De visita en la Ciudad de México, el director de medios de la LMP, Pedro García, manifestó su entusiasmo por una liga que está despertando el interés de aficionados a lo largo de la República Mexicana.

EL UNIVERSAL

MÉXICO, D.F.- 108 costuras de pasión, una forma diferente de disfrutar el beisbol. La Liga Mexicana del Pacífico se encuentra en uno de sus puntos más álgidos al entrar a las series semifinales, en búsqueda del campeón que represente a México en la Serie de Caribe, Hermosillo 2013.

De visita en la Ciudad de México, el director de medios de la LMP, Pedro García, manifestó su entusiasmo por una liga que está despertando el interés de aficionados a lo largo de la República Mexicana.

"Lo que queremos en la Liga del Pacifico, es que se nos deje de ver como un torneo regional, que se aprecie todos los elementos que conviven en un juego. La verdad es que conjuntando un equipo de trabajo, hemos podido aumentar el número de aficionados en los estadios y los ratings en televisión.

El directivo comentó que el promedio de aficionados en la actual temporada es de siete mil por parque, siendo Culiacán y Hermosillo las plazas más tradicionales y por consecuencia las que siguen registrando el mayor número de entradas.

García comentó que la Liga ha realizado un esfuerzo por dotar de mayores herramientas a los aficionados de la Liga del Pacífico, por lo que no dudaron en estructurar nuevas plataformas, como aplicaciones para teléfonos inteligentes y tabletas, además de canales donde los seguidores puedan estar al tanto de los resultados y las mejores jugadas casi al instante.

Respecto al estado de salud de la economía en la Liga Mexicana del Pacífico comentó que gracias a los siete patrocinadores con los que cuenta la liga, las finanzas se encuentran con números en negro.