PALCO23

MEDIA

El patrocinio, en riesgo: el 50,5% de los contratos están en manos de sectores tocados por el Covid-19

Un estudio de Relevance advierte que el 94% de las actividades patrocinables en España están afectadas por la pandemia y la pérdida potencial de ingresos es del 46% sobre el total de la inversión.

M. Menchén
4 may 2020 - 04:58

Los planes de desconfinamiento han confirmado que recuperar los ingresos por *ticketing* será casi imposible, pero la televisión y el patrocinio son dos pilares que se esperan salvar en los próximos meses. Las principales propiedades deportivas y culturales españolas obtienen 1.100 millones de euros anuales por esponsorización, y el reto es preservarlos, pese a que “la pandemia pone en riesgo el 94% de las actividades patrocinables en España”, según un estudio de Relevance.

La consultora ha monitorizado casi 900 espectáculos, y su previsión es que el 41,7% de las actividades se han cancelado, el 51,9% se han visto afectados y sólo el 6,4% mantiene por ahora sus planes inalterados en 2020

https://www.palco23.com/media/el-patrocinio-en-riesgo-el-505-de-los-contratos-estan-en-manos-de-sectores-tocados-por-el-covid-19

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.

. “La actividad no afectada por el Covid-19 representa sólo el 1,1% de la inversión en patrocinio”, concreta el informe, que cifra en 1.307 los acuerdos de patrocinio afectados sólo entre las 200 principales propiedades analizadas.

En España estima que hay 323 contratos que superan los 100.000 euros y 113 que están por encima del millón de euros, con un impacto medio de 460.000 euros por acuerdo. Su previsión no es nada optimista si no se adoptan medidas rápidas, puesto que para 2020 vaticina una pérdida potencial de hasta el 46% de la inversión en patrocinio prevista. Para 2021, y en función de cómo evolucione el control de la pandemia, el retroceso sería de entre el 27% y el 40% respecto a un escenario sin coronavirus.

> **“La pandemia pone en riesgo el 94% de las actividades patrocinables en España”, según un estudio de Relevance**

El problema que se plantea es doble, pues a cómo garantizar el retorno de las inversiones en un contexto como el actual se le añade el hecho de la crisis particular de cada sector económico. Relevance recuerda que “el 50,5% de los acuerdos de patrocinio se vinculan a sectores empresariales que se encuentran altamente afectados”, y que sólo en un 15,2% de las alianzas el riesgo de revisión a la baja o cancelación es menor.

El riesgo es mucho mayor en términos de inversión, pues la agencia considera que sólo el 6,6% de los 1.100 millones antes mencionados corre un riesgo bajo. En este sentido, su análisis señala que el *mix* de activos será crucial y sitúa al deporte en una mejor posición que a la cultura. “Verán amenazada su capacidad de generar rendimiento a sus patrocinadores ya que más de la mitad del retorno de sus contratos se genera durante el día del evento entre sus asistentes”, apunta, en referencia a festivales y conciertos, entre otros.

El deporte, en cambio, basa buena parte del retorno que ofrece a las marcas en su impacto en medios. La agencia señala que el peso del retorno mediático alcanza el 56% en el fútbol, el 47% en el golf, el 39% en el baloncesto, el 28% en el tenis y el 23% en el pádel. De hecho, el retorno in situ no alcanza ni el 30% en las tres primeras disciplinas, mientras que en golf y pádel sólo supone un 8%.

“El Covid-19 plantea un reto para las propiedades, que deberán encontrar formas

https://www.palco23.com/media/el-patrocinio-en-riesgo-el-505-de-los-contratos-estan-en-manos-de-sectores-tocados-por-el-covid-19

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.

alternativas para compensar" a los patrocinadores "con nuevas contraprestaciones para intentar minimizar el efecto de la pandemia", razona Relevance, que apunta a las acciones online como un potencial salvavidas. "Se convierte en la palanca clave a maximizar por parte de las propiedades y las marcas", señala.

Actualmente sólo el 12% del ROI de estos acuerdos se genera en el mundo digital, que durante los ya más de cuarenta días de confinamiento han sido el único canal para dar visibilidad a las marcas. El estudio señala que, al margen de los eSports, sólo el pádel ha hecho de las redes sociales su principal palanca de notoriedad, con un 61% del retorno generado a través de esta vía gracias a los *streamings* de los torneos del World Padel Tour (WPT).

Uno de los sectores más fáciles de retener será el textil, pues son los que más rápido convierten con el suministro de equipaciones y venta de *merchandising*. Este sector supone el 26% de la inversión con solo el 5% de los contratos, una cifra que dobla al 10% que suponen finanzas, transporte e instituciones públicas, respectivamente.

Sergi Bru, responsable de Relevance, considera que con la crisis actual se pasará "de un modelo de relación basado en el control de las obligaciones del contrato y el rendimiento de los activos, a uno nuevo de *partnership* asentado en la confianza y los objetivos compartidos". El futuro del patrocinio se enfrenta al desarrollo de nuevos activos mucho más segmentados, a la creación de contenidos innovadores que conecten con cada una de las comunidades afines, y a la redefinición de la experiencia del fan, entre otros.

El ejecutivo considera que toda esta cascada de datos también arroja elementos para el optimismo, como que "la necesidad de las marcas de apalancarse en el patrocinio para conectar con usuarios y consumidores en un escenario de recuperación será todavía mayor".

https://www.palco23.com/media/el-patrocinio-en-riesgo-el-505-de-los-contratos-estan-en-manos-de-sectores-tocados-por-el-covid-19

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.