

Adidas iguala a Nike tras el baile de equipaciones en Primera División

Albert Malla
14 jul 2015 - 05:00

Adidas iguala a Nike en el baile de marcas de La Liga. La multinacional alemana ha logrado volver a empatar con su rival estadounidense en número de equipos patrocinados en Primera División. Esta particular batalla por la captación de clubes no es baladí, ya que la Liga BBVA es una de las más seguidas en todo el mundo y de las que más aficionados tiene, sólo superada por la Premier League.

La marca de las tres barras ha ampliado su cartera de equipos, en la que ya se encontraban Real Madrid, Valencia, Celta de Vigo y Real Sociedad. A ellos se les ha sumado ahora el Real Betis, que ha decidido romper con la italiana Macron en su regreso a Primera División. Al igual que pasó la temporada pasada con el conjunto ché, los verdiblancos se han pasado a Adidas porque, si bien asegura unos ingresos fijos inferiores, existe la certeza de que gracias a su mayor capacidad de distribución, las ventas de camisetas serán mucho mayores.



Nike controla los dos principales clubes de España: Barça y Madrid. En la imagen Luis Suárez.

Al igual que su rival alemán, una de las principales ventajas de trabajar con Nike es que

la multinacional de Oregón acostumbra a asumir la gestión de las tiendas y dar un impulso a la venta de productos oficiales, a través de sus tiendas propias. Es el caso del FC Barcelona, que actualmente negocia una mejora contractual con la marca, Atlético de Madrid, Athletic Club, Levante y Málaga.

La pérdida de liderazgo en Primera División por parte de Nike no se debe a la fuga de ningún equipo hacia otra marca deportiva. Se debe a que el Almería, que desde el 2012 viste con la firma norteamericana, ha bajado a Segunda División tras quedar penúltimo en la clasificación.

Acerbis también se ha visto afectada por los descensos de la temporada 2014-2015, pero en su caso también se ha beneficiado de los ascensos a la élite del fútbol español. La enseña italiana viste al Córdoba CF, que este año militará en la Liga Adelante tras quedar colista, y también a la UD Las Palmas, que logró un puesto en Primera tras eliminar al Zaragoza.

Una situación es por la que ha atravesado Kelme. El fabricante ilicitano es el patrocinador técnico del Elche CF, que si bien consiguió la permanencia sobre el terreno de juego, los reiterados impagos y sus problemas con Hacienda motivaron su descenso administrativo a Segunda. Este hecho dejaba a la marca sin presencia en Primera, pero hace unas semanas arrebató a la italiana Erreà la equipación del Rayo Vallecano. Además, lo ha hecho con unos diseños totalmente transgresores y de carácter solidario.



Presentación de Cissé como nuevo jugador del Rayo Vallecano.

Los problemas económicos del conjunto ilicitano, cuyo descenso ha sido ratificado por

el Tribunal Administrativo del Deporte (TAD), han beneficiado al SD Eibar. El conjunto armero ha decidido no renovar el contrato que firmó hace un año con la danesa Hummel, para fichar a Puma en su 75 aniversario.

Gracias a este contrato la multinacional alemana ha conseguido seguir un año más en la Liga, después de que el RCD Espanyol decidiera no renovar su acuerdo con la marca. El conjunto blanquiazul vestirá Joma, que desde 2004 patrocina al Getafe CF y desde la pasada temporada al Granada CF.



El RCD Espanyol disputando un partido en la pretemporada.

Este año seguirán en Primera la china Xtep con el Villarreal y la italiana Lotto con el Deportivo de la Coruña. Además, Kappa regresa a la máxima categoría de la mano del Sporting de Gijón, y New Balance se estrena con el Sevilla. Tras una primera experiencia con su filial Warrior, la multinacional estadounidense irrumpe en el fútbol europeo con el patrocinio de importantes clubes, como Oporto, Liverpool, Stoke City y Celtic de Glasgow.

El hecho de que no todos los clubes opten por Nike o Adidas responde a una cuestión de precios de cara al público. Si bien Barça, Atlético, Madrid o Valencia pueden permitirse cobrar entre 80 y 90 euros por sus camisetas, equipos más modestos y con una masa social menor necesitan poder ofrecer precios más bajos. Por ejemplo, las nuevas equipaciones del Rayo o el Espanyol costarán sesenta euros.