

## DEPORTES

# CaixaBank, Endesa y Finetwork se unen a la victoria del Eurobasket

**VALORES** Los socios patrocinadores son también las marcas más asociadas a la Selección.

Estela S. Mazo. Madrid

Celebración, alegría, unión, esfuerzo, ilusión, compañerismo, confianza, trabajo en equipo, liderazgo... Pocas marcas podrían resistirse a la idea de asociar su ADN a estos valores, con un potente nivel de seducción entre los consumidores. Y no muchos deportes pueden presumir de transmitir esos atractivos.

Uno de ellos es el baloncesto español, que el domingo volvió a hacer gala de los valores que le caracterizan en la conquista de su cuarto Eurobasket. Se impuso a Francia por 88-76 en un partido en el que dominó en el marcador desde el principio y que celebran las empresas que han elegido a la Selección de Sergio Scariolo como gran aliado deportivo.

CaixaBank y Endesa lideran ese universo de asociaciones como las dos grandes firmas más relacionadas en la mente del público a la conocida como NBA, a la que llevan vinculadas cerca de una década. Así lo muestra el Barómetro de Patrocinio Deportivo de SPSPG, herramienta que mide esta asociación en un ranking al que se une Finetwork, que firmó con el equipo en 2020. Las tres empresas son socias patrocinadoras de la Selección y plasman el logo en la equipación, lo que arroja un eficiente trabajo de los equipos comerciales en los últimos años para sacar rédito a la inversión.

Esta unión puede parecer obvia, pero no lo es. Los principales *sponsor* y las enseñas más vinculadas por la audiencia a una propiedad coinciden en muchas menos ocasiones de las deseadas por las divisiones de *marketing*. “En la mente del consumidor el número de marcas asociado a una *property* es limitado, lo deseable es estar en las primeras tres o cuatro posiciones del *top of mind* pero también ir más allá desarrollando proyectos concretos y de sostenibilidad social o medioambiental”, áreas en las que ya están inmersas estas empresas, apunta a EXPANSIÓN Carlos Cantó, CEO de SPSPG. Según destaca, otras marcas muy asociadas al baloncesto son Telefónica, Adidas, Turkish Airlines, Coca-Cola y Pepsi.

## Estrategia de CaixaBank

En el caso de CaixaBank, las Selecciones (también patrocina a la femenina, abarcando en ambos casos todas las categorías) son ejemplo por “su capacidad de poner el talento y el esfuerzo al servicio del equipo”. La entidad, aliada en concreto con el baloncesto español desde 2013, es también socio patrocinador de la Federación Española de Baloncesto (FEB) y



La Selección española celebra su victoria en el Eurobasket.

*sponsor* principal de la Federación de Deportes de Personas con Discapacidad Física. Al tiempo, apoya nueve canteras de baloncesto. “Como aliados del baloncesto español desde 2013, para CaixaBank y todos los que formamos parte de este proyecto es un orgullo y alegría el nuevo hito alcanzado por la Selección”, asegura María Luisa Martínez Gistau, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de CaixaBank a EXPANSIÓN. “Nuestra apuesta por este deporte tiene como objetivo promover valores como esfuerzo, compromiso, trabajo en equipo, capacidad de superación y respeto y la victoria de la Selección es un claro ejemplo de que se puede alcanzar la meta con estos valores, que compartimos plenamente como entidad”, agrega.

CaixaBank no ofrece cifras sobre su inversión, pero sí ha señalado en ocasiones que obtiene un retorno económico “altamente positivo”.

## La apuesta de Endesa

Endesa, por su parte, se asoció con las canastas nacionales ahora hace una década con una inversión de unos cinco millones anuales en esta

**Endesa y CaixaBank llevan vinculadas al baloncesto español desde hace cerca de una década**

**La Selección cuenta con trece patrocinadores y deja abiertas las opciones para categorías sin ‘sponsor’**

etapa, según fuentes del mercado. Es *sponsor* de la FEB, patrocinador oficial también de la selección absoluta femenina, y de la ACB, en la que cuenta con los *naming rights*. En concreto, da nombre a la Liga Endesa, Supercopa Endesa y Minicopa Endesa y patrocina la Copa del Rey. Y, además de bautizar a la Liga Femenina Endesa, apoya a la Selección española femenina en Silla de Ruedas. “El éxito actual de la Familia es la consecuencia del trabajo bien hecho”, apunta Ignacio Jiménez Soler, director general de comunicación de Endesa. “Generaciones de deportistas que han forjado una forma de ju-

gar en la cancha y también una identidad fuera de ella”. “Para Endesa es un orgullo apoyar desde hace más de 10 años esta historia de éxito, no sólo deportivo sino también social, que ha sido posible gracias al talento de nuestros jugadores y a una gestión brillante por parte de la Federación”. Entre las métricas que maneja, Endesa es muy consciente de que la consideración de marca se incrementa hasta casi 10 puntos entre quienes conocen un patrocinio frente a quienes no lo hacen.

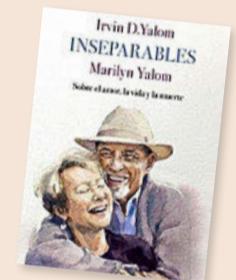
Junto a estas empresas, en la cartera de la Selección, que cuenta con un total de 13 patrocinadores, figuran Iberia y Azul Marino Viajes como *sponsors* oficiales, a los que se suman como proveedores Molten, Quiron Salud, Renfe y Kellogg’s. Volvo es su vehículo y Correos el operador logístico. En la categoría de socios institucionales, la protagonista es la Fundación Trinidad Alfonso. Quedan libres categorías como distribución (que ocupó en su momento DIA o Subway), salud, finanzas o juegos, abriendo así oportunidades para optimizar el potencial de las canastas españolas.

## LIBROS



## Nuestra relación con la oscuridad

La noruega Sigrí Sandberg publica *Oda a la oscuridad* (Capitán Swing), un ensayo poético que explora nuestra relación íntima con la oscuridad: por qué nos asusta, por qué la necesitamos y por qué la luz artificial perjudica nuestra salud. Para responder a ello, la escritora viaja a Finse (Noruega), donde viven unos 300 habitantes a 1.222 metros de altura y donde reinan la noche y las estrellas, con temperaturas siempre bajo cero.



## El final de dos inseparables

El psiquiatra Irvin Yalom ha dedicado su vida a preparar a otros frente a la muerte. Pero nunca había necesitado ayudarse a sí mismo hasta que a su esposa, la autora Marilyn Yalom, le diagnosticaron cáncer terminal. En *Inseparables. Sobre el amor, la vida y la muerte*, ambos narran su último año de vida en común. Casados durante sesenta y cinco años, la pareja explica con dulzura y franqueza cómo encajaron el diagnóstico y cómo afrontaron su final.



## Sobre el acto de caminar

Caminar es una forma de meditación estética y filosófica, de imaginación literaria y política; también de escritura y de lectura, como atestiguan escritores o pensadores que han filosofado sobre este acto, desde san Ignacio de Loyola a Damon Albarn, pasando por Baudelaire, R. L. Stevenson, Borges, Machado y Rosa Chacel. El argentino Edgardo Scott publica en España *Caminantes* de la mano de la editorial Gatopardo.