



## Nueva Era para el Fútbol Argentino

La Liga Profesional de Fútbol de AFA trae cambios importantes en su estrategia comercial, de marketing y digital. Se anunciaron nuevos proyectos que buscan incrementar los ingresos y posicionar el torneo a nivel internacional.

Se creó una nueva plataforma de patrocinios y el apalancamiento en la tecnología de AFA Play para alcanzar nuevos mercados donde el fútbol argentino no estaba presente. Además se le dará impulso al comercio electrónico, tanto en nuestro país como en el mundo. El objetivo es generar recursos que potencien el crecimiento del campeonato local.

esto es  
**PASIÓN**



## Novidades y expansión de la LPF

**Nueva estructura** a cargo de Leandro Petersen, Gerente Comercial y de Marketing de AFA

- Nueva aplicación oficial.
- Plataforma de ecommerce.
- Nueva plataforma de patrocinio.
- Contenidos exclusivos para AFA Play, la OTT del fútbol argentino.
- Nuevo torneo de esports.
- Desarrollo de contenidos para las redes sociales de AFA en China con el objetivo de posicionar a la LPF en Asia, en conjunto con la Selección Nacional. Esta acción es parte de una estrategia de expansión comercial del fútbol argentino en ese continente, donde AFA tiene una fuerte presencia desde 2019, cuando abrió su oficina comercial en China.



**阿根廷足球队官方商店**  
AFA Official Online Store

了解更多

所有分类 ▾

首页

阿根廷国家队 | 文具

阿根廷国家队 | 美食

阿根廷国家队 | 家居日用

阿根廷国家队 | 服饰配件

本店搜索

卫衣

¥

¥

搜索

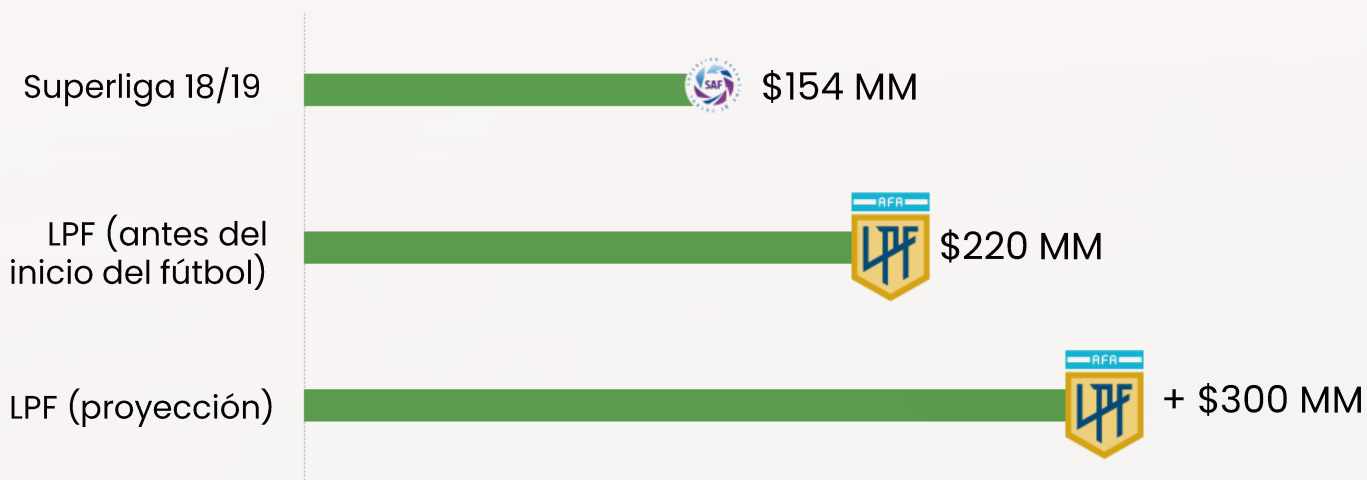
Polo衫 T恤 挂钟

## Más ingresos por sponsors

En relación a los **ingresos comerciales**, la Liga Profesional, con sus sponsors actuales (YPF, Banco Ciudad, Quilmes y algunos acuerdos que están por concretarse), ya superó ampliamente la generación de recursos que tenía la Superliga.

### INGRESOS ACTUALES Y PROYECTADOS

(en millones de pesos)



### SPONSORS CONFIRMADOS



# AFA Play llevará la Liga Profesional a nuevos mercados










El **desarrollo internacional** del torneo era otra cuenta pendiente. AFA Play y los contenidos que se generen para otros mercados en el exterior serán claves para concretar la internacionalización del campeonato.

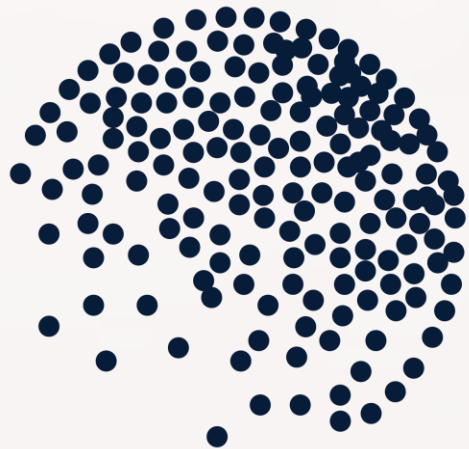
Hasta 2020, antes de la inclusión en la plataforma de los partidos de la LPF, AFA Play había generado un consumo alto de usuarios fuera de Argentina.

## ¿Dónde se ve AFA Play?

Países con más usuarios de la OTT fuera del territorio Argentino.



Rank.	País	Porcentaje de usuarios
1	 Indonesia	39.8%
2	 Estados Unidos	10.3%
3	 México	8.3%
4	 Colombia	5.2%
5	 España	4.8%
6	 Chile	3.2%
7	 Brasil	2.6%
8	 Perú	2.3%
9	 Italia	2.3%



# **BIG DATA SPORTS**