar otro tipo de ingresos en los que existe margen de crecimiento. La ausencia de público en los estadios ha supuesto una importante disminución de los ingresos de los clubes y por ello ha explorado nuevas vías de negocio.

Uno de ellos son los patrocinios, en los que la patronal española del fútbol ha dado un

gran salto en los últimos años: la temporada 2014-2015 apenas se superaban los cuarenta millones en ingresos, mientras que en 2019-2020 rozaban los noventa millones, más del doble. Casi el 80% de estos ingresos se generaban solo en España. Ahora, la proporción está al 50% entre el estado español y el extranjero.

Uno de los principales focos para crecer, son los mercados de Asia, Oriente Medio y África. Allí LaLiga lanzará una plataforma de suscripción que se extenderá en setenta mercados a lo largo de dos años: LaLiga Xtra. “Se trata de una aplicación de pago que dará acceso a los usuarios a contenidos de la competición futbolística española. La intención es aterrizar en 18 mercados de Oriente Medio y África, dos de los mercados donde más crecemos y que mayor potencial económico tienen”, afirma Mayo.

Los planes de LaLiga son llegar con Orange a setenta mercados en la región de Oriente Medio y África, así como buscar otros acuerdos de distribución para llegar a Europa y la región de Asia-Pacífico. Por su parte, Mondia se encargará del desarrollo y mantenimiento de la *app* y las integraciones entre LaLiga y Orange, así como el marketing de la aplicación y los pagos.

Con acuerdos con compañías como Disney, Nintendo o Sony, Mondia está especializada en marketing y distribución de contenidos digitales. La empresa trabaja con más de 80 grupos de telecomunicaciones en todo el mundo y un millar de proveedores de contenido en 48 países.