LaLiga: Potencia del Patrocinio y Estrategias de Marca

LaLiga se ha consolidado como una plataforma de marketing de renombre internacional, con un **valor de marca que supera los 1.500 millones de euros** en 2023, según Kantar BrandZ. Los clubes españoles han sellado **470 acuerdos de patrocinio para la temporada 2023-2024**, destacando sectores como **bebidas, transporte, viajes, turismo y finanzas.**

Marcas reconocidas como **Coca-Cola, Estrella Damm y Mahou lideran** el panorama del patrocinio, respaldando a equipos como FC Barcelona, Real Madrid CF y Sevilla FC. Además, entidades bancarias como **CaixaBank** han ganado terreno, con hasta **quince acuerdos de patrocinio**. La diversificación y la estrategia son clave, como se evidencia en los casos de **Real Sociedad CF, Valencia CF y UD Las Palmas**, que **lideran en cantidad de patrocinadores**.

A pesar de estar fuera del top 5, **Real Madrid CF y FC Barcelona** siguen siendo **los más rentables en términos de ingresos por patrocinio**, con acuerdos emblemáticos como la reciente asociación de Real Madrid CF con HP y la ampliación del acuerdo de FC Barcelona con Cupra. La presencia de patrocinadores del **sector de las apuestas también es notable**, siendo Real Madrid CF y FC Barcelona los únicos equipos de Primera División con dos marcas en este segmento: **Codere y 1XBet**, respectivamente.

El análisis de los acuerdos de patrocinio en LaLiga revela la importancia estratégica del marketing deportivo para las marcas. La **diversificación sectorial y la asociación** con clubes de renombre son fundamentales para **maximizar la visibilidad y el retorno de inversión**. En un mercado cada vez más competitivo, la **capacidad de adaptación y la innovación** en las estrategias de patrocinio son **cruciales** para seguir siendo relevantes y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el emocionante mundo del fútbol.

FUENTE: Palco23

Link to Original article: https://www.valgo.es/blog/laliga-potencia-del-patrocinio-y-estrategias-de-marca?elem=315617