



## **New Era y la LMB seguirán haciendo negocios e impulsando el béisbol mexicano por 5 años más**

**Ciudad de México, 13 de abril de 2023.-** [New Era](#), la marca líder en headwear deportivo, y la Liga Mexicana de Béisbol (LMB), anunciaron la **firma de un nuevo contrato para extender por 5 años (2023-2027)** su colaboración en la proveeduría de las gorras que emplean las 18 franquicias del circuito.

En conferencia de prensa, **Horacio de la Vega, Presidente Ejecutivo de la Liga Mexicana de Beisbol (LMB)**, reconoció el papel de New Era para ayudar al crecimiento del béisbol mexicano a través de sus productos, luego de una crisis derivada de la pandemia que sirvió para **replantear la estrategia comercial** de la liga y que en el 2022 arrojó números positivos para los equipos, gracias en buena medida a la centralización de acciones y a la estandarización de procesos entre la LMB y las franquicias.

*“Las ventas de headwear crecieron un 350% en los últimos tres años, que no es un número menor pues representa un ingreso muy importante no sólo para la marca sino también para los equipos y la liga. Al mismo tiempo, del 2019 al 2022 los ingresos por patrocinios se incrementaron un 700%, los obtenidos por transmisiones de televisión un 600% y las audiencias crecieron prácticamente un 800%. Si al inicio teníamos 5.6 millones de telespectadores, el año pasado llegamos a los 43.6 millones; y pasamos de tener sólo tres contratos de televisión a 11 de canales nacionales y más de 20 con canales locales”;* comentó el ejecutivo que este 2023 cumplirá 4 años al frente de la LMB.

Con estos números, y tras la participación de la Novena México en el reciente World Baseball Classic (WBC), donde el equipo nacional quedó en tercer lugar, ambos directivos afirmaron que están seguros de que **este año se sobrepasarán esos y otros indicadores.**

Cabe destacar que **la LMB es la liga profesional deportiva que más ha crecido en el país** en cuanto a generación de contenidos, con cerca de 850 juegos por temporada actualmente y más de 2,640 horas de transmisión de TV, gracias a un modelo de negocios donde la centralización ha sido clave, insistieron.

Respecto al nuevo contrato con New Era, Horacio de la Vega agregó: *“Lo que hoy estamos firmando representa un volumen de negocios proyectado por **más de mil millones de pesos en estos próximos cinco años.** Es algo histórico, inédito. Nunca la liga había tenido un contrato tan importante y tan grande para efectos de lo que se va a generar para los equipos”.*

Por su parte, **David Pérez, Director General de New Era México & LATAM**, agradeció a la liga la firma de este acuerdo y recalcó que es el resultado de un trabajo de más de 10 años, pues al abrir oficinas en México en 2012 la marca produjo y vendió poco menos de 4 mil gorras para la LMB, en 2019 eran ya 90 mil y el año pasado **rebasaron las 214 mil piezas**, donde los modelos más vendidos corresponden a las franquicias de Toros de Tijuana,



Diablos Rojos del México, Sultanes de Monterrey, Acereros de Monclova y Tigres de Quintana Roo. Para la temporada 2023, **el objetivo es rebasar las 300 mil.**

*“Lo que hacemos de la mano de la LMB no es nada más un producto de altísima calidad; es acercar a los fanáticos al juego, conectarlos con su pasión y su equipo favorito mediante esta gran oferta de productos. Celebrar que la alianza se extiende por cinco años más, con un compromiso de hacerlo con excelencia y con ambición, es un gran logro que servirá para seguir llevando el béisbol a otras latitudes. Nos enorgullece mucho ser parte de esto. New Era es béisbol, **inventamos la gorra de béisbol** y seguiremos casados con el deporte, haciéndolo crecer todo el tiempo que sea posible en el país”;* comentó David Pérez.

Para entender la importancia de este deporte para New Era, el Director General de New Era México & LATAM comentó que **en el 2022 la venta de headwear y apparel de la LMB representó entre el 10% y el 15%** de los ingresos locales de la marca, fundada hace más de 100 años en Nueva York.

*“Para nosotros, **es el nicho de negocio que más rápido crece en el mercado mexicano**, y por eso refrendamos nuestra apuesta para seguir haciendo del béisbol nacional algo todavía más grande, familiar, moderno y donde los jóvenes tienen un papel fundamental, siendo el centro de nuestras estrategias y las de la liga actualmente”.*

Por último, Horacio de la Vega subrayó que el **caso de éxito comercial** con New Era ha animado a otras marcas a buscar **invertir en la LMB** como patrocinadores, no sólo a nivel liga sino también en lo local con los 18 equipos que próximamente serán 20. *“Si antes éramos los directivos del béisbol mexicano quienes solíamos tocar la puerta de otras empresas para hacer negocios, ahora son ellos quienes se acercan a la liga”;* concluyó.

---

## Acerca de New Era

New Era Cap Co. Inc. es una marca internacional de moda con herencia deportiva, con más de 100 años de experiencia haciendo gorras. La compañía fue fundada en Buffalo, Nueva York, en 1920 y hoy cuenta con operaciones alrededor del mundo. Es mejor conocida por ser la gorra oficial de los equipos de Ligas Mayores de Beisbol (MLB), NFL y NBA.

Las gorras New Era son utilizadas como un símbolo de expresión personal por atletas, artistas y gente relevante alrededor del mundo. New Era impulsa a las personas a mostrar su personalidad a través de sus productos.

Para mayor información, visita [www.newera.mx](http://www.newera.mx) y el blog [www.newera.mx/blog](http://www.newera.mx/blog).