

COMPETICIONES

LaLiga escala posiciones en el 'top cien' de marcas españolas más valiosas

La competición pasa de la posición 49 a la 36 en la clasificación anual que elabora Brand Finance, tras ser una de las diez que más ha mejorado su valor de marca en 2019.

Palco23

23 mar 2020 - 12:00



La continua inversión en marca da sus frutos. LaLiga consiguió escalar trece posiciones en el ránking anual que elabora Brand Finance, de forma que ya ocupa el puesto número 36. Además, forma parte de las diez compañías que más se revalorizaron durante 2019, con un alza interanual del 33,5%.

“El fútbol forma parte indudable de nuestro ocio en España y LaLiga es una de las competiciones más reputadas a nivel internacional”, señala el estudio. En el mismo, se advierte del reto que supondrá mantener su posición en el actual contexto, pues “el segmento del ocio es otro de los que más van a sentir los efectos del coronavirus”.

La gestora del fútbol profesional es la única marca deportiva que aparece, en un ranking dominado por el sector textil, la banca y la gran distribución. El podio lo encabeza Banco Santander, que ha arrebatado la primera posición a Zara, mientras que Movistar ha subido a la tercera posición en lugar de BBVA.

El informe, que tiene en cuenta tanto el volumen de facturación como la notoriedad de cada empresa, señala que el valor de marca de las cien enseñanzas más importantes bajó un 1,8% interanual, hasta 118.000 millones de euros.

“Las marcas más valiosas y sólidas están más preparadas para afrontar el futuro incierto que acecha a la economía española; veremos a ver cómo son capaces de reaccionar, invertir y trabajar en su marca este año para minimizar el impacto”, ha apuntado Teresa de Lemus, directora general de Brand Finance.