

Iberdrola y Movistar renuevan con 'La Roja' pese al descalabro mundialista

Palco 23
17 nov 2014 - 04:50

Iberdrola y Movistar continuarán apostando por **La Roja** como uno de sus pilares de patrocinio deportivo. Las dos compañías han anunciado la renovación de sus respectivos acuerdos con la Real Federación Española de Fútbol (Rfef), que se asegura ingresar 3,5 millones de euros anuales de cada compañía al menos hasta la Eurocopa 2016, que se disputará en Francia.

En el caso de la operadora de telecomunicaciones, además de seguir siendo socio patrocinador de **La Roja** junto a Iberdrola y Cruzcampo, también se convertirá en el sponsor principal de de la selección femenina absoluta y de la selección Sub21. La compañía que preside César Alierta también se ha hecho con los derechos de imagen del seleccionador, Vicente del Bosque, para que aparezca en sus campañas publicitarias.

Las dos multinacionales españolas y el citado grupo cervecero están en el primer nivel de patrocinadores; sólo les supera Adidas, proveedor técnico y que paga 10 millones al año. La renovación de estos dos patrocinios supone un espaldarazo para la Rfef, después de que la Selección no logrará superar ni siquiera la primera fase del Mundial de Brasil disputado este verano. En este sentido, cabe recordar que Santander decidió hace un año retirar el patrocinio de Banesto tras absorber la entidad financiera.

La siguiente compañía en el escalafón de colaboradores de **La Roja** es Pelayo. La aseguradora, que paga 1,5 millones de euros anuales, inició su relación con el combinado nacional en 2008 y fue una de las primeras compañías que vio en Del Bosque un auténtico filón para sus campañas publicitarias, gracias a la popularidad e imagen de confianza que transmite el seleccionador.

Continental, Cabreiroá, Pedro del Hierro, Once, ASM, LG, Sanitas e Iberia completan el elenco de patrocinadores de la Selección, con pagos anuales que oscilan entre los 500.000 euros y el millón de euros. A la espera de que se acerque el campeonato europeo, la Rfef todavía tiene margen para incorporar nuevos socios en el ámbito de la automoción, la banca y la gran distribución, por ejemplo.

|