

# Buscan con Liga MX de fútbol prevenir pandemia



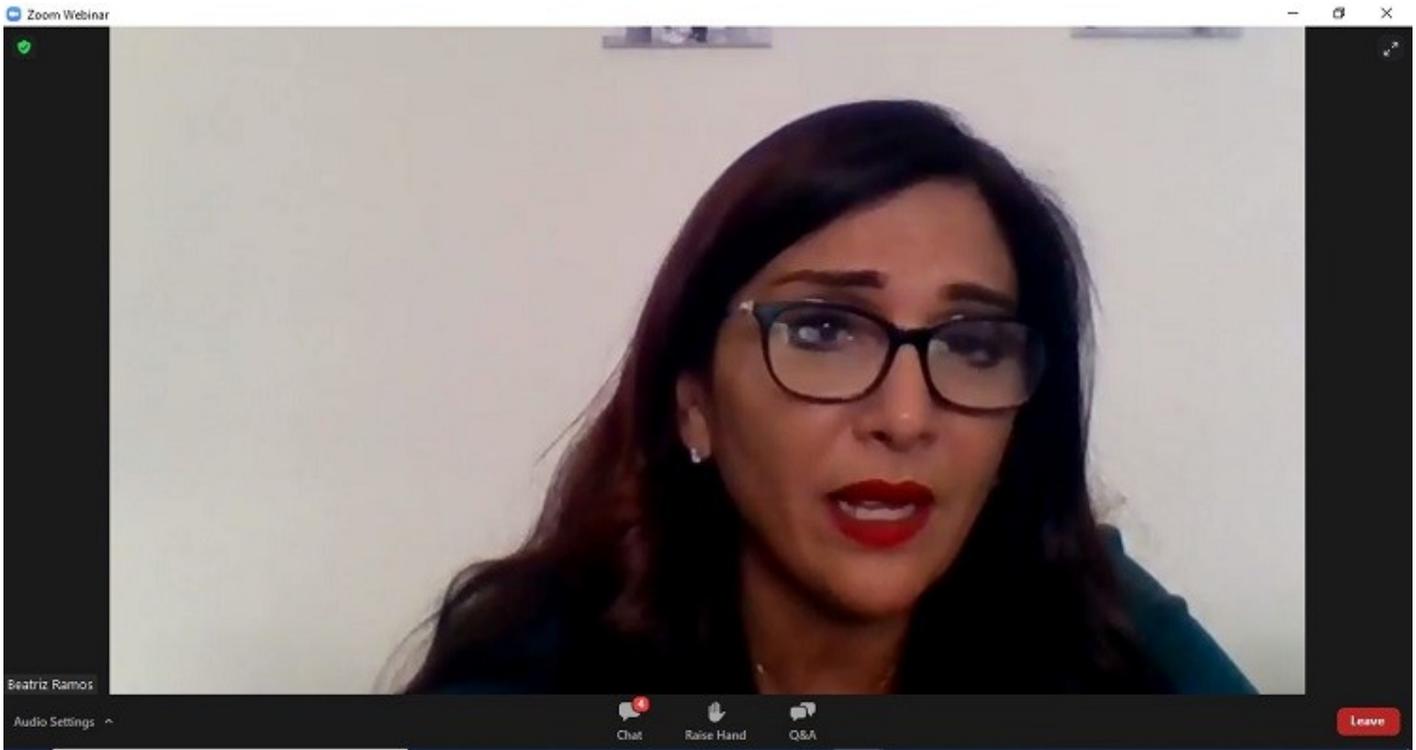
*Fotos portada: Club Guadalajara y Tigres Femenil*

Con el **fútbol** se pueden enviar mensajes positivos en la sociedad, como se ha realizado durante la pandemia, señaló **Beatriz Ramos**, directora de Comunicación e Imagen de la [Federación Mexicana de Fútbol \(FMF\)](#).

La vocera señaló que, a través de este deporte y la afición de millones de personas en el país por sus equipos, se ha buscado apoyar a las campañas de quedarse en casa y erradicar la violencia.

*“Un tema tan relevante que nos ha tocado este año, como es la pandemia, puede volverse mucho más visible y ser mucho más receptivo cuando capitalizamos algo con lo que todo mundo nos sentimos identificados de alguna manera, como el futbol.*

*“Podemos capitalizar los reflectores del fútbol para hacer llegar mensajes tan importantes y tan relevantes para la sociedad”,* mencionó en su plática entro del **MKT Fest 2020**.



width="746" loading="lazy">

Tanto los equipos como la FMF han buscado trabajar de manera responsable, y esperando el momento adecuado para reabrir los estadios.

*“Estuvimos trabajando en el compromiso social, fueron constantes llamados a la sociedad.*

*“Somos conscientes de los reflectores que tenemos y de la importancia de que se conocieran las medidas que teníamos que adoptar para salir bien librados de esta situación”, dijo.*

Aunque ya hay equipos que han permitido afición en sus estadios, Ramos apuntó que han buscado promover un regreso responsable junto a las autoridades de salud.

*“Estamos concentrados en el regreso responsable, en el regreso a las actividades que permita a nuestra afición, que siguió más conectada que nunca, pero ahora tiene la oportunidad de seguir nuestros partidos por televisión”, comentó.*

## **Igualdad para todos**

Uno de los puntos fuertes del fútbol es que genera un ambiente democrático tanto dentro como fuera de la cancha, indicó Ramos.

En la cancha juegan los mejores sin importar su lugar de origen o condición social, y la afición también es libre de elegir el equipo de su predilección, señaló.

Con la creación de la [Liga MX Femenil](#), también se busca crear esa condición de igualdad, además de llegar a nuevos mercados.

Ramos destacó que, al ser un producto nuevo, aún necesita de apoyo y mayor difusión.

*“Hemos tenido avances muy importantes, pero estamos conscientes de que es mucho más reciente, por lo tanto, hay mucho que trabajar, pero está en nuestro plan estratégico como una de*

nuestras grandes prioridades”, explicó.



width="600" loading="lazy">

## Marketing deportivo

Aumentar el número de aficionados es el principal objetivo del marketing en el deporte, ya que son los que consumirán el producto, comentó Ramos.

Para esto es indispensable conocer que todos apoyan a determinado equipo por diversas experiencias.

*“Las experiencias son muy diversas y hay que entender quiénes y qué perfiles los influye para volverse aficionado de un equipo, para poder trabajar en esto”, expresó.*

Señaló que entre las necesidades de la afición se encuentra el sentido pertenencia, congeniar con los valores del equipo o sentir una afiliación hacia el mismo.

Los patrocinadores y los medios de comunicación son otros de los actores que son indispensables para el fútbol.

En términos de transmisión de los partidos, Ramos apuntó que se mantienen por los tradicionales, **radio** y **televisión**, ya que deben ser en vivo.

*“El tema de la visualización en tiempo real de un equipo es precisamente el factor determinante para que el medio más importante para verlo sea a través de la televisión. El partido se tiene que ver en tiempo real”, mencionó.*

**Beatriz González Cavazos**, directora del programa de la [Licenciatura en Mercadotecnia](#) comentó que el [MKT Fest](#) ha permitido que los alumnos desarrollen otras competencias liderazgo, resiliencia y la solución de problemas

*“Este festival permite actualizarnos todos en la disciplina, tanto docentes, alumnos y participantes externos, pues las marcas que exponen platican sobre sus actuales prácticas, sus retos y tendencias”, mencionó.*

Este congreso fue organizado por la Sociedad de Alumnos de Licenciado de Mercadotecnia del **campus Monterrey**.

**TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR LEER:**