PALCO23

CLUBES

La Liga Endesa arranca la temporada con un nuevo baile de nombres en sus equipos

Guillermo G. Recio
3 oct 2016 - 05:00

El nuevo Betis Energía Plus se estrena con victoria y el Baskonia se pone líder, mientras que el Tecnyconta Zaragoza cae en casa y el Divina Seguros Joventut pierde en el último segundo por una canasta *in extremis*. Quien no haya seguido la actualidad durante este verano quizás piense que estos resultados son de la primera jornada de otra competición e incluso otro deporte, pero no, es baloncesto y es la ACB.

La Liga Endesa ha dado el pistoletazo de salida a una nueva temporada con muchos cambios, empezando por los cuatro conjuntos que este año cambian de nombre y con el foco puesto en el nuevo formato de Euroliga y en el futuro de los ascensos y descensos de la competición.

Por la ACB han pasado muchas marcas, en una competición en la que muy habitualmente el socio comercial se convierte también en el *title sponsor*, pero no todas han conseguido hacerse un hueco en la mente del espectador. Tau Cerámica con el Baskonia y DKV con el Joventut de Badalona son algunos de los ejemplos históricos por los que aún se recuerdan las hazañas de equipos que consiguieron batir el dominio de FC Barcelona y Real Madrid.

Sin embargo, esta temporada hay nuevas denominaciones a las que los aficionados al baloncesto en España se deberán acostumbrar. Diversos directivos de estos clubes explican a *Palco23* que detrás de un relevo de patrocinador principal hay mucho más, con la idea de arraigar la nueva marca a su entidad.

Uno de los grandes retos lo tendrá el Basket Zaragoza, que este año lucirá la identidad de la compañía de hormigón prefabricado Tecnyconta sustituyendo a Caja de Ahorros de la Inmaculada. Alodia Villar, su responsable de marketing, opina que pese al vínculo de 14 años con CAI, "con el tiempo, nuestros seguidores y aficionados al baloncesto se familiarizarán con otra empresa aragonesa que ha apostado por nosotros".

https://www.palco23.com/clubes/la-liga-endesa-arranca-con-un-nuevo-baile-de-nombres-en-sus-equipos

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Villar, aludiendo al mismo presidente del conjunto aragonés, Reynaldo Benito, detalla que ello también se traduce en sus presupuestos, ya que "esta firma nos ayuda a completar el ejercicio pasado y poder afrontar el actual con más tranquilidad dentro de la dificultad que entraña cualquier proyecto deportivo en la actualidad".

El equipo aragonés con el nuevo socio principal en su camiseta./ BZ

En los últimos días el club no ha dejado de sellar acuerdos comerciales de menor rango como con la compañía de moda italiana Liu Jo, con el restaurante Aura y con Clínica Dehesa. "Por suerte, el club de patrocinadores que nos rodea es fiel y nos apoya año a año. Aunque alguno se puede quedar por el camino, contar con el actual elenco de firmas nos hace tener un sólido apoyo económico ya que se incrementan en cuanto a número. La mayoría son empresas que llevan muchos años con nosotros y, en el caso de los segundos patrocinadores, Ambar y Simply con marcado acento aragonés", añade Villar.

A algo similar se enfrenta el nuevo Betis Energía Plus, que este verano ha protagonizado uno de los episodios más complejos del deporte en España. La compañía energética y el Real Betis cerraron la compra del Baloncesto Sevilla tras unas intensas negociaciones con su anterior propietario, CaixaBank, y con el patrocinador principal de la ACB, Endesa.

Ahora, con el nuevo patrocinador y propietario que también da nombre al equipo se produce un cambio más de los que ha visto Virginia Simón, directora de marketing del club andaluz desde hace 13 años. De Caja San Fernando a Banca Cívica, pasando por Cajasol, "algo que siempre hará que el Baloncesto Sevilla sea *El Caja*".

https://www.palco23.com/clubes/la-liga-endesa-arranca-con-un-nuevo-baile-de-nombres-en-sus-equipos

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Aun así, la directiva explica que la apuesta de Energía Plus no se interpreta de una manera negativa, sino que gracias a ellos el club sigue existiendo y se ha conseguido que la gente hable del nombre. "Para que sea contundente el patrocinio debe plantearse a largo plazo, sobre todo en los casos donde la anterior marca estaba muy arraigada", añade.

El apoyo de la firma energética, de la que es accionista el presidente del club de fútbol verdiblanco, Ángel Haro, junto con la marca Betis, "ha dado un empujón a la entidad en cuanto a patrocinios, ya que hay más compañías que se han interesado". Y eso también se nota en los abonados: este año ya han conseguido 3.500 socios, mientras que la temporada pasada tuvieron alrededor de 2.200.

Si las empresas que patrocinaban al Sevilla estaban todas relacionadas con la banca, en el caso del Club Joventut de Badalona se mantiene la relación con las aseguradoras. Este año, *La Penya* llevará en su nombre a Divina Seguros, que sustituye a Fiatc.

La directora de marketing del club barcelonés, Iolanda Latorre, señala que un cambio de nombre "siempre es complejo, pero en el baloncesto no se puede permitir no vender un *naming right*, ya que hasta el Barça cuenta con Lassa". "En nuestro caso, Divina Seguros tiene un toque especial y con la voluntad de apostar a largo plazo se conseguirán buenos resultados", argumenta.

El conjunto sevillano ha cambiado de patrocinador, de nombre y de colores./ BEP

https://www.palco23.com/clubes/la-liga-endesa-arranca-con-un-nuevo-baile-de-nombres-en-sus-equipos

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

La responsable, que acaba de llegar al club verdinegro, explica que con un nuevo plan de marketing intentarán elevar el valor de los patrocinios al ofrecer más activos a las marcas, como el equipo femenino o el de silla de ruedas, además de su cantera, que ya cuenta con Movistar y B The Travel Brand.

Éste último lo comparte con el Estudiantes, que "destina más del 50% del presupuesto a la cantera y otros proyectos de formación", comenta el director de patrocinios del club madrileño, Alfonso Verdugo. "Asisa, Gaes, Joma, Zumosol, Ahorra Más (que ya lleva más de 10 años apoyando a la cantera), Mahou, Coca-Cola… tenemos un porcentaje de renovación del patrocinios cada año por encima del 95% y eso nos hace estar muy orgullosos", detalla.

Este año, el conjunto estudiantil ha renovado con Movistar tres años más consiguiendo aumentar el importe del acuerdo en un 70%, lo que "supone una estabilidad que no hemos tenido años anteriores. Ya no sólo el aumento económico, que es fantástico, sino la continuidad". "Seguiremos estando lejos de otros clubes que tienen ayudas institucionales, ventajas fiscales o equipos de fútbol detrás, pero no se me ocurre ninguna marca mejor que Movistar para poder desarrollar un proyecto estable y de continuidad no sólo para el equipo ACB, sino para el crecimiento de la cantera", añade Verdugo.

El resto de conjuntos seguirán conservando sus denominaciones, como Herbalife Gran Canaria, Iberostar Tenerife, ICL Manresa, Unicaja de Málaga, UCAM Murcia, FC Barcelona Lassa, Dominion Bilbao Basket, Montakit Fuenlabrada, Morabanc Andorra, Rio Natura Monbús Obradoiro. Aunque Real Madrid y Valencia Basket no tengan ningún *sponsor* que les de nombre, sí tienen como socios principales a Teka y al lema de Juan Roig *Cultura del esfuerzo*, respectivamente.

Ello hace que el único club que, de momento, no cuente con ningún patrocinador principal es el Baskonia tras finalizar su acuerdo con Caja Laboral. El club no ha querido avanzar si la intención para esta temporada es encontrar a un nuevo socio que también de nombre al equipo o si será la primera en solitario desde que en 1983 Caja Álava empezara con la tradición.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.