

EQUIPAMIENTO

Spalding, la marca que domina bajo el aro de una ACB con múltiples patrocinadores

Guillermo G. Recio
26 nov 2015 - 05:00

El vídeo de un jugador encestando un triple sobre a bocina puede recorrer el país en pocas horas. Pero entre los aficionados y practicantes del baloncesto esa instantánea también puede quedar grabada en su mente junto al logo de la marca de la camiseta.

En la NBA tan sólo hay un proveedor oficial que produce las elásticas de todos los equipos. Sin embargo, en la ACB hay una diversificación de marcas donde tan sólo una firma cuenta con cinco conjuntos de la liga: Spalding. Se trata de son Baloncesto Sevilla, Fiatc Joventut, Herbalife Gran Canaria, Unicaja de Málaga y UCAM Murcia.

La marca de baloncesto empezó su relación con La Peña en la campaña 2012-2013 y, "tras un buen trabajo vinieron los otros acuerdos", según explica Juan Redín, consejero delegado de Uhlsport en España, empresa que tiene la distribución de la marca estadounidense en toda Europa. El objetivo de la compañía, que tiene su sede en Navarra, es "poner la marca donde se merece".

Hasta ahora no había sido así, ya que en los años anteriores la firma contaba en España con un distribuidor que "no tenía recursos para estos acuerdos", añade el directivo. Después de la entrada directa en el país de Uhlsport, que también controla la marca Kempa, la intención era contar con una destacada presencia en el baloncesto español.



Un partido entre el UCAM Murcia y el Fiatc Joventut, que llevan Spalding./ ACB

Redín no se muestra preocupado por si podrán ampliar más sus patrocinios en la ACB, ya que quieren “avanzar a un ritmo natural”. Por ahora no prevén aumentar los cinco acuerdos vigentes y tampoco se han topado con otra marca que les haga sombra. Sin embargo, aunque sabe que “Barça y Madrid con Nike y Adidas son imposibles” no descarta que otros clubes pidan su colaboración en las futuras temporadas.

La posición de dominio de la marca se completa con el acuerdo de los balones de la ACB y la Euroliga y también con el textil de los árbitros de la competición nacional. A todo esto hay que sumarle las equipaciones de las federaciones de baloncesto en Catalunya, Castilla y León, Extremadura, Asturias, Canarias y Comunidad Valenciana.

En cuanto a cómo afecta esta notable presencia en la distribución minorista de este deporte, Redín asegura que ahora los comercios piden más productos Spalding, como canastas y pelotas. Esto hace, según el directivo, que desde Alemania vean con buenos ojos el crecimiento económico de la marca en España.

Junto al también proveedor de balones de la NBA, sólo Joma puede presumir de vestir a más de un equipo: Movistar Estudiantes e ICL Manresa. A partir de aquí, aparece un mercado muy atomizado, en el que sólo FC Barcelona y Real Madrid tienen acuerdo con grandes multinacionales (Nike y Adidas, respectivamente) gracias al equipo de fútbol.



FC Barcelona y Real Madrid tienen a los proveedores de sus equipos de fútbol, Nike y Adidas, respectivamente./ ACB.

Las otras firmas deportivas, pese a que ahora sólo tienen un equipo cada una, no son ajenas a la ACB. Muchas de ellas han estado presentes en la liga durante años en diferentes equipos. Y, casi por norma, apenas suele haber contraprestación económica, sino que el grueso del acuerdo se produce con la entrega del material técnico.

Es el caso de Mercury, que ahora tiene al CAI Zaragoza; de Hummel, que está con el Laboral Kutxa Baskonia; de Elements con Retabet Guipuzkoa; de Austral con Iberostar Tenerife; de Vive con Rio Natura Monbus Obradoiro; y de la firma vasca Kon Sports, que viste al MoraBanc Andorra.

Pero también hay algunas compañías menos conocidas y con poco recorrido en la competición española como la marca italiana Erreà que firmó este verano la entrada a la ACB de la mano de Dominion Basket Bilbao. Además, hay casos como el del Fuenlabrada, que cuenta con una pequeña empresa, Pentex.

Aunque este mercado esté muy diversificado, cabe recordar que la ACB está dando pasos hacia un modelo que en determinadas áreas se asemeja al de la NBA. Ya cuenta con Under Armour como proveedor técnico oficial de la Copa del Rey para las ediciones de 2015 y 2016. Además, hace unas semanas la patronal de clubes lanzó unos calcetines con el logo de la Liga Endesa para asemejarse al éxito de las medias americanas, que son uno de los productos más comprados entre los jugadores *amateurs*.