

## COMPETICIONES

# Banco Santander sube su apuesta por LaLiga y amplía un año más su contrato hasta 2020-2021

El banco español, que ya había ejercitado la opción de prórroga para 2019-2020, muestra su confianza en la competición y dará nombre a cuatro de sus torneos nacionales. El contrato supera los 15 millones de euros anuales.

Palco23

14 mar 2019 - 12:17

Banco Santander sube su apuesta por LaLiga y amplía un año más su contrato hasta 2020-2021

LaLiga se ha asegurado la continuidad de su principal patrocinador hasta 2020-2021. Banco Santander ha firmado la ampliación del acuerdo que se inició en 2016, por el que da nombre a las dos competiciones profesionales del fútbol español y, desde este año, a dos de sus iniciativas más destacadas: LaLiga Genuine y LaLiga Promises. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos, aunque el contrato actual supera los 15 millones de euros anuales.

La decisión de la entidad financiera no es menor, pues supone redoblar su apuesta por la asociación de clubes en plena discusión sobre la titularidad de los *title rights* de Primera y Segunda División. Además, es un voto de confianza más a medio plazo, después de que hace unos meses ejecutara la opción que tenía de continuar dando nombre a LaLiga Santander y LaLiga 1|2|3 hasta 2019-2020, como adelantó *Palco23*.

“Nos sentimos muy orgullosos de dar nombre a la mejor Liga del mundo y, a través del deporte, ayudar al progreso de nuestra sociedad y a crear marca España”, ha destacado Rami Aboukhair, consejero delegado de Santander España, sobre una renovación que asegura cumplir cinco años de alianza entre la entidad y la competición.

**Banco Santander continuará dando nombre a LaLiga hasta 2020-2021, año en el que también**

## concluye su acuerdo con Uefa

“Representan unos valores como la búsqueda del éxito por medio del esfuerzo, el trabajo en equipo, la innovación permanente y el compromiso, que compartimos”, ha añadido el ejecutivo. De hecho, una de las novedades es que la asociación se ha extendido al torneo creado con los clubes para fomentar la inclusión de personas con discapacidad, y al torneo de jóvenes talentos que se disputa tanto en España como en el extranjero. A ello se le añade LaLiga ProPlayer, el proyecto de becas deportivas para futbolistas españoles en universidades americanas.

Javier Tebas, presidente de LaLiga, ha comentado sobre estos proyectos que “tras estas tres temporadas hemos comprobado que la vinculación de LaLiga y Banco Santander ha encajado de forma tan natural que juntos hemos ido incorporando nuestras experiencias, deportiva y de patrocinio, para construir dos de las mejores marcas del mundo”.

La vertiente social de los patrocinios no es una cuestión menor para el banco, que invierte 40 millones de euros al año en patrocinio deportivo y que también ha buscado ese enfoque en su alianza con la Champions League. Actualmente, el torneo de la Uefa es el que mayor activación internacional le permite, aunque también lleva doce años patrocinando competiciones de fútbol en Latinoamérica (Conmebol Libertadores 2019).

De momento, el salto que ha dado LaLiga en estos primeros tres años de contrato ha sido de gigante. La audiencia mundial de la competición alcanzó los 2.700 millones de personas en 2017-2018, e incluso en España ha ido ganando aún más visibilidad pese a que en abierto sólo se emite un partido. En el mercado nacional, la máxima competición del fútbol español promedió 521.000 espectadores en cada una de sus 380 retransmisiones, con un total de 197 millones de contactos, según Kantar Media.

La mejora de estos números también ayuda a entender el importante avance de los ingresos por patrocinio y licencias, que en la última temporada crecieron un 16,6%, hasta 65,88 millones de euros, según consta en sus cuentas anuales. El 66% de los ingresos por patrocinio y licencia de LaLiga se generan en España, con 43,5 millones de euros en 2017-2018, por los 22,37 millones (un 22% interanual más) que se obtienen en el extranjero.