

## Deliveroo será patrocinador oficial de LaLiga en 2019-2020

La compañía británica de reparto pretende “impulsar la tradición de pedir comida a domicilio mientras se ve el fútbol” en España. Por otro lado, la agencia de viajes HIS será su primer patrocinador regional en Japón.

Palco23  
17 jul 2019 - 13:20



Deliveroo *llega* hasta el terreno de juego. La compañía británica de reparto de comida se ha incorporado como patrocinador de LaLiga durante la próxima temporada en España. Este acuerdo pretende “impulsar la tradición de pedir comida a domicilio mientras se ve el fútbol”, indican ambas entidades en un comunicado.

El presidente de la liga española de fútbol, Javier Tebas, y el director general de Deliveroo España, Gustavo García Brusilovsky, han firmado el acuerdo esta mañana y han destacado “el gran peso que fútbol y comida tienen en la cultura española”. Los términos económicos de esta colaboración no han trascendido.

El acuerdo contempla derechos sobre activos tradicionales, como son presencia en la U televisiva de la mayoría de estadios de LaLiga Santander y LaLiga 1|2|3, acceso a

experiencias para sortear entre sus consumidores, y el uso de activos digitales para lanzar promociones coincidiendo con los partidos.

## LaLiga ha sumado a Deliveroo a su lista de patrocinadores en España, al tiempo que la agencia de viajes HIS firma para Japón

Por otro lado, la competición ha anunciado hoy también la firma de su primer patrocinio regional en Japón. Se trata de la agencia de viajes HIS, que confía en utilizar el fútbol español para fomentar las relaciones turísticas entre los dos mercados y posicionarse en un segmento creciente como es el turismo deportivo.

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, especialmente tras la renovación al alza del acuerdo con EA Sports hasta 2024 y la entrada de Puma en sustitución de Nike como balón oficial. Banco Santander también amplió un año más, hasta 2020-2021, su acuerdo como *title sponsor* de las dos competiciones profesionales.

Las fuentes consultadas indican que también hay nuevos patrocinios en camino, tanto en el ámbito nacional, como global y regional. LaLiga no está yendo en solitario en esta búsqueda, ya que a finales de 2018 contrató a IMG para que le apoyara en la renovación de sus paquetes de patrocinio para maximizar los ingresos que obtiene por sus activos.

A la espera de que se incorporen nuevos socios, Banco Santander está en lo alto de la pirámide, mientras que en un segundo escalón se encuentran Puma, EA Sports, Rexona y LiveScore. A partir de ahí, aparecen los socios que sólo tienen derechos adquiridos para España y algún territorio adicional, como pueden ser El Corte Inglés, Samsung, Panini, Sportium, Allianz, Stihl, Mazda, Danone o Vitaldent.