

Los JJOO de Tokio 2020 superan los 1.000 millones en patrocinios

Albert Malla

23 mar 2015 - 11:00

Los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 ya ha superado la barrera de los 1.000 millones de dólares (923 millones de euros) en patrocinios, a falta de cinco años para la celebración de este evento deportivo. Los organizadores de los JJOO han firmado con otros dos patrocinadores en la categoría oro, elevando el número total de socios a ocho.

Nippon Life Insurance Company y Tokio Marine & Nichido Fire Insurance Company han sido los últimos en unirse a los patrocinadores de Tokio 2020. El evento ya había firmado previamente acuerdos con Asahi Breweries, Canon, JX Nippon Oil & Energy, Fujitsu, NTT y NEC. Todas estas marcas podrán asociar su imagen a la de los JJOO de Tokio 2020.

Además de los patrocinadores propios del comité organizador de Japón, hay que añadir las marcas globales asociadas al Comité Olímpico Internacional (COI). Se trata de Coca-Cola, Mc Donalds, Atos, Bridgestone, Dow, GE, Panasonic, Samsung, P&G, Omega y Visa.

Cada acuerdo con un patrocinador de la categoría oro tiene un valor aproximado de 128 millones de dólares (118 millones de euros), según el portal *SportsPro Media*. Rebasada la cifra de 1.000 millones de dólares, Tokio 2020 aún debe conseguir otros 500 millones para lograr su objetivo de levantar 1.500 millones de dólares en patrocinios, que supondrán un 27% de los ingresos totales previstos.

Es probable que la organización cumpla con su objetivo de alcanzar este importe económico por patrocinios, ya que aún faltan cinco años para la celebración de este acontecimiento deportivo. Dentsu, una de las principales agencias de publicidad en Asia, es la firma que se está encargando de desarrollar el programa de patrocinio por el que deben conseguirse los citados 1.500 millones de dólares en ingresos comerciales.