

El 'funnel' del patrocinio: el 11,9% de las marcas llegan a LaLiga

De las 1.865 marcas que patrocinan deporte, música, cine o moda en España, 222 han decidido alcanzar un acuerdo de esponsorización con equipos de Primera División.

Miquel López-Egea
1 jun 2021 - 04:50



El patrocinio, con el fútbol. El 11,9% de las marcas que tienen actualmente acuerdos de patrocinio en España lo hacen con equipos de LaLiga Santander. Este dato supone que 222 marcas de las 1.865 marcas que patrocinan deporte, música, cine o moda en el país apuestan por equipos de la máxima categoría del fútbol nacional, según datos de la agencia de la agencia Strock facilitados a Palco23. En este contexto, el 91,5% de las marcas que tienen uno o varios acuerdos de patrocinio lo hacen con cualquier tipo de deporte en el país.

¿Es el fútbol el rey en el patrocinio? Un 25,6% del total de marcas que tienen acuerdos de patrocinio son dentro del sector del fútbol. Por otro lado, un 27,9% de las marcas que patrocinan dentro del sector del deporte lo hacen en el fútbol. Por lo tanto, son 477 las marcas que tienen acuerdos de esponsorización dentro del sector de este.

Concretamente, son 222 las marcas que apuestan por tener uno o varios acuerdos

con equipos de LaLiga Santander, cifra que supone un 11,9% del patrocinio total, un 13% del patrocinio del sector del deporte y un 46,6% del sector del fútbol.

Estos datos se centran en el número de marcas y no el número de acuerdos, lo que significa que una marca puede tener más de un acuerdo. Por ejemplo, CaixaBank cuenta como una marca, pero tiene alrededor de 200 acuerdos firmados. De hecho, el golpe de la pandemia en el patrocinio ha supuesto un descenso de los acuerdos, pero, sin embargo, no ha representado un impacto en la cantidad de marcas que han seguido patrocinando.

En 2020, 215 tenían acuerdos con equipos de LaLiga Santander

En el año del Covid-19, había un total de 1.998 marcas que tenían acuerdos de patrocinio y 1.743 de ellas lo hacían en el sector deportivo. Asimismo, 470 marcas tenían acuerdos en fútbol y 215, con equipos de LaLiga Santander, siete menos que en 2021.

Durante el año pasado, la firma de nuevos contratos cayó un 18% fruto de la crisis derivada de la pandemia del coronavirus, una tendencia rota en el primer trimestre de 2021, en el que se firmaron 80 acuerdos en España. Esto supuso un incremento de casi el 20% en comparación con los tres primeros meses de 2020, cuando se firmaron 67.

De hecho, el fútbol se colocó al frente del ranking del número de patrocinios firmados en el primer trimestre del año, con 23 acuerdos. El segundo lugar lo ocuparon los eSports, sector gran beneficiado en tiempos de pandemia, con 17 contratos de patrocinio. El tercer lugar lo compartieron hockey y ciclismo, con seis acuerdos.

El Estudio de la Inversión Publicitaria en España 2021 de Infoadex estima que el año pasado el gasto en patrocinio deportivo cayó un 11,9%, hasta 356,9 millones de euros, tras los 405,1 millones de euros de 2019, una cifra récord desde 2011.

El mercado europeo del patrocinio se contrajo un 23% en 2020, volviendo a niveles de 2010. Como consecuencia del impacto de la pandemia del coronavirus, el valor del mercado de patrocinio en Europa cayó hasta 23.630 millones de euros en 2020.