

MEDIA

## Cantera y visibilidad: la fórmula de Teika para apoyar al deporte femenino valenciano

La compañía de *vending* respalda a nueve equipos de la Comunidad Valenciana, entre los que figuran Valencia Basket, Valencia CF, Levante UD y Villarreal CF. En mayo renovó todos sus acuerdos hasta 2022 para seguir ofreciendo recursos al deporte femenino, mermado por la pandemia.

P. López  
12 jun 2020 - 04:57



Coleccionar cromos de las estrellas del fútbol es uno de los *hobbies* de la infancia que sigue atrayendo a las nuevas generaciones, y Teika ha utilizado esa activación para dar visibilidad al deporte femenino valenciano. La compañía nació hace cuarenta años como proveedor y suministrador de máquinas de café, y fue diversificándose hacia la venta de *snacks* y las máquinas de *vending*. Tras centrar su actividad en Gandía (Valencia), decidió expandirse por la Comunidad Valenciana, y se apoyó en el patrocinio deportivo para abrir mercado. Hoy en día, es la empresa con más contratos de patrocinio en el deporte femenino de la región.

1 / 3

<https://www.palco23.com/media/cantera-y-visibilidad-la-formula-de-teika-para-apoyar-al-deporte-femenino-valenciano>

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 la cartera de clubes de Teika están desde el Valencia Basket de Liga Femenina Endesa hasta los clubes de Primera Iberdrola de fútbol, Levante UD y Valencia CF, pasando por el Villarreal CF, que milita en Segunda División femenina. A estas entidades se suman otras disciplinas y equipos con menos visibilidad, como Les Abelles Rugby Club, Club de Rugby Valencia, Club de Hockey Valencia, Club de Voleibol Valencia y CB Claret Benimaclet.

Y, aunque la empresa apoya a clubes con equipos masculinos en LaLiga y la ACB, todas las activaciones y recursos se destinan a los equipos femeninos. “Empezamos respaldando al club de atletismo Safor Teika, al que damos nombre, porque queríamos que hubiera más corredoras en el club y en las carreras populares; aumentar la práctica deportiva entre las mujeres y la visibilidad es el objetivo que perseguimos con el patrocinio”, explica Puri Naya, directora de comunicación y responsable de la estrategia de patrocinio de Teika.

## **Teika destina prácticamente todo su presupuesto de marketing a patrocinar 9 equipos femeninos de la Comunidad Valenciana**

Todos estos se apoyos se canalizan a través de la campaña *Juegan ellas, ganamos todos*, centrada en el deporte femenino y en poner a las deportistas en el foco. De ahí que una de las activaciones haya sido lanzar un álbum de cromos de todos los equipos a los que patrocina. “Hemos hecho sesiones de fotos y activaciones en las que apenas luce la marca Teika, y nos parece bien, porque lo importante es que sean ellas las que tengan visibilidad”, añade.

Tanto es así que la compañía no mide el retorno del patrocinio. “Algunos clubes nos dan datos de visualizaciones y notoriedad, pero no nos importa; no vamos a dejar de apoyar a unos o a dar más recursos a otros en función de esas métricas”, argumenta. Lo que sí ha decidido la compañía es doblar los recursos que destina a un equipo si asciende de categoría, como ha ocurrido con el Club de Voleibol Valencia.

“Empezamos con ellas cuando las jugadoras tenían que pagar su propia cuota para jugar; decidimos asumir ese coste y dar más recursos para que pudieran ascender, y ahora ya están en Segunda División”, apunta Naya

Los requisitos para que Teika apoye a un club es que sea una entidad valenciana, que apoye el deporte femenino y que lo haga desde la base, dando formación al deporte

escolar. “Hay una parte de responsabilidad social corporativa (RSC) en esta estrategia porque queremos impulsar a las jugadoras, pero es una realidad que la marca se hace más visible conforme ascienden de categoría”, reconoce.



Valencia Basket, equipo de Liga Femenina Endesa.

Otro ejemplo es Valencia Basket, la compañía empezó a apoyar en Liga Femenina 2 y ahora que milita en la élite congrega más de 4.000 personas en el pabellón. Es el único equipo de Liga Femenina Endesa que juega en la misma pista donde lo hace el equipo de ACB, con buenos números de asistencia y con un abono específico para ir a ver al equipo femenino. “Hacemos activaciones en la media parte, contamos con la imagen de las jugadoras de todos los equipos a los que patrocinamos en las máquinas de *vending* que tenemos repartidas por la ciudad y el metro de Valencia y sorteamos regalos y escapadas entre los fans”, explica.

Ahora, la compañía estudia cómo seguir apoyando al deporte tras la crisis económica derivada del Covid-19, tras años dedicando la práctica totalidad del presupuesto de marketing al patrocinio deportivo. “Tenemos que plantearnos si seguimos apoyando a los equipos de Valencia o decidimos crecer en Castellón y Alicante; sabemos que tenemos que ajustar los apoyos para continuar”, explica Naya. Con todo, la compañía renovó hasta 2022 a todos sus equipos en plena pandemia, por lo que seguirá apoyándoles en el medio plazo.