

## El Barça regresa a las apuestas deportivas de la mano de Mondogoal

Palco 23  
12 ene 2015 - 04:00

El FC Barcelona regresa al negocio de las apuestas deportivas. La entidad azulgrana ha alcanzado un acuerdo con Mondogoal por el que la empresa británica adquiere una licencia digital al club, lo que le permitirá promocionar su liga fantástica. Aunque el patrocinio no se ha hecho oficial, fuentes internas de la entidad aseguran a *Palco23* que ya está cerrado y que se limitará a Estados Unidos y Asia. A cambio, el club se asegurará unos ingresos relevantes, aunque por debajo del millón de euros.

No es la primera incursión del Barça en este sector, ya que en 2009, con Joan Laporta en la presidencia, se firmó un acuerdo de patrocinio con la también británica Betfair. En su caso, el acuerdo era por un máximo de tres temporadas y hasta dos millones de euros anuales.

Mondogoal ya tiene acuerdos de este tipo con Manchester City, Liverpool, West Ham y la AS Roma. Una de las implicaciones del acuerdo es que, más allá de poder ganar dinero apostando por un determinado equipo (puede estar formado por jugadores de distintos clubes), también se realizan sorteos de entradas para asistir a un partido, por ejemplo. La empresa online, que también permite jugar sin dinero, permite apuestas diarias o semanales, además de organizar ligas.

El impulsor y consejero delegado de Mondogoal es Shergul Arshad, que lanzó la empresa antes del Mundial de Brasil 2014 tras casi tres años como responsable del negocio digital de la AS Roma. ¿Por qué ha escogido esta liga fantástica al Barça y no el Real Madrid? Sencillo: el conjunto azulgrana cerró 2014 como el club de fútbol líder en las redes sociales, con más de 117 millones de seguidores.

"Mondogoal será presentado en sus redes sociales, páginas web, correos electrónicos y cualquier vehículo de marketing que lo deseen", aseguró hace unos días Arshad en una entrevista con la prestigiosa revista *Forbes*. "Si se suman los seguidores de redes sociales de los 32 equipos de la NFL, llegan al nivel del FC Barcelona", añadía. En principio, estas campañas de comunicación se limitarán a las versiones de la web del club en EEUU y los distintos países de Asia donde está operativa, ya que en una primera fase no se promocionará en España.

Las alianzas entre clubes deportivos y casas de apuestas es un tema sensible, y no únicamente en el mercado español. En EEUU también se generó cierta polémica después de que la NBA entrara en el accionariado de FanDuel, que desarrollará una liga fantástica exclusiva para la liga de baloncesto más importante del mundo.