



# LaLiga Global Network llega a Bruselas con el objetivo de expandir la imagen de LaLiga a nivel internacional

Entrevista a **Javier Tebas**,  
Presidente de LaLiga de Fútbol Profesional

**LaLiga** es una asociación deportiva integrada por los clubes y las sociedades anónimas deportivas que participan en las categorías profesionales de la liga española de fútbol (Primera y Segunda División).

LaLiga es una entidad responsable, moderna e integradora. Busca estar en vanguardia de la calidad y la tecnología a todos los niveles, ofreciendo a los clubes el mejor servicio y a los fans el mejor producto. El afán de LaLiga es ofrecer la mejor experiencia para que el visionado de los partidos sea único.

Con el objetivo de garantizar la sostenibilidad del fútbol profesional, LaLiga posee un compromiso firme en la lucha contra la piratería, y fomento del fair play en una competición libre de amaños, que potencia el juego limpio y el rechazo total a la violencia. LaLiga también se compromete con el apoyo a otros deportes y federaciones a través del proyecto LaLiga4Sports que presta soporte a más de 60 federaciones deportivas.

También impulsa el fútbol femenino y a través de su fundación, ayuda a crear las aficiones del futuro desde la integración y el respeto.

**El proyecto LaLiga Global Network nace con el objetivo de expandir la imagen de LaLiga a nivel internacional a través de los jóvenes. ¿Cómo se ha desarrollado este proyecto y qué se pretende conseguir con ello?**

El proceso, organizado y desarrollado por LaLiga con Banco Santander y Universia, comenzó el pasado 7 de noviembre con 12.500 aspirantes. La selección culminó el 21 de enero en el estadio Vicente Calderón y en ella se eligió a los 60 finalistas que recibieron a posteriori una formación de diez semanas antes de ser enviados a sus actuales destinos.

El objetivo principal de los delegados de LaLigaGlobalNetwork es el de incrementar el valor de marca y el reconocimiento de LaLiga actuando como representantes de la institución en sus respectivos países. LaLiga Global Network es una oportunidad única para los selecciona-



dos que, por su trabajo, crearán sinergias con los medios y operadores de televisión locales, encontrarán nuevas oportunidades de negocio en los países de destino y desarrollarán un entendimiento exhaustivo de la forma de consumo de LaLiga Santander y LaLiga 1|2|3 por parte de los fans en esos territorios.

**¿Cuáles son los datos actuales en relación al posicionamiento de LaLiga en Bélgica, en cuanto a su presencia, proyección o impacto?**

A los belgas les gusta mucho LaLiga. Según encuestas hechas por nuestro operador de televisión en el país, Eleven Sports Network, la gran mayoría de los belgas considera que LaLiga es la mejor liga de fútbol profesional del mundo; tanto



por componerse de los mejores equipos en el mundo como éstos de los mejores jugadores del mundo. Varios jugadores belgas de LaLiga son héroes locales, como: Carrasco (Atlético), Januzaj (Real Sociedad), Bakkali (Deportivo) o Vermaelen (Barça). Además, existen numerosas peñas tanto en la parte flamenca como en la parte francesa que apoyan fervientemente a sus respectivos equipos (Barça, Real Madrid, Atlético de Madrid, Zaragoza, Betis, Deportivo, Real Sociedad, etc.). No podemos negar que, a día de hoy, la gran mayoría de los Diables Rouges están en la English Premier League y, por ende, ésta última (la liga inglesa) es la liga internacional más seguida del país. Por ello, LaLiga Global Network ha asignado para la zona Benelux un delegado que refuerce las relaciones tanto con las ligas y los clubes locales como con los operadores de televisión y telecomunicaciones y promueva la marca de LaLiga.

**¿Cuáles van a ser las responsabilidades y los objetivos a corto plazo de la representante de LaLiga Global Network encargada de Benelux, tanto en el terreno institucional, como el de comunicación y eventos, entre otros?**

Su primera función es estar en contacto con los tenedores de los derechos audiovisuales en los países de destino. Deben también estarlo con el resto de operadores que no tienen derechos para que LaLiga adquiera presencia en ellos. La tercera función radica en estar cerca de los medios de comunicación para fomentar la visibilidad del fútbol español en ellos. Asimismo todos los delegados estarán en contacto con las ligas y federaciones locales de esos países y buscarán patrocinadores locales que ayuden al crecimiento económico de LaLiga.

**Javier Tebas Medrano** nacido en San José de Costa Rica, es licenciado en Derecho por la Universidad de Zaragoza. Su vinculación con el mundo del fútbol comenzó en el año 1993, cuando fue elegido presidente de la Sociedad Deportiva Huesca. En 2001 fue elegido vicepresidente de LaLiga y en 2003 fue elegido representante del denominado G-30. Desde abril de 2013 es presidente de LaLiga.

Desde su llegada a la presidencia, se marcó como objetivo principal la reducción del endeudamiento de los clubes. En sólo un año, logró que la deuda de sus clubes con Hacienda descendiera un 25%. Uno de sus principales logros fue conseguir la venta centralizada de los derechos audiovisuales para la temporada 2016/17. Otro de sus pilares de trabajo es la lucha contra la piratería y contra todo tipo de violencia en el fútbol, así como en la política de transparencia de la propia empresa.

La innovación y el desarrollo tecnológico y la internacionalización, son también parte imprescindible de su estrategia. En estos años ha aumentado la presencia de LaLiga, con oficinas en Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos, China, Sudáfrica, Nigeria, India y Singapur. Fruto de esta internacionalización sigue creciendo el interés en el extranjero por los derechos de retransmisión de LaLiga española, que cada vez se puede ver en más rincones del mundo. En octubre de 2016 fue reelegido presidente de LaLiga.

**“LaLiga y las Cámaras de Comercio, con su gran presencia internacional, forman una alianza perfecta para llevar la marca España al resto del mundo”**

Por último, bien se sabe que Bruselas es la capital europea por excelencia. Dicho esto, además de sus funciones de proyecto Global Network, la nueva delegada dará apoyo a la ya existente y elaborada labor de LaLiga en el terreno institucional: colaboración con autorida-

des españolas y con instituciones europeas en materias como la integridad y seguridad, la lucha contra el amaño de partidos, la monitorización del mercado de apuestas, la lucha contra la piratería, el marco regulatorio que están tomando los eSports, impacto del BREXIT en los trasposos de jugadores, proyectos de RSC y hasta la lucha contra la desigualdad de género en el ámbito deportivo, entre otros muchos.

**En Bruselas, además de la representante de LaLiga Global Network, hay otra persona que ya lleva unos años encargándose del área de asuntos públicos y la relación con las instituciones europeas. ¿De qué manera afectan las políticas comunitarias a la actividad de LaLiga?**

La Estrategia de la Comisión europea para crear un Mercado Único Digital en Europa es uno de los dossiers en los que LaLiga más esfuerzos ha estado dedicando estos dos últimos años que lleva actuando en Bruselas. LaLiga quiere que sus fans tengan acceso a sus competiciones en todos los países de la UE. Pero de manera que se respete la exclusividad territorial de las licencias de derechos audiovisuales que justamente permiten que los partidos sean accesibles a precios razonables y con la calidad que hoy en día garantizan los diferentes estándares de producción audiovisuales reflejados en el Reglamento para la retransmisión televisiva que LaLiga ha puesto en común con sus clubes.

La Estrategia de la Comisión prevé una serie de iniciativas que ponen en peligro el principio de exclusividad

territorial al que me he referido y que no van a beneficiar ni al consumidor, ni al operador ni a la competición deportiva.

Por ello LaLiga está trabajando con los actores relevantes y participa en diferentes coaliciones de la industria cultural y creativa en Bruselas.

Además del área audiovisual-mercado interior, LaLiga colabora con las instituciones europeas, en particular, la Comisión y el Parlamento en las iniciativas que abordan los aspectos del fútbol, como los fondos de inversiones de terceros, los amaños de partidos, las carreras duales de los jugadores, y la buena gobernanza en general, entre otros.

**¿Qué esperáis de vuestra afiliación a la Cámara Oficial de Comercio de España en Bélgica y Luxemburgo como socio patrocinador?**

LaLiga y las Cámaras de Comercio, con su gran presencia internacional, forman una alianza perfecta para llevar la marca España al resto del mundo.

La idea es trabajar de la mano con las Cámaras de Comercio para introducirnos en cada uno de los países en los que vamos a tener presencia. Sin duda, será una ayuda fundamental para abrirnos camino y consolidar a LaLiga como la mejor competición de fútbol del mundo.

**DATOS DE CONTACTO**

Liga Nacional de Fútbol Profesional  
Calle Hernández de Tejada, 10, Madrid. España  
+34 912055000 | [prensa@laliga.es](mailto:prensa@laliga.es)  
<http://laliga.es>



**Cámara Oficial de Comercio de España en Bélgica y Luxemburgo**  
Belliard, 20 – 1040 Bruselas | Bld. Emmanuel Servais 4 – 2535 Luxemburgo  
Tel. +32 (0)2 517 17 40 – Email: [info@e-camara.com](mailto:info@e-camara.com)  
[www.e-camara.com](http://www.e-camara.com)

**Cámara**  
Oficial de Comercio de España  
en Bélgica y Luxemburgo