PALCO23

EQUIPAMIENTO

El rey para los reyes: Nike y Adidas se juegan en el fútbol el 60% de su patrocinio

Los gigantes de la distribución de equipamiento deportivo destinan, cada año, 1.860 millones de dólares al deporte más global del mundo.

Laura Juanes
7 ene 2021 - 04:50

Los reyes lo tienen claro: el fútbol es el reino que quieren conquistar. Nike y Adidas, los mayores grupos de distribución de moda y equipamiento deportivo del mundo, destinan el 60% de su presupuesto de patrocinio a este deporte, mayoritario en gran parte del globo. Y es que, para entrar en el armario de los consumidores, los titanes saben que tienen que llegar primero al campo.

El fútbol es uno de los principales deportes a escala internacional, contando con millones de aficionados y seguidores alrededor del mundo. Si bien en países de gran importancia para el sector de la moda, como Estados Unidos, su penetración no es tan alta como la del baloncesto o el fútbol americano, en Europa y gran parte de Asia se erige como el rey.

Es por ello que Adidas, que nació en el seno del Viejo Continente, destina el 73% de su presupuesto en patrocinio a este deporte

https://www.palco23.com/equipamiento/el-rey-para-los-reyes-nike-y-adidas-se-juegan-en-el-futbol-el-60-de-su-patrocinio

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.

, lo que se traduce en 1.026 millones de dólares, según datos recopilados por Kpmg. La compañía alemana, que anualmente invierte en patrocinios 1.405,6 millones de dólares, se encomienda al fútbol, mientras Nike, que cuenta con un presupuesto de 1.673,4 millones de dólares, diversifica más sus inversiones.

El fútbol representa el 50% del patrocinio del gigante estadounidense, que cada año destina 834 millones de dólares (680 millones de euros) a este deporte. La compañía tiene también un gran peso en baloncesto, un deporte mayoritario en su tierra natal. Nike viste por excelencia al deporte de talentos como Lebron James o Stephen Curry, destinando un 21% de su presupuesto en patrocinio, hasta 352 millones de dólares, al mismo.

Nike diversifica sus patrocinios entre los principales deportes, mientras Adidas se encomienda al fútbol

Adidas, por su parte, apenas cuenta con representación en la cancha de baloncesto. La compañía alemana destina sólo el 3% de su partida de patrocinio a este deporte, con una inversión de 48 millones de dólares. Pese a no poder entrar en el podio del baloncesto, donde Nike se corona vencedor, el grupo europeo penetra en el mercado estadounidense de la mano de un deporte que tiene un gran peso en el país: el universitario.

La empresa invierte 106 millones de dólares en los campos del deporte universitario, lo que representa un 8% del total destinado a patrocinios. Mientras, Nike destina 130 millones de dólares a este sector.

La tercera pata de Adidas es el fútbol sala, que en Europa se erige como una de las principales competiciones en el sector: a este deporte reserva 105 millones de dólares (85,6 millones de euros), un 7% del total. Por su parte, el tercer principal patrocinio de Nike recae en el fútbol americano, uno de los deportes más seguidos en Estados Unidos. El gigante se anota un *touchdown* en esta industria, que genera millones de dólares. Al año, destina una partida de 194 millones de dólares (158 millones de euros), lo que supone el 12% del total.

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 otros deportes, mientras Adidas apuesta por el hockey sobre hielo, con un presupuesto de 72 millones de dólares en patrocinios, y en el fútbol playa, con una inversión de 50 millones de dólares; Nike se apoya en el *baseball*, destinando 100 millones de dólares, y en el golf, con un presupuesto de la misma cantidad.

Nike y Adidas copan más de mil millones del gasto en patrocinios técnicos de fútbol

Nike y Adidas copan el 38% de todos los acuerdos de patrocinio técnico de las ligas de fútbol europeas, según un estudio elaborado por GlobalData. Su peso en los ingresos de los clubes por este concepto es mucho mayor: siete de cada diez euros proceden de ellos.

El 75% del gasto de los patrocinios técnicos procede de ambos titanes, que controlan no sólo gran parte de los acuerdos, sino también los mayores contratos. De hecho, Nike ha firmado el mayor de los acuerdos suscritos esta campaña, con el Liverpool FC, por treinta millones de libras (35,2 millones de euros) fijos por temporada. El acuerdo incluye también un bonus del 20% de la venta total de las equipaciones. En España, en LaLiga, los titanes de la moda y el equipamiento deportivo visten a los dos principales clubes: Adidas, al Real Madrid, y Nike al FC Barcelona.

https://www.palco23.com/equipamiento/el-rey-para-los-reyes-nike-y-adidas-se-juegan-en-el-futbol-el-60-de-su-patrocinio

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.