

MEDIA

Mi reino por tu camiseta: 3.300 millones al año en patrocinios en fútbol en jaque por el Covid-19

Sólo la Premier League genera al año 832 millones de euros en el patrocinio del equipamiento. LaLiga, unos 436 millones; la Bundesliga, 289 millones, y la Serie A, 248 millones de euros.

Iria P. Gestal
22 jul 2020 - 04:59



Son uno de los activos más visibles de un partido, están en las tiendas, en cada fotografía de los jugadores y en las habitaciones de adolescentes de todo el mundo. El patrocinio de las camisetas de fútbol y el resto de equipamiento de las cinco mayores ligas europeas de fútbol genera cada año un negocio de 3.300 millones de euros, pero el Covid-19 podría obligar a replantear el modelo.

“Muchas marcas podrían pensarlo dos veces antes de comprometerse con un importante acuerdo de patrocinio, especialmente teniendo en cuenta que sectores como las líneas aéreas, el automóvil y el retail son inversores tan fuertes en el fútbol mundial”, señala Kpmg en el informe *The changing fase of football sponsorship*.

1/3

<https://www.palco23.com/media/mi-reino-por-tu-camiseta-3300-millones-al-ano-en-patrocinios-en-futbol-en-jaque-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.

Sin partidos, o con encuentros a puerta cerrada, se han reducido en gran medida las vías para activar los acuerdos y las marcas han tenido que buscar soluciones más creativas para tratar de mantener al menos parte del retorno.

“La inversión en patrocinio de fútbol ha experimentado un crecimiento considerable, pero también ha aumentado el valor real y percibido para los patrocinadores”, señala la consultora. Es precisamente esto último lo que está en juego: tras la experiencia de la crisis, las marcas exigirán más a los clubes para continuar comprometiéndose a este tipo de acuerdos.

La Premier League es la liga europea que más genera a través de este tipo de patrocinios, con 832 millones de euros al año. Le siguen LaLiga, con 436 millones de euros; la Bundesliga, con 289 millones, y la Serie A, con 248 millones de euros.

El negocio está, además, muy concentrado en un número muy pequeño de clubes: los seis mayores equipos de la Premier generan el 83% de los ingresos anuales por patrocinios de camisetas y equipamiento, mientras que en LaLiga sólo el FC Barcelona y el Real Madrid copan el 80%.

El crecimiento del fútbol femenino o la digitalización serán algunos de los motores del sector

Pese al bache del coronavirus, el sector todavía tiene recorrido para crecer, con motores como el auge del fútbol femenino o la digitalización, que extiende al alcance de los patrocinios. El desarrollo del fútbol profesional como una industria global del entretenimiento está atrayendo a nuevas marcas de lujo y *lifestyle* a este tipo de acuerdos.

La empresa pone como ejemplo el pacto entre Jordan y el Paris Saint Germain, que “conecta con una nueva base de consumidores no sólo del fútbol, sino también de la moda y otros deportes”.

Para la activación de este tipo de patrocinios, las redes sociales y el trabajo con *influencers* es clave, subraya Kpmg. Tras el acuerdo con Jordan, el PSG vendió un

PALCO23

| millón de camisetas en 2019, lo que la convirtió en la camiseta más popular del mundo.