

MEDIA

El Ganso: un patrocinio en especias que viste de 'preppy' al hockey español

La marca se convirtió en espónsor del Valencia CF en 2011-2012. Ahora busca llegar a deportes nicho y *premium*, lo que le llevó a firmar con la Real Federación Española de Hockey.

P. López
10 jul 2020 - 04:58



Patrocinar la camiseta de un equipo de fútbol y tener presencia en una valla publicitaria en un estadio son dos de las formas de activación del patrocinio más longevas. Sin embargo, es relativamente reciente que firmas de moda vistan a los deportistas fuera del terreno de juego. Ese es el espacio que empezó a ocupar El Ganso en 2011-2012, cuando firmó como patrocinador del Valencia CF. “Tuvo impacto en medios porque al principio no había tantas marcas que firmaran acuerdos con equipos de fútbol para diseñarles el traje; nosotros les vestíamos y ellos nos ofrecían visibilidad, y funcionó”, explica Clemente Cebrián, cofundador y presidente de El Ganso.

1/3

<https://www.palco23.com/media/el-ganso-un-patrocinio-en-especias-que-viste-de-preppy-al-hockey-espanol>

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.

Con el paso de los años ha sido cada vez más habitual la firma de este tipo de acuerdos, que permiten a las marcas tener visibilidad a las marcas a través de sus diseños cuando los jugadores viajan para un partido y cuando regresan de ese choque. Ahora, la mayoría de equipos firman acuerdos con marcas como patrocinadores o proveedores.

“Activamos el patrocinio con los diseños, tomando las medidas de cada jugador, y finalmente lo extendimos al equipo femenino”, recuerda el presidente de una compañía que no paga una contraprestación económica por estos acuerdos. En el caso del Valencia CF la firma también tuvo visibilidad en los vinilos de la sala de prensa del club.

El Ganso patrocinó al Valencia CF durante cinco temporadas, a Álvaro Odriozola durante una campaña y desde 2017 a la Federación de Hockey Hierba

No fue sencillo dar con el club adecuado, ya que a menudo vincularse a un equipo implica ganarse la enemistad de su rival. “Por eso no queríamos aliarnos con un club de grandísimo nivel, como el Barça, el Real Madrid o el Atleti, puesto que, si eres de un club, no eres de otro”, argumenta Cebrián.

El buen resultado que dio el conjunto *ché* hizo que la compañía siguiera vinculada al fútbol durante el año pasado al fichar al jugador del Bayern de Múnich, Álvaro Odriozola, como embajador. “Fue una apuesta nuestra, aunque nos daba un poco de temor que no funcionara la marca con una única persona”, apunta, al remarcar la importancia de dar con una personalidad que coincida con los valores de la marca y no genere problemas de imagen. Finalmente resultó que Odriozola había vestido la marca cuando era más joven, por lo que la asociación funcionó.

Sin embargo, El Ganso ha decidido dar un giro a su estrategia de patrocinio tras años centrándola en el fútbol. En 2017, firmó como espónsor de la Real Federación Española de Hockey (Rfeh), una entidad que permitía culminar ese cambio hacia “deportes más alternativos y menos visibles, y que puedan tener una historia de deporte más de nicho y *premium*”.

En el caso del hockey hierba, se trata de una disciplina vinculada a los clubes sociales y familiares. También ha pasado a colaborar acciones vinculadas a la épica, como es el caso del apoyo que El Ganso da a Nacho Dean, que dio la vuelta al mundo a pie para documentar el cambio climático. De cara al futuro, Cebrián afirma que le gustaría firmar más acuerdos y que, de concretarlos, será con “deportes de nicho y relacionados con la consecución de hazañas”.