

La 'guerra' por una camiseta: ¿Quién manda en el patrocinio deportivo en España?

Coca-Cola y CaixaBank son las marcas que tienen más acuerdos con entidades deportivas, aunque no los que más aportan en cuestiones económicas. Automoción, banca y cerveza son los sectores que más invierten.

Guillermo G. Recio
27 sep 2017 - 04:59

La 'guerra' por una camiseta. ¿Quién manda en el patrocinio en España?

Desde la puerta de casa hasta la entrada al recinto deportivo se utilizan y consumen muchos productos: el coche para llegar al destino, la cerveza en el descanso o la tarjeta de crédito para comprar las entradas. Es por ello que entre los sectores más relevantes en el patrocinio deportivo se encuentren los fabricantes de automóviles, los bancos y las cerveceras. ¿Quién reina en el patrocinio en España?

No obstante, hay más sectores que apuestan por esta industria como principal destino de inversión publicitaria, clave para muchas entidades deportivas más allá de los derechos audiovisuales, que en muchos deportes no suponen una gran cantidad de recursos.

El sector automovilístico tiene actualmente 172 acuerdos de patrocinio, por los 161 contratos de la banca y los 138 de los productores de cerveza, según datos de *Sponsorship Data Center* que elabora el consultor Javier Mancebo. Entre estas tres industrias hay otra no menos importante: los fabricantes de material y equipamiento deportivo, que se sitúan en tercera posición con 145 acuerdos. Ahora bien, mientras que un club de fútbol puede tener, o no, un patrocinio con una entidad bancaria, siempre tendrá un socio técnico.

Otro de los negocios habituales en el mundo del deporte es el asegurador, que en algunos casos da nombre a importantes eventos como el Zurich Maratón de Barcelona o apuesta por el impacto mediático de La Liga, como Allianz con la patronal o Reale con más de cinco equipos. También tienen un papel destacable las bebidas refrescantes, con Coca-Cola al frente.

La marca estadounidense es la que tiene más acuerdos con entidades deportivas, ya que suma 82 contratos en España. Sin embargo, que Coca-Cola sea la más activa no significa que sea la más visible ni la que más invierte, pero sí la que más contratos ha firmado.

Es decir, que empresas como Powerade, a su vez propiedad de The Coca-Cola Company, o Halcón Viajes, por ejemplo, tienen un gran elenco de acuerdos a nivel local donde el importe económico es mínimo. Además, este tipo de contratos, incluso con grandes entidades deportivas, suelen estar centrados principalmente en ser la agencia de viajes oficial para tener condiciones más favorables en los desplazamientos del equipo.

El Corte Inglés es otro de los que se encuentra en este marco, a pesar de haber firmado este verano dos importantes contratos de patrocinio: con La Liga y con la ACB. Precisamente, el patrocinador principal de la liga de baloncesto, Endesa, no destaca entre los que más acuerdos tienen.

También es el caso de CaixaBank, que aunque es uno de los principales actores de la Selección española de baloncesto y cuenta con importantes patrocinios con el FC Barcelona o el Real Madrid, también ha optado por extender su marca a través de acuerdos de menor importe económico, con los que alcanza los 54 contratos.

En el caso de los clubes de fútbol, por ejemplo, el banco ofrece la posibilidad de financiar el abono. Incluso en el mismo sector se producen estrategias distintas en torno a una misma competición. Banco Santander es el socio principal y da nombre a Primera y Segunda División de La Liga. En otros ámbitos, la entidad presidida por Ana Botín está en triatlón, mientras que el banco liderado por Isidre Fainé es activo en baloncesto con FEB y ACB.

Dentro del primer sector en presencia, el de la automoción, los que más acuerdos tienen son BMW, Renault, Mercedes, Seat y Audi. Aquí es necesario comentar que en muchas ocasiones el patrocinio se firma desde un concesionario local, por lo que la flota de coches que se cede al club y parte del importe económico lo invierte la empresa cercana a la entidad y lo restante, dependiendo de la visibilidad nacional e

internacional, la matriz.

En el sector bancario, además de CaixaBank y de Banco Santander, solamente sobresale Banco Sabadell e Ibercaja. En la industria cervecera destaca Damm, San Miguel, Mahou, Cruzcampo, Estrella Galicia y Amstel, mientras que en la aseguradora despiden Allianz y Mapfre, con diez contratos cada uno.

Otras marcas con una implantación importante son las del sector médico, que regularmente aprovechan el intercambio para sellar patrocinios. Es el caso de Sanitas e Igualatorio Médico Quirúrgico (IMQ). En el sector de las apuestas, uno de los más activos, reina la fragmentación con Loterías y Apuestas del Estado como principal figura del ciclismo y del balonmano.

Sin embargo, Codere, Luckia y Betfair, son algunas de las firmas que están con el Real Madrid y el Barça, aunque también hay otras más locales como Kirobet en el País Vasco. Sportium, por ejemplo, renovó hace unos meses con La Liga y ha salido de la ACB, que ya busca otra marca en este sector para sustituirla.