PALCO23

COMPETICIONES

Las marcas deportivas agitan los patrocinios de LaLiga tras el 'boom' de las apuestas

Un año después del desembarco de Marathonbet o Betway en España, este verano ha estado marcado por el cambio de cromos entre Nike, Adidas, Hummel y Puma, grandes dominadores de las camisetas de este curso.

M.Menchén
14 ago 2019 - 05:00

LaLiga alcanzó a más de 2.700 millones de personas durante 2018-2019, una cifra elevada, un argumento de venta que todos los clubes y la propia competición llevan en su plan de acción para vender patrocinios. Este negocio se espera que a corto plazo ya supere los 1.000 millones de euros anuales, pero el gran reto que afronta el fútbol profesional español es arañar cuota de mercado a FC Barcelona y Real Madrid, que disponen de los contratos más lucrativos y representan casi un 75% de los ingresos comerciales.

Hoy, sus acciones marcan mucho el devenir del resto, y un claro ejemplo es cómo ha variado el mapa de proveedores técnicos a media que los clubes con mayor presencia

https://www.palco23.com/competiciones/las-marcas-deportivas-agitan-los-patrocinios-de-laliga-tras-el-boom-de-las-apuestas

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.

global exigen más dinero por sus contratos. De hecho, y tras el *boom* que representaron las casas de apuestas el verano pasado, este año el cambio de cromos ha estado muy localizado en quienes suministran las equipaciones.

Madrid y Barça son los estandartes de Adidas y Nike, respectivamente, que con los años han ido dejando libres contratos que apenas le daban exposición y se focalizaban mucho en el suministro de producto. La marca estadounidense también tiene acuerdos importantes con Atlético de Madrid y Sevilla FC, a los que se añaden otros cinco equipos con menor presencia internacional, como Real Sporting, Málaga CF o Granada CF, que este año vuelve a LaLiga Santander con cambio de camiseta.

> **Nike es la marca con más camisetas en LaLiga, a través de ocho clubes que incluyen Barça, Atleti y Sevilla**

En total, el dueño del ***swoosh*** viste a ocho equipos entre Primera y Segunda División, uno más que su eterno rival. La compañía de las tres bandas ha ampliado su lista para 2019-2020, pese a haber perdido el contrato del Valencia CF, ya que se ha hecho con los diseños del Real Valladolid y ha visto cómo el Deportivo Mirandés volvía al fútbol profesional.

El conjunto ché se ha pasado a Puma, que esta temporada ha lanzado una de las mayores ofensivas en la industria del fútbol para recuperar cuota de mercado. La multinacional alemana también estrena este año su acuerdo con LaLiga como balón oficial, y en LaLiga SmartBank vestirá al Girona FC, dentro de su acuerdo global con City Football Group (CFG), y al Racing de Santander en su regreso a las competiciones profesionales.

Con tres camisetas también se mantiene Macron, que se verá superada por una Joma que vestirá a cinco equipos tras sumar a la SD Eibar a su cartera y ascender a Segunda con el Fuenlabrada. Es la misma cantidad de proyectos que tendrá Kelme, que este verano no ha realizado ninguna incorporación tras la elevada inversión de hace dos años. Por último, y un escalón por encima, se sitúa Hummel con seis clubes, pues la pérdida del Real Valladolid ha sido compensada con la llegada del Elche CF y la UD Las Palmas.

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.

En cuanto a los patrocinadores principales, y pese a la tregua de este verano, el sector de las apuestas continuará siendo uno de los más representados. Marathonbet ha ampliado su cartera con el Sevilla FC, que lucirá el mismo logo que el Girona FC, aunque en número le superará Betway, que continúa con su *tridente* formado por Levante UD, Deportivo Alavés y CD Leganés.

Bwin ha apostado por concentrar su inversión en el Valencia CF y Kirolbet ha ascendido de la mano del CA Osasuna, algo que Betpoint no ha podido hacer con el RCD Mallorca, que ha firmado con la británica Betfred. Menos suerte ha tenido el Real Sporting, que ha emprendido acciones legales contra Pastón, el operador de juego que decidió a comienzos de verano rescindir unilateralmente su contrato; en su lugar, ha firmado con Interwetten.

De momento, uno de los equipos que continúa sin *main sponsor* es la Real Sociedad, que harechazado todos los ofrecimientos del sector del juego porque prefieren desmarcarse del sector. Y en su caso el gran reto es dar con marcas que puedan cumplir las exigencias de dos de los equipos con mayor implantación social en LaLiga.

Junto a las apuestas, otro de los sectores con mayor representación es el cervecero, con Estrella Galicia un año más apoyando a todo el fútbol gallego. Su logo aparece en las camisetas de RC Celta en LaLiga Santander y en las de RC Deportivo y CD Lugo en la renombrada LaLiga SmartBank. Aún en el mundo de las bebidas, las bodegas Cuatro Rayas continúan con el Real Valladolid y Destilerías Espronceda con el Extremadura UD.

En el ámbito turístico, la Administración mantiene su apoyo a UD Las Palmas y CD Tenerife, que se suman a la presencia de Riviera Maya en las equipaciones del RCD Espanyol y la de Fly Emirates en el Real Madrid. Y, si bien nadie duda de que el deporte cada vez depende más de los canales digitales, hoy sólo el FC Barcelona puede decir que luce una tecnológica en su elástica.

https://www.palco23.com/competiciones/las-marcas-deportivas-agitan-los-patrocinios-de-laliga-tras-el-boom-de-las-apuestas

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.