

Tokio 2020 bate récords de patrocinio local con unos ingresos de 3.100 millones de dólares

El comité organizador de los próximos Juegos, que se celebrarán del 24 de julio al 9 de agosto de 2020, ha convencido a numerosas marcas niponas que tendrán visibilidad como espónsors.

Palco23
27 jun 2019 - 12:36

Tokio 2020 se apoya en las compañías niponas para batir récords de facturación por patrocinio. El comité organizador ha firmado acuerdos de esponsorización con empresas locales que contarán con visibilidad durante los Juegos Olímpicos que se celebrarán del 24 de julio al 9 de agosto de 2020. Fruto de estos acuerdos, se espera que facture 3.100 millones de dólares (2.722 millones de euros), el triple que cualquier otra edición de los Juegos, a través de espónsors domésticos.

En concreto, la organización ha firmado acuerdos de patrocinio con 16 marcas japonesas, entre las que están Asics, Canon, la energética Eneos, Nomura, NTT, Meiji, Lixil, Fujitsu, los grupos financieros Smbc, Google Japan, y Mizuho, la cerveza Asahi, la tecnológica NEC, la empresa de real estate Mitsui Fudosan, Nissay, y la aseguradora Tokio Marine & Nichido Fire. A estos acuerdos se suman más de cuarenta contratos con proveedores y marcas que también apoyarán la cita, aunque no tendrán tanta visibilidad.

En esta cartera de patrocinadores no se incluyen los espónsors globales del Comité Olímpico Internacional (COI), en el que también figura la nipona Toyota, Visa, Panasonic, Bridgestone y Atos.

John Coates, director de la comisión de coordinación para Tokio 2020, ha comentado que en total se han firmado acuerdos con 62 marcas "que dan lugar a una gran fuente de recursos". El directivo ha afirmado que Tokio 2020 apenas tiene margen para firmar nuevos patrocinios nacionales porque la mayoría de categorías y activaciones ya han sido adjudicadas.