

BARÓMETRO PATROCINIO DEPORTIVO 2017

Presentación

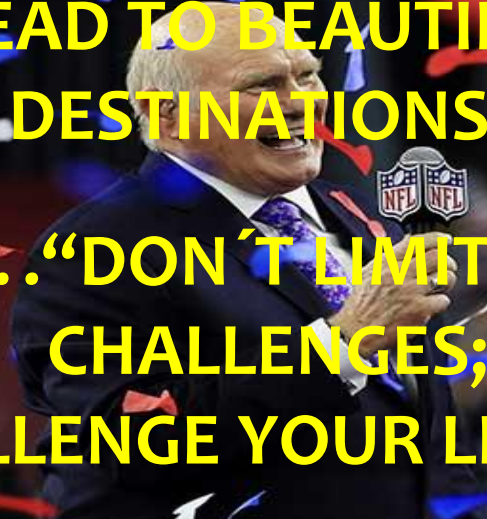
Con la colaboración de

ESADE
Business School

MKT ASOCIACIÓN
DE MARKETING
DE ESPAÑA

Carlos Cantó
SPSG Consulting
31 Enero 2018

“GREAT THINGS NEVER CAME FROM COMFORT ZONES”
“DIFFICULT ROADS OFTEN LEAD TO BEAUTIFUL DESTINATIONS”
SO ... “DON’T LIMIT YOUR CHALLENGES; CHALLENGE YOUR LIMITS”



BARÓMETRO DEL PATROCINIO DEPORTIVO - 2017

EMPRESAS



- Objetivos
- Elementos clave en la activación
- Inversión prevista 2018 vs 2017
- Innovadores siguientes 5 años

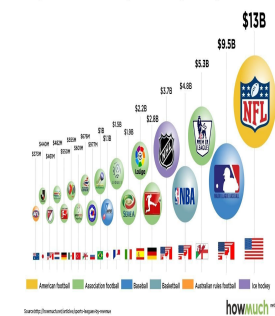
FANS



- Índice Notoriedad del patrocinio
- Índice Asociación del patrocinio
- Índice Deportistas con mejor imagen

PROPERTIES

Top Professional Sports Leagues by Revenue



- Elementos clave en la activación
- Inversión prevista 2018 vs 2017
- Innovadores siguientes 5 años

TENDENCIAS



Principales tendencias a nivel de Sports Business.



**BARÓMETRO PATROCINIO
DEPORTIVO 2017**
BARÓMETRO PATROCINIO - EMPRESAS

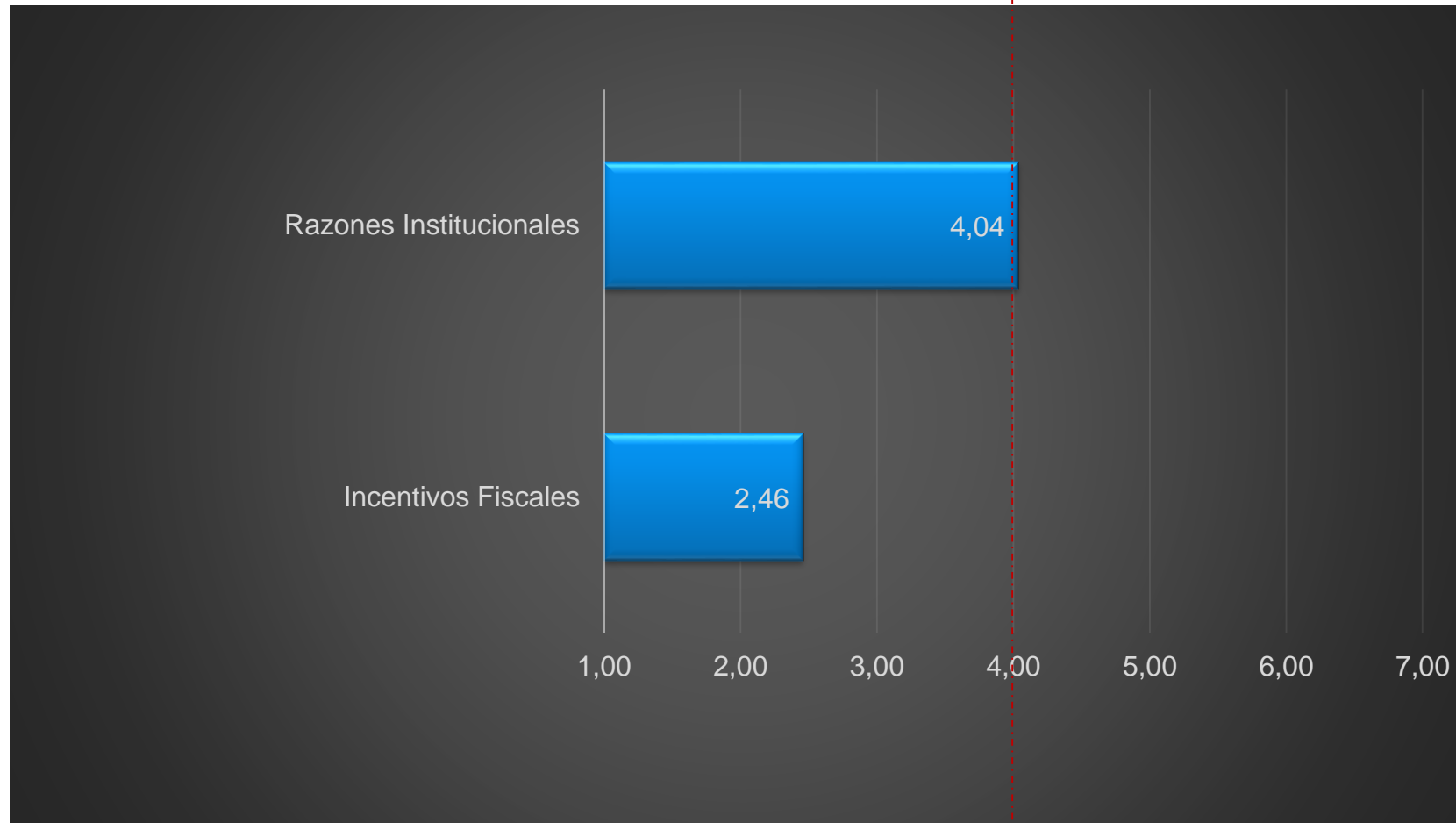
BARÓMETRO PATROCINIO - EMPRESAS



Fuente: IEG

PATROCINIO E INCENTIVOS FISCALES/RAZONES INSTITUCIONALES

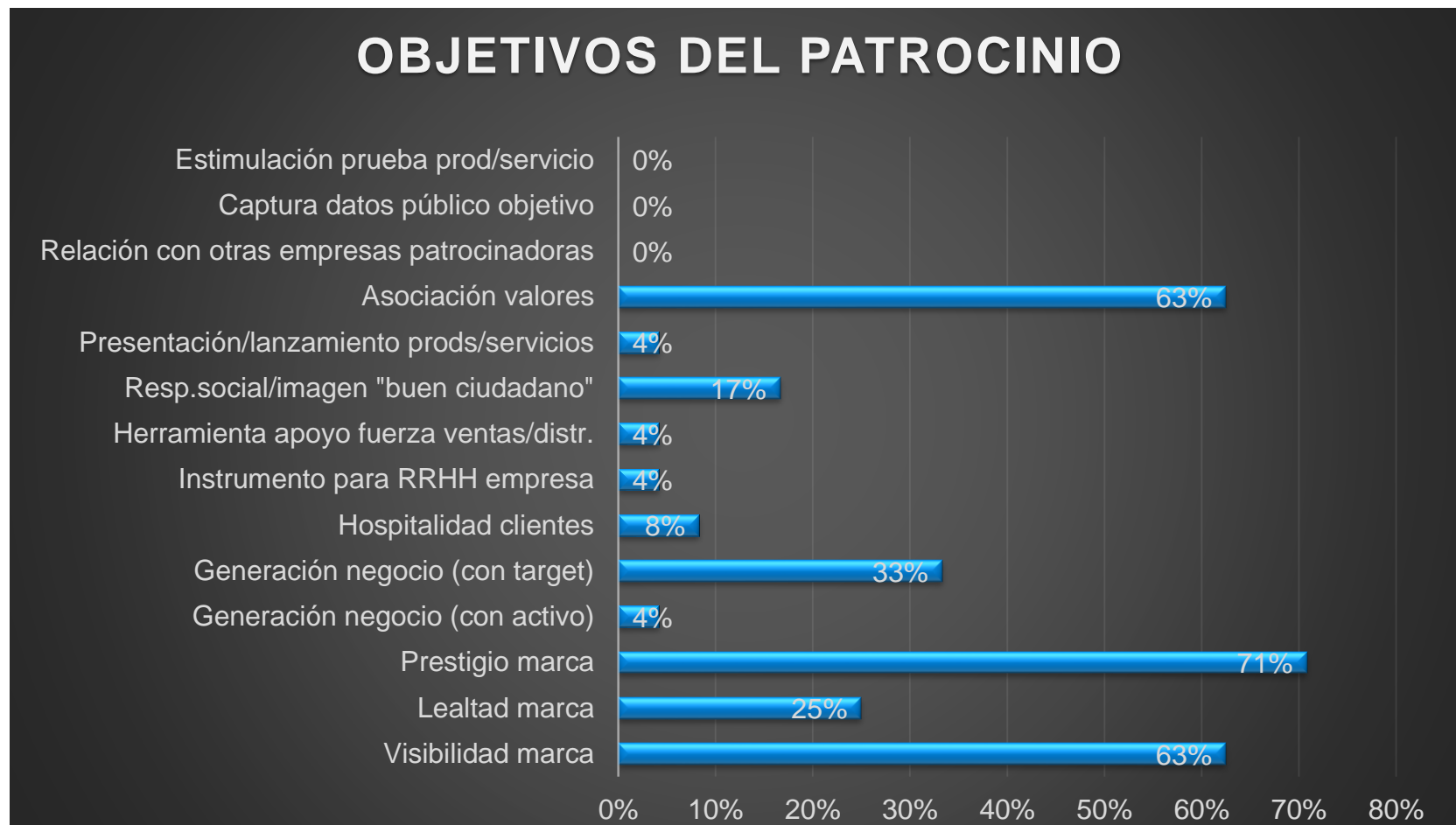
PREGUNTA: Por favor, determine en qué grado la inversión en derechos de patrocinio de su empresa se debe a la eventual existencia de incentivos fiscales y/o a la decisión de la empresa de invertir en un patrocinio por razones básicamente institucionales (mínimo grado: 1 – máximo grado: 7)



OBJETIVOS DEL PATROCINIO

PREGUNTA: Sin considerar los objetivos puramente de incentivo fiscal y/o relaciones institucionales, por favor, marque los 3 OBJETIVOS que, normalmente, su empresa considera como MÁS IMPORTANTES cuando decide invertir en patrocinio (ya sea de eventos, de celebridades, de competiciones, de instalaciones y equipamientos, de equipos, etc.)

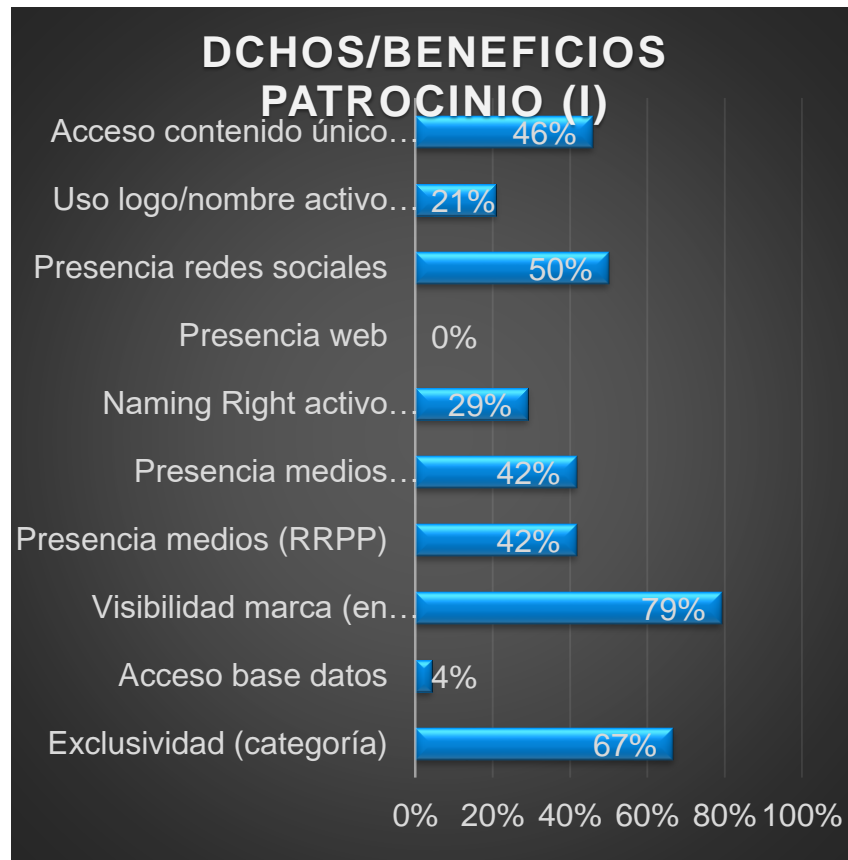
<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>
12%	4%	0%
0%	12%	0%
0%	0%	0%
40%	52%	59%
4%	4%	0%
20%	12%	7%
8%	16%	15%
0%	8%	0%
24%	12%	30%
44%	32%	22%
24%	20%	11%
32%	24%	48%
20%	16%	22%
72%	76%	81%



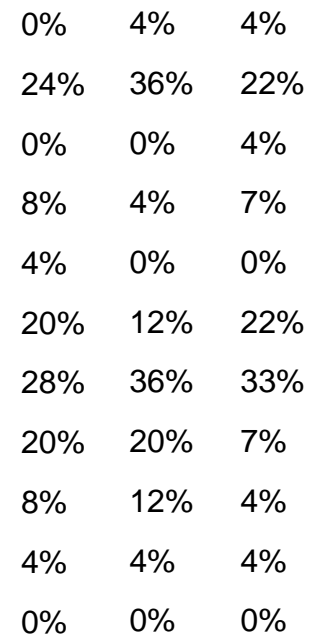
NOTA: al considerarse una pregunta multi-respuesta, la suma de los porcentajes supera el 100%

DERECHOS/BENEFICIOS DEL PATROCINIO

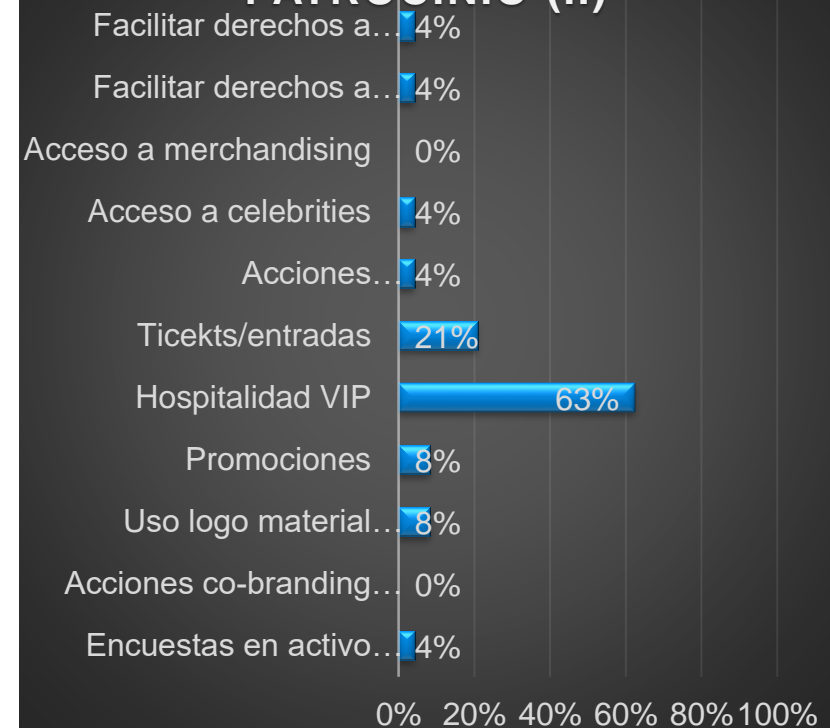
PREGUNTA: Por favor, marque los 5 DERECHOS/BENEFICIOS de patrocinio, en general, que más IMPORTANTES son para su empresa y, en consecuencia, normalmente mayormente activa



2014 2015 2016



DERECHOS/BENEFICIOS PATROCINIO (II)



NOTA: al considerarse una pregunta multi-respuesta, la suma de los porcentajes supera el 100%

INVERSIÓN EN PATROCINIO 2018 vs. 2017

PREGUNTA: Por favor, responda la opción que mejor representa la situación de su empresa:

En 2018, y en relación con 2017, la inversión de la empresa en **DERECHOS de patrocinio**

En 2018, y en relación con 2017, la inversión de la empresa en **ACTIVACIÓN de patrocinio**

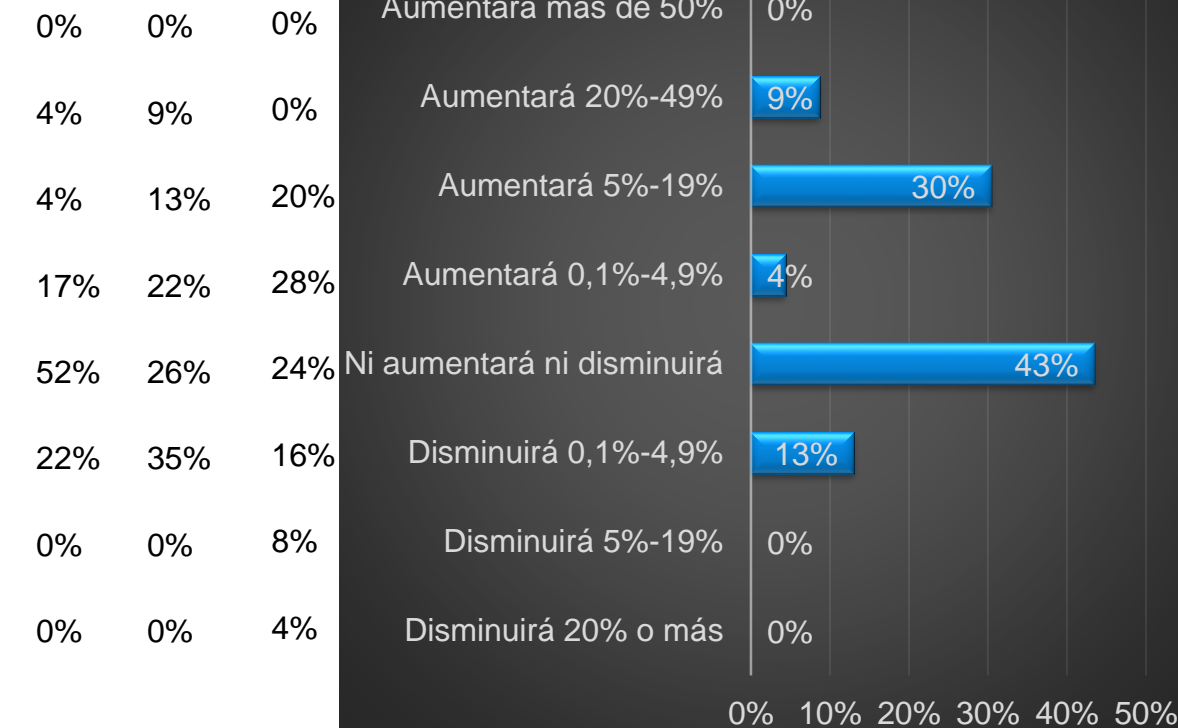
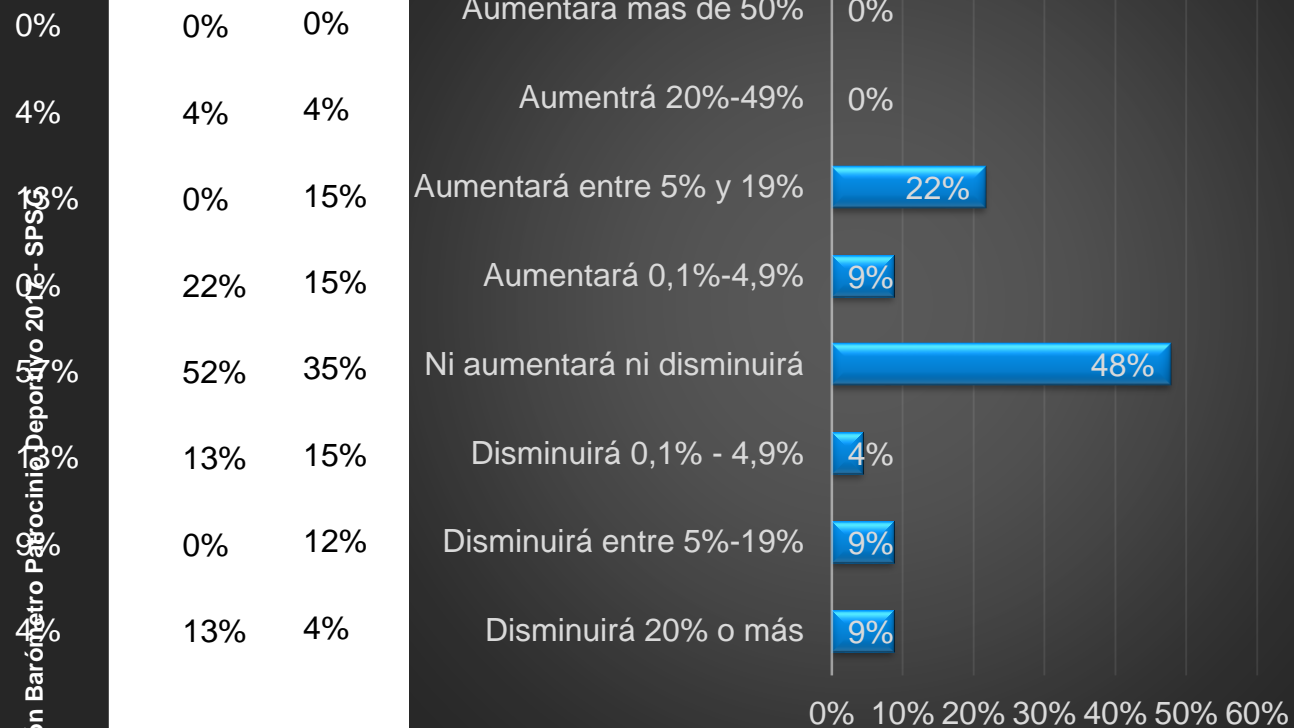
INVERSIÓN PATROCINIO 2018 vs 2017 (DERECHOS)

INVERSIÓN PATROCINIO 2018 vs 2017 (ACTIVACIÓN)

2014

2015 2016

2014 2015 2016



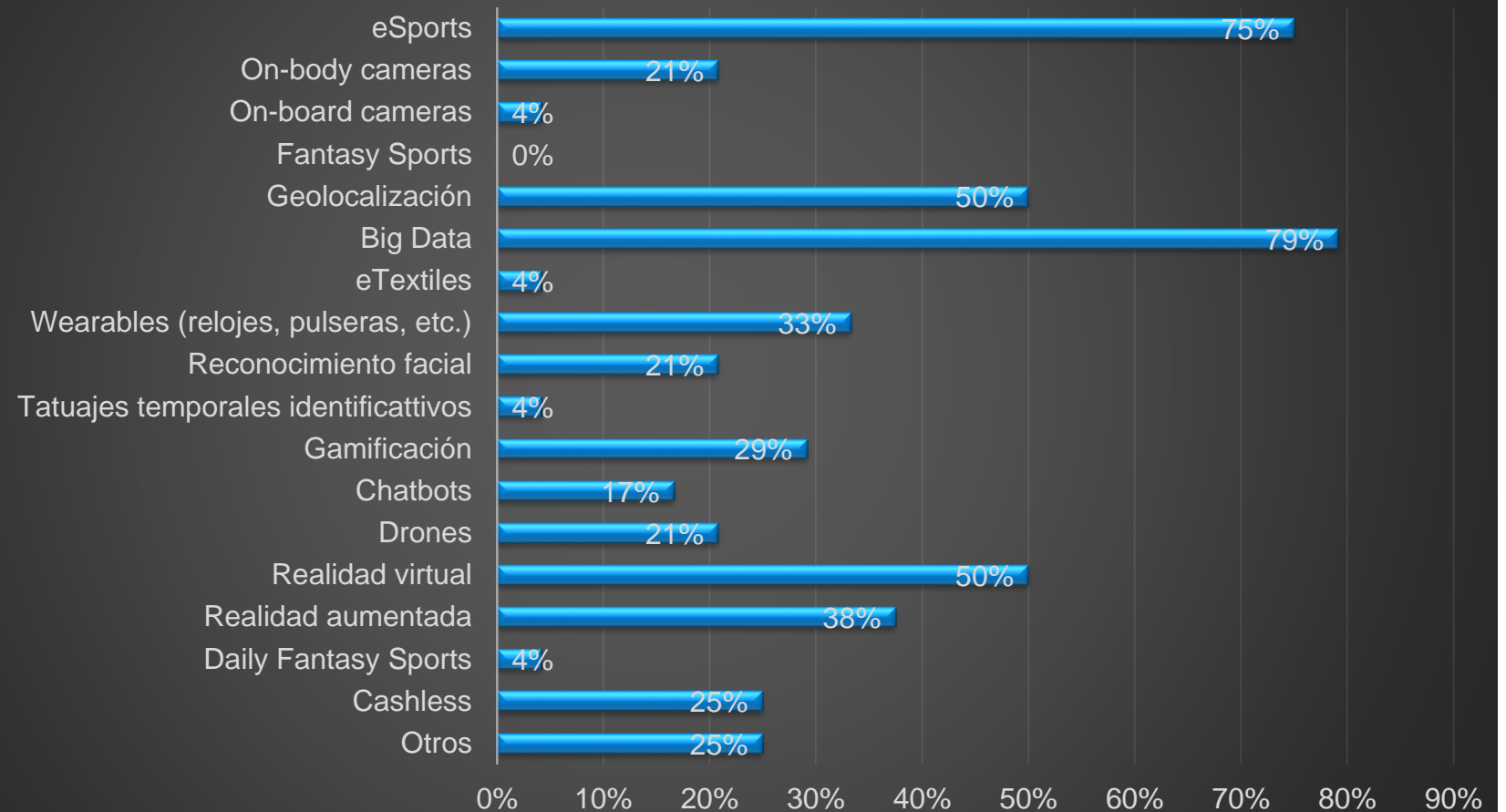
INNOVACIONES CON MAYOR DESARROLLO QUE INFLUIRÁN EN LA ACTIVACIÓN DEL PATROCINIO DEPORTIVO (5 próximos años)

PREGUNTA: Según tu punto de vista como experto en patrocinio y ejecutivo, ¿cuáles de las siguientes “innovaciones-plataformas-áreas” consideras que tendrá un mayor desarrollo en los próximos 5 años (en el sentido de que influirá mayormente en cómo las empresas activan su patrocinio). Selecciona un máximo de 5

2016

62%
12%
15%
8%
42%
69%
19%
38%
8%
8%
27%
0%
15%
54%
50%
4%
na
na

INNOVACIONES MAYOR DESARROLLO INFLUIRÁN ACTIVACIÓN PATROCINIO DEPORTIVO (5 próximos años)



NOTA: al considerarse una pregunta multi-respuesta, la suma de los porcentajes supera el 100%

Top Professional Sports Leagues by Revenue



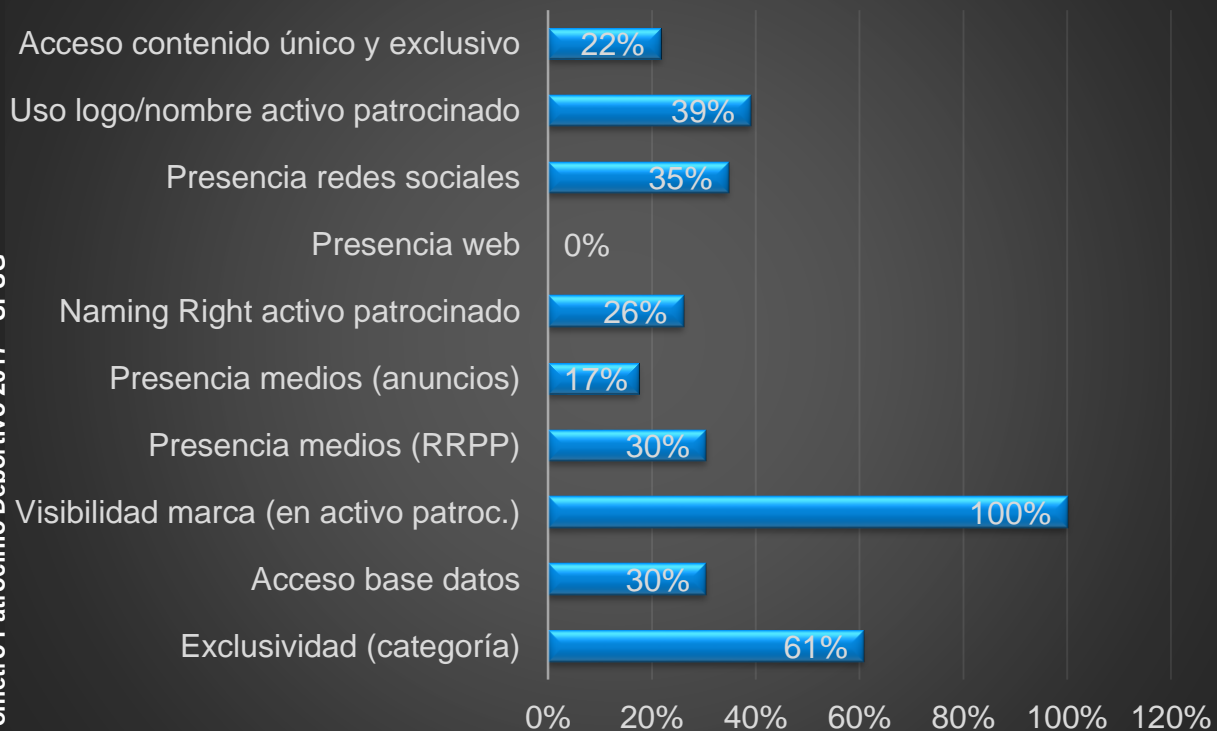
BARÓMETRO PATROCINIO DEPORTIVO 2017
BARÓMETRO PATROCINIO - PROPERTIES

Source: <http://howmuch.net/articles/sports-leagues-by-revenue>

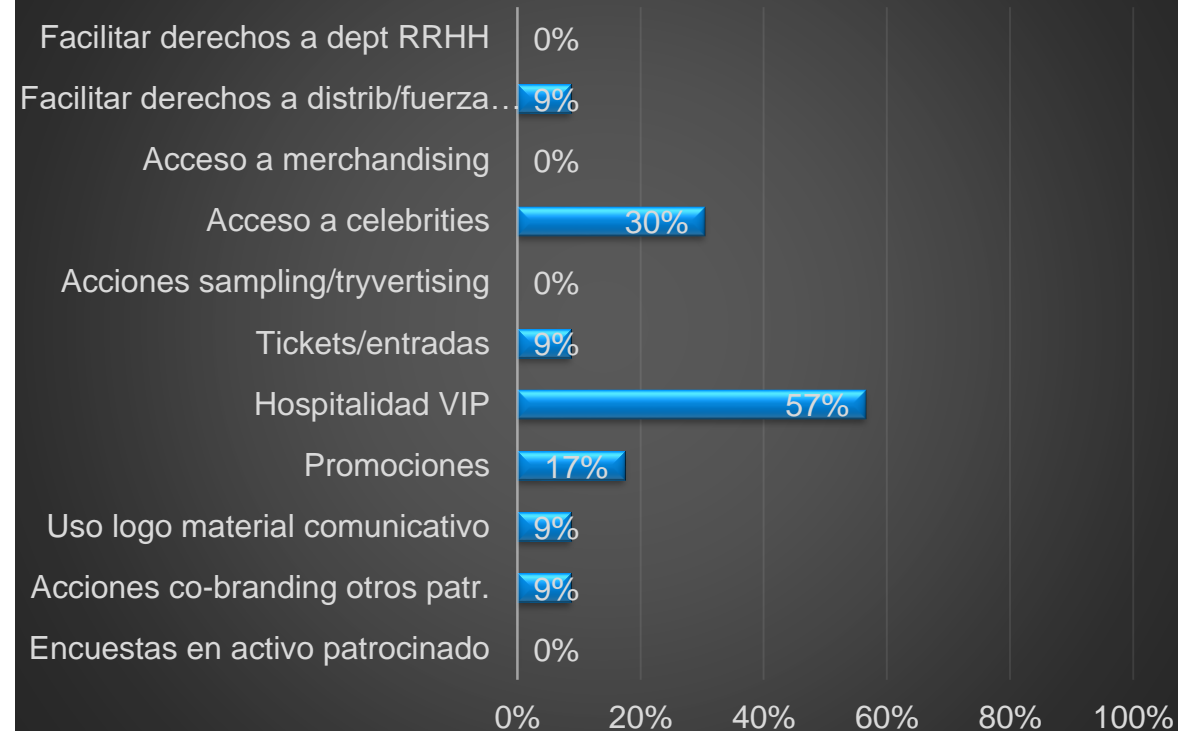
DERECHOS/BENEFICIOS DEL PATROCINIO

PREGUNTA: Por favor, marque los 5 DERECHOS/BENEFICIOS de patrocinio que considera que mayormente prefieren las empresas patrocinadoras cuando deciden invertir en propiedades de deporte (clubs, ligas, eventos, etc.)

DERECHOS/BENEFICIOS PATROCINIO (I)



DERECHOS/BENEFICIOS PATROCINIO (II)

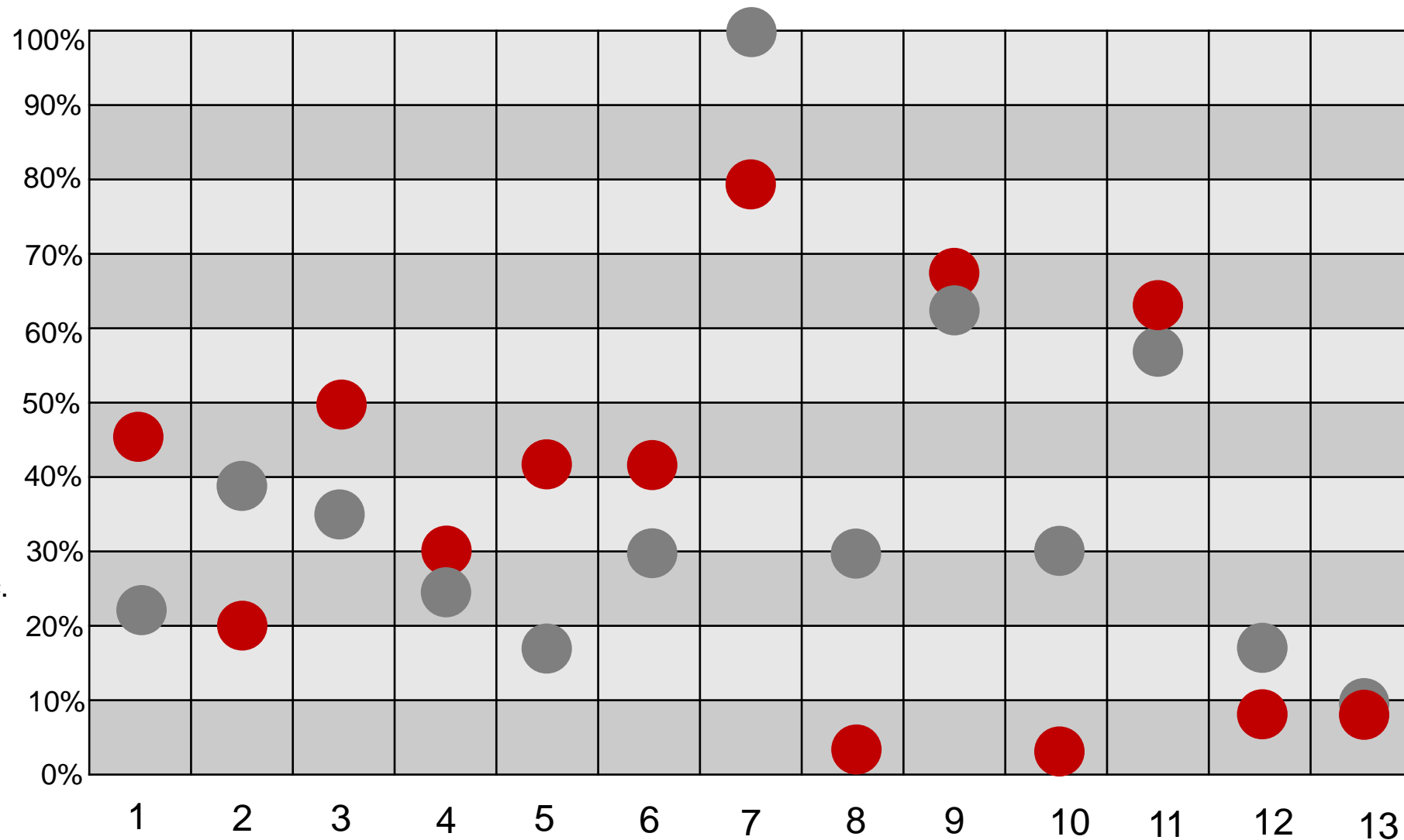


NOTA: al considerarse una pregunta multi-respuesta, la suma de los porcentajes supera el 100%

GAPS DERECHOS/BENEFICIOS DEL PATROCINIO

● Importancia dada por empresa/marca ● Importancia que cree la property que tiene para la empresa/marca

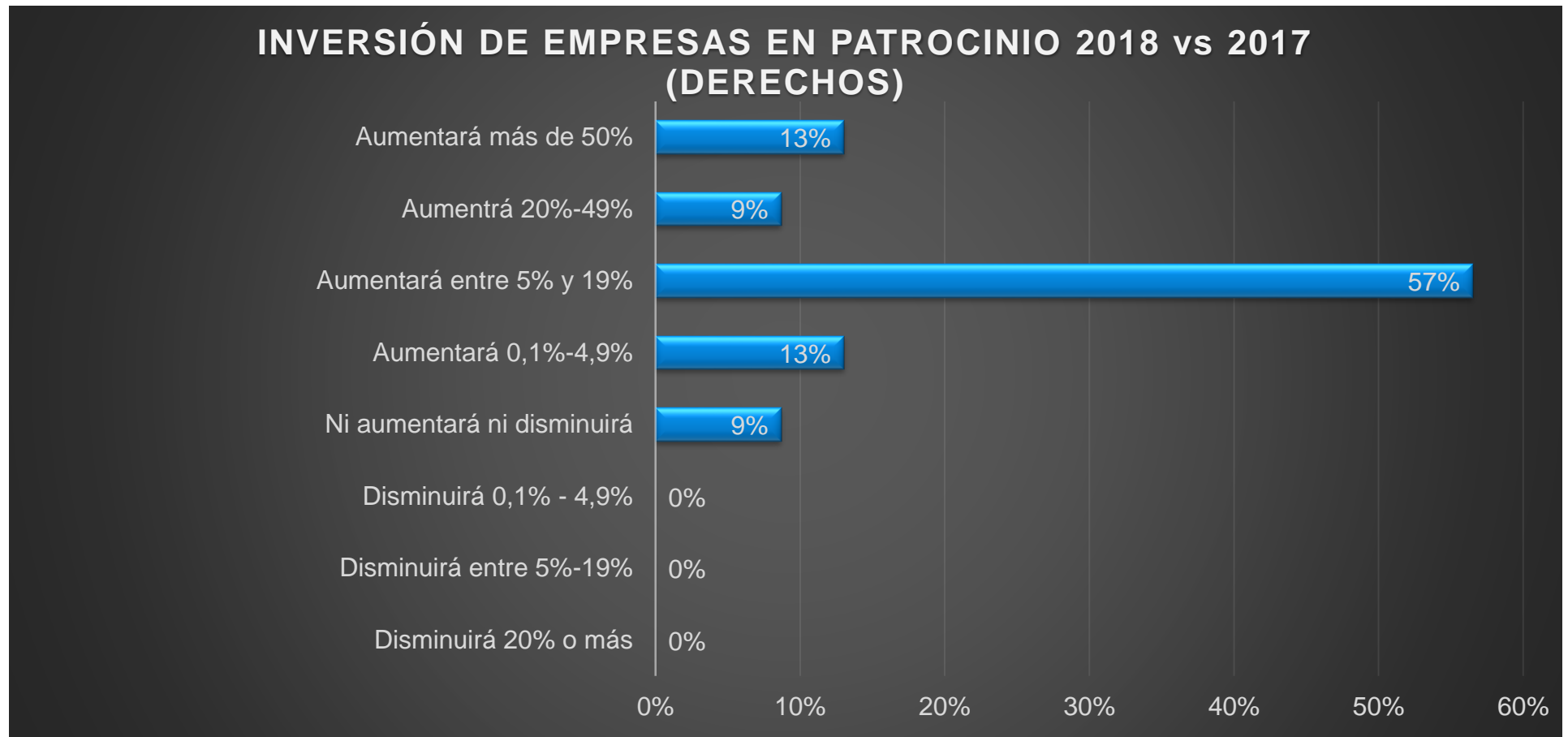
1. Acceso único y exclusivo
2. Uso logo property
3. Redes Sociales
4. Naming Rights
5. Presencia medios (anuncio)
6. Presencia medios (RRPP)
7. Visibilidad marca en property
8. Acceso base de datos
9. Exclusividad (categoría)
10. Acceso celebrities
11. Hospitalidad VIP
12. Promociones
13. Uso logo en material comunic.



NOTA: al considerarse una pregunta multi-respuesta, la suma de los porcentajes supera el 100%

INVERSIÓN DE EMPRESAS EN PATROCINIO 2018 vs. 2017

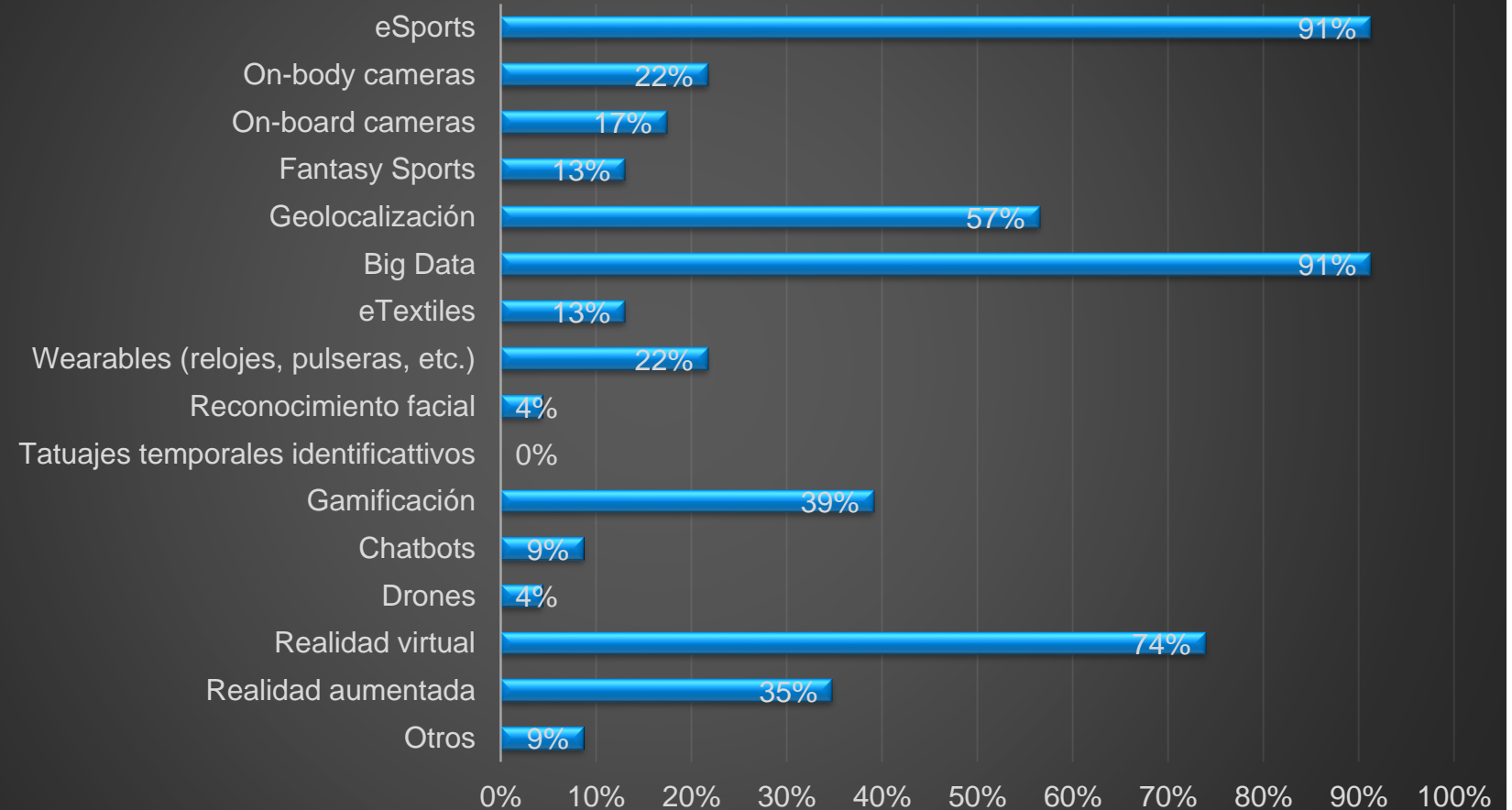
PREGUNTA: Por favor, responda la opción que mejor representa la situación de tu property de deportes (club, Liga, competición, federación, evento, etc.): en 2018, y en relación con 2017, la inversión de las empresas en DERECHOS de patrocinio



INNOVACIONES CON MAYOR DESARROLLO QUE INFLUIRÁN EN LA ACTIVACIÓN DEL PATROCINIO DEPORTIVO (5 próximos años)

PREGUNTA: Según tu punto de vista como ejecutivo en una property de deporte (club, liga, competición, federación, evento, etc.), ¿cuáles de las siguientes “innovaciones-plataformas-áreas” consideras que tendrá un mayor desarrollo en los próximos 5 años (en el sentido de que influirá mayormente en cómo las empresas activan su patrocinio en las propiedades de deporte). Selecciona un máximo de 5

INNOVACIONES MAYOR DESARROLLO INFLUIRÁN ACTIVACIÓN PATROCINIO DEPORTIVO (5 próximos años)

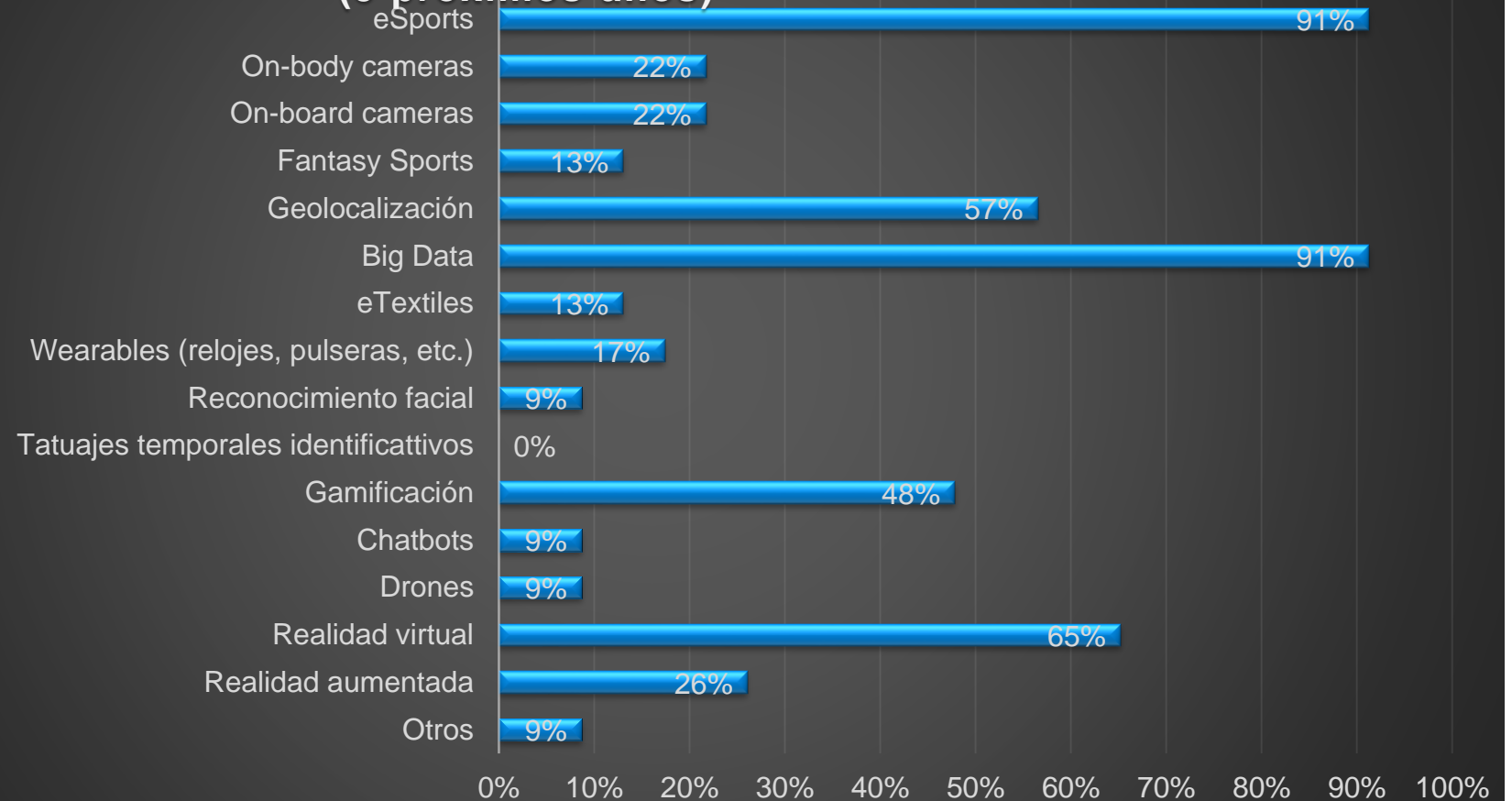


NOTA: al considerarse una pregunta multi-respuesta, la suma de los porcentajes supera el 100%

INNOVACIONES CON MAYOR DESARROLLO QUE INFLUIRÁN EN LA GENERACIÓN INGRESOS O REDUCCIÓN COSTES (5 próximos años)

PREGUNTA: Según tu punto de vista como ejecutivo en una property de deporte (club, liga, competición, federación, evento, etc.), ¿cuáles de las siguientes “innovaciones-plataformas-áreas” consideras que tendrá un mayor desarrollo en los próximos 5 años (en el sentido de que influirá mayormente en la generación de ingresos o disminución de costes en la property de deporte). Selecciona un máximo de 5

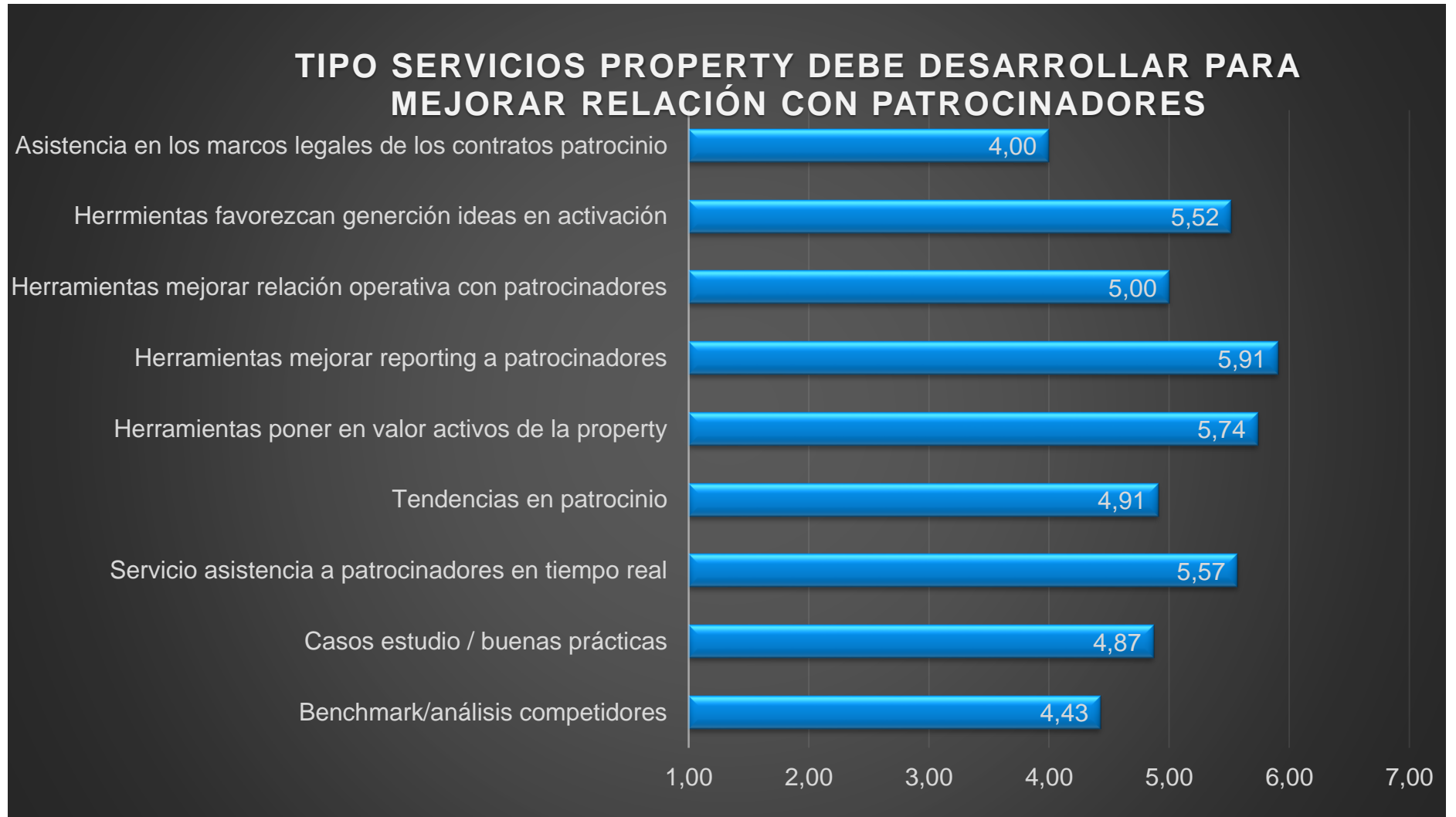
INNOVACIONES MAYOR DESARROLLO INFLUIRÁN GENERACIÓN INGRESOS O REDUCCIÓN COSTES (5 próximos años)



NOTA: al considerarse una pregunta multi-respuesta, la suma de los porcentajes supera el 100%

TIPO DE SERVICIO LA PROPERTY DEBE DESARROLLAR PARA SER MÁS EFICIENTE EN LA RELACIÓN CON EL PATROCINADOR

PREGUNTA: Según tu punto de vista como ejecutivo en una property de deporte (club, liga, competición, federación, evento, etc.), estima en una escala de 1 (mínimo) a 7 (máximo) el tipo de servicio que entiendes que la entidad (club, liga, competición, federación, evento, etc.) debería internamente desarrollar más para ser más eficientes en la captación y prestación de servicios a los patrocinadores.





**BARÓMETRO PATROCINIO
DEPORTIVO 2017
BARÓMETRO PATROCINIO – FANS
(RESUMEN SINTÉTICO DE RESULTADOS)**

FICHA TÉCNICA



Encuesta telefónica

Muestra 600 personas

Mediados diciembre 2017

Error estadístico: 4,1% para $p=q=0,5$ con un grado de confianza del 95,5%, suponiendo normalidad según el test de Kolmogorov, y universo infinito.

Preguntas Multirespuesta (máximo 3 respuestas)

OBJETIVO

- Valorar la asociación de una marca con un deporte o una property.
- Es uno de los objetivos que normalmente se determina en una empresa/marca, pero NO el único.

■ **SAI (Sponsorship Awareness Index):** Índice que muestra cuales son las *marcas* que la población asocia a determinados *deportes*, además de mostrar sobre una base 100 cuán fuerte es la asociación. Se han omitido las marcas de equipamiento deportivo (endémicas, excepto eSports).

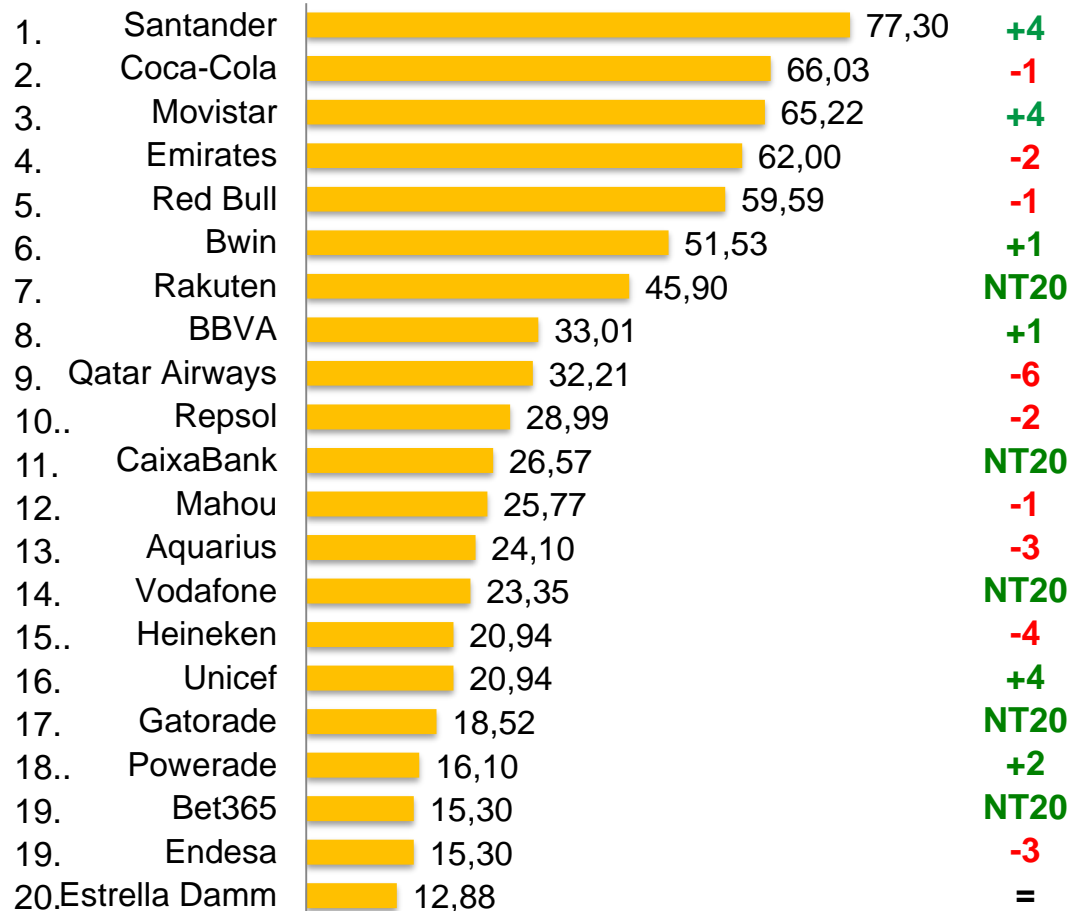
■ **PSAI (Property Sponsorship Association Index):** Índice que muestra cuales son las *marcas* más asociadas a determinados *deportistas, equipos o eventos*, además de mostrar sobre una base 100 cuán fuerte es la asociación.

■ **AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index):** Índice que muestra cuales son los *deportistas* con mejor imagen asociados a determinados *deportes*, además de mostrar sobre una base 100 cuán fuerte es la asociación.



ÍNDICE SAI
(Sponsorship Awareness Index)

SAI GENERAL TOP 20



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)



77,30



66,03

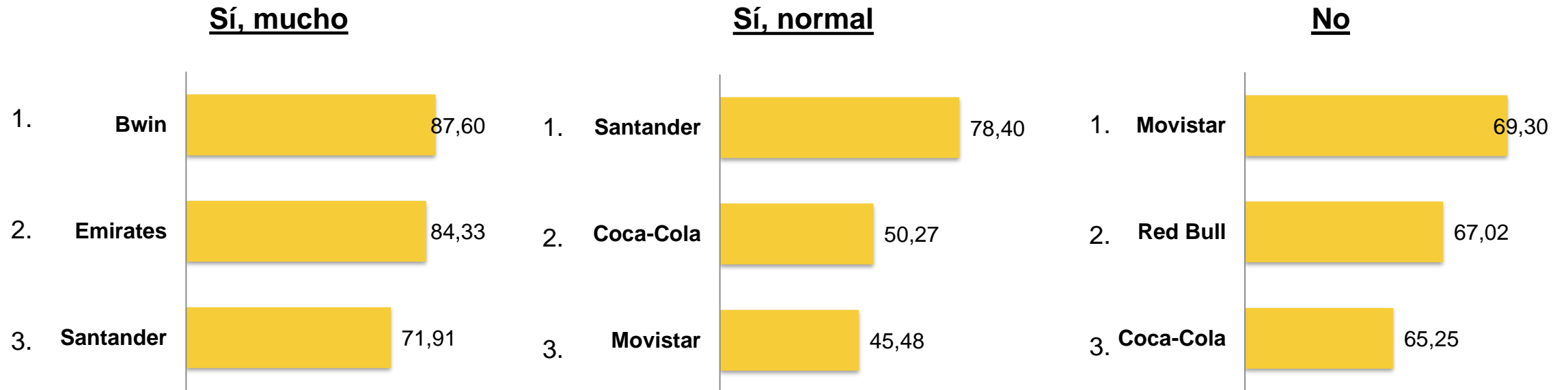


65,22



No sabe/ No contesta **22,70%**

SAI GENERAL TOP 3 – AFICIÓN AL DEPORTE



SAI GENERAL TOP 3 – GÉNERO Y EDAD

Género Masculino



18-29



30-39



Género Femenino



40-49



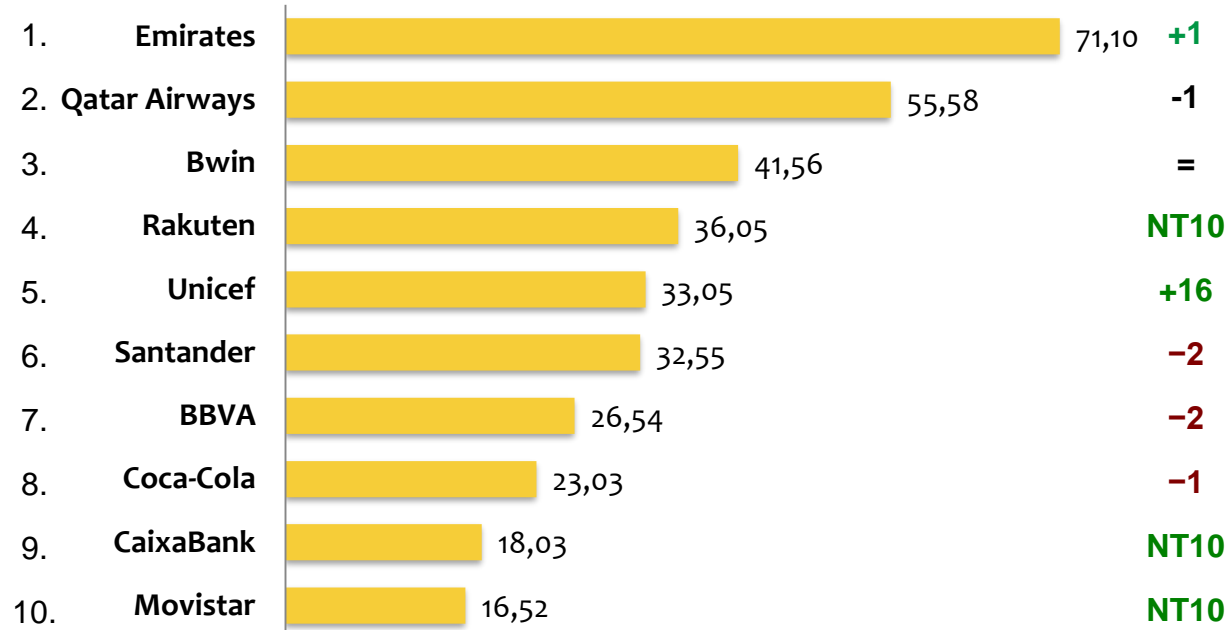
50-59



60+



SAI FÚTBOL TOP 10



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

71,10
Emirates



55,58
QATAR AIRWAYS
القطرية



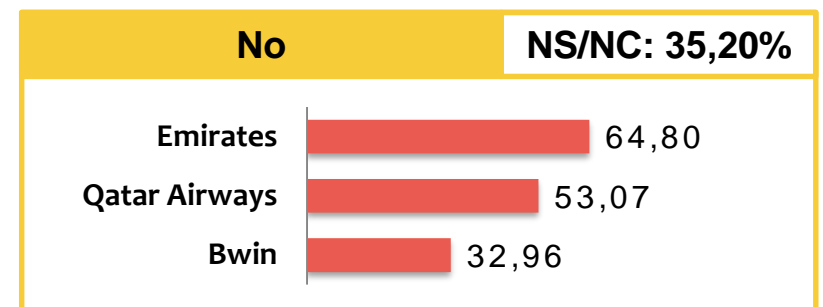
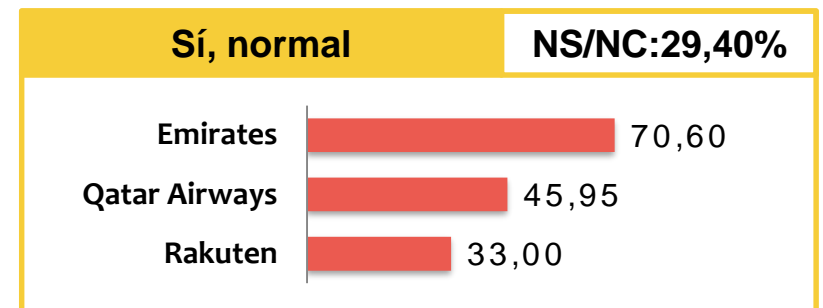
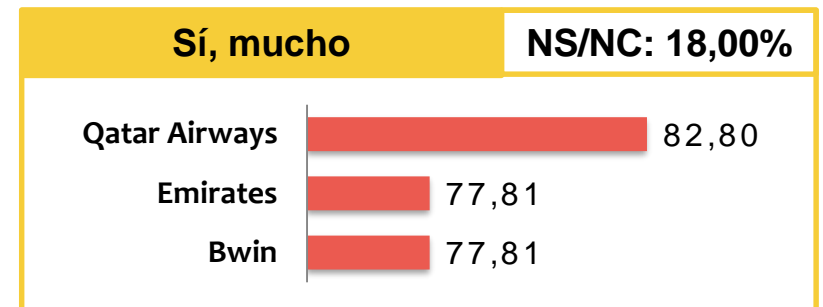
41,56
bwin



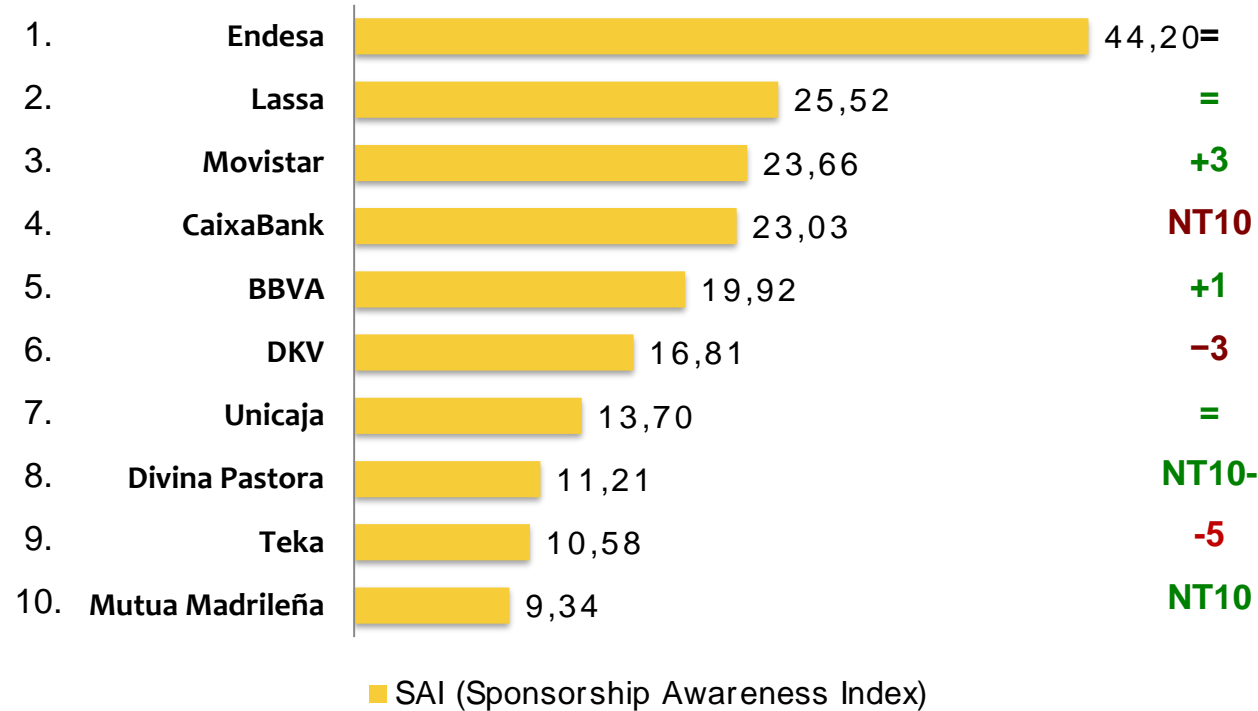
NS / NC

28,90%

¿Aficionado al deporte?

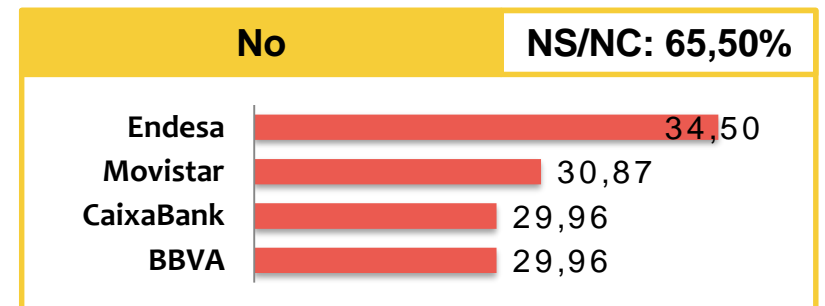
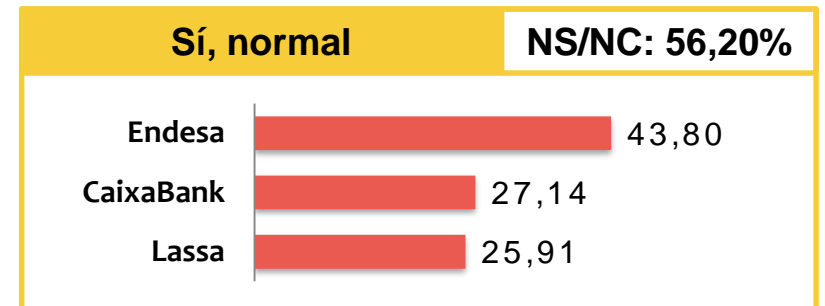
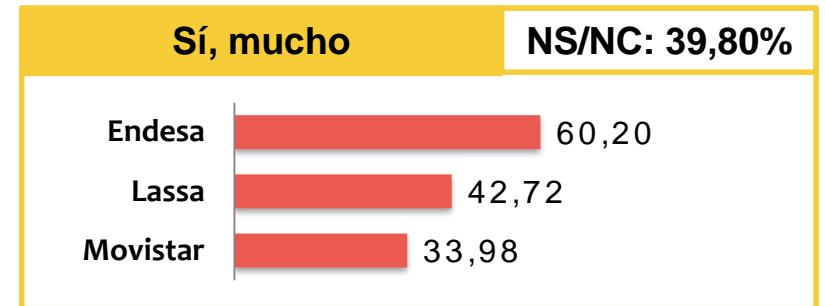


SAI BALONCESTO TOP 10

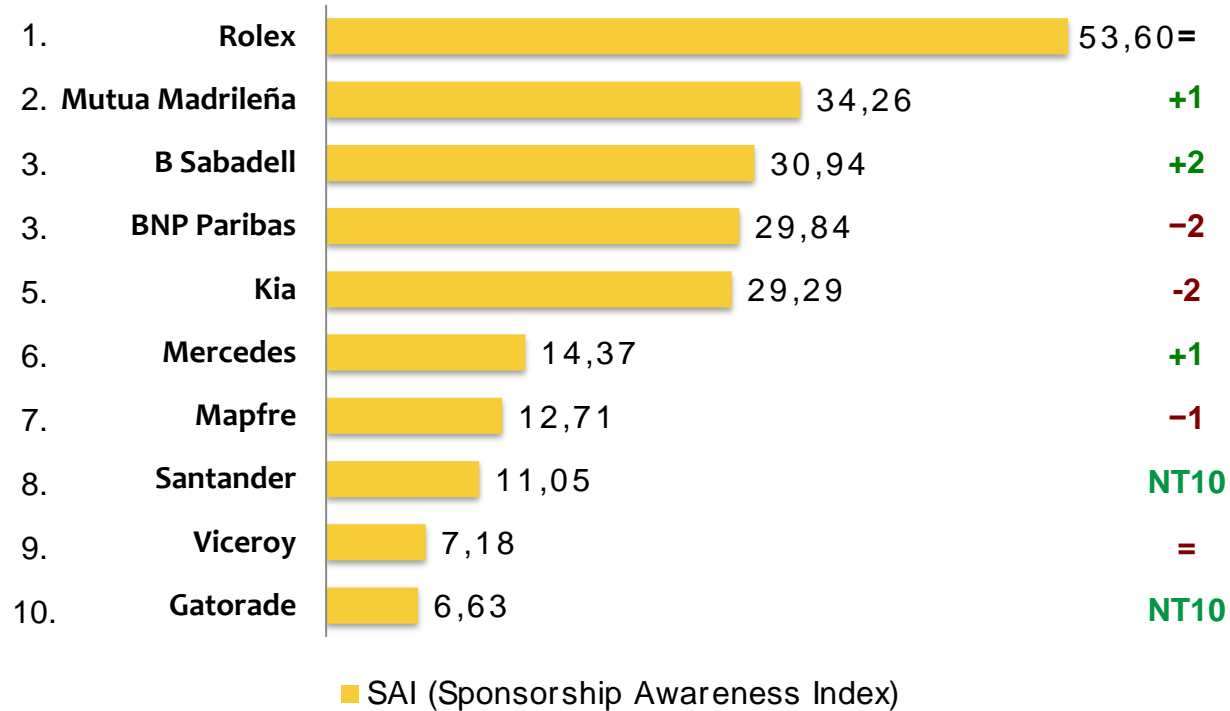


NS / NC 55,80%

¿Aficionado al deporte?

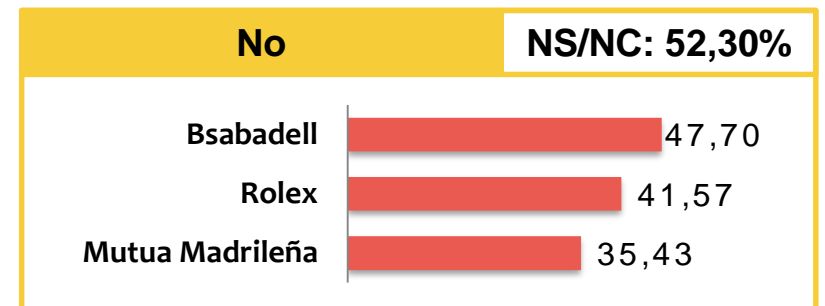
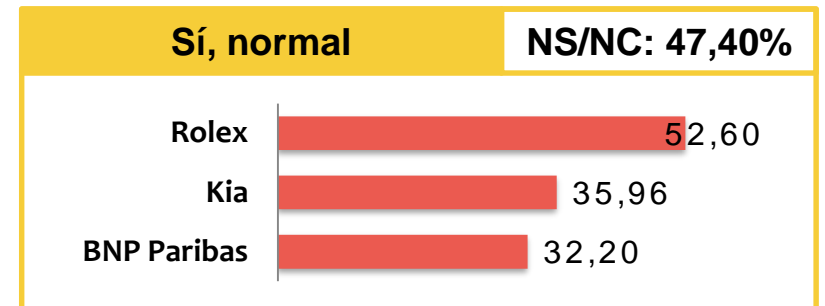
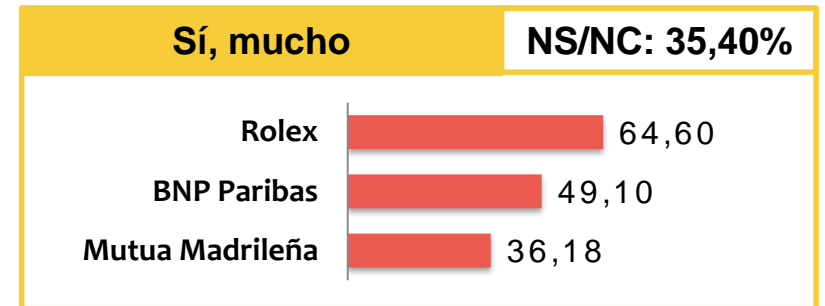


SAI TENIS TOP 10

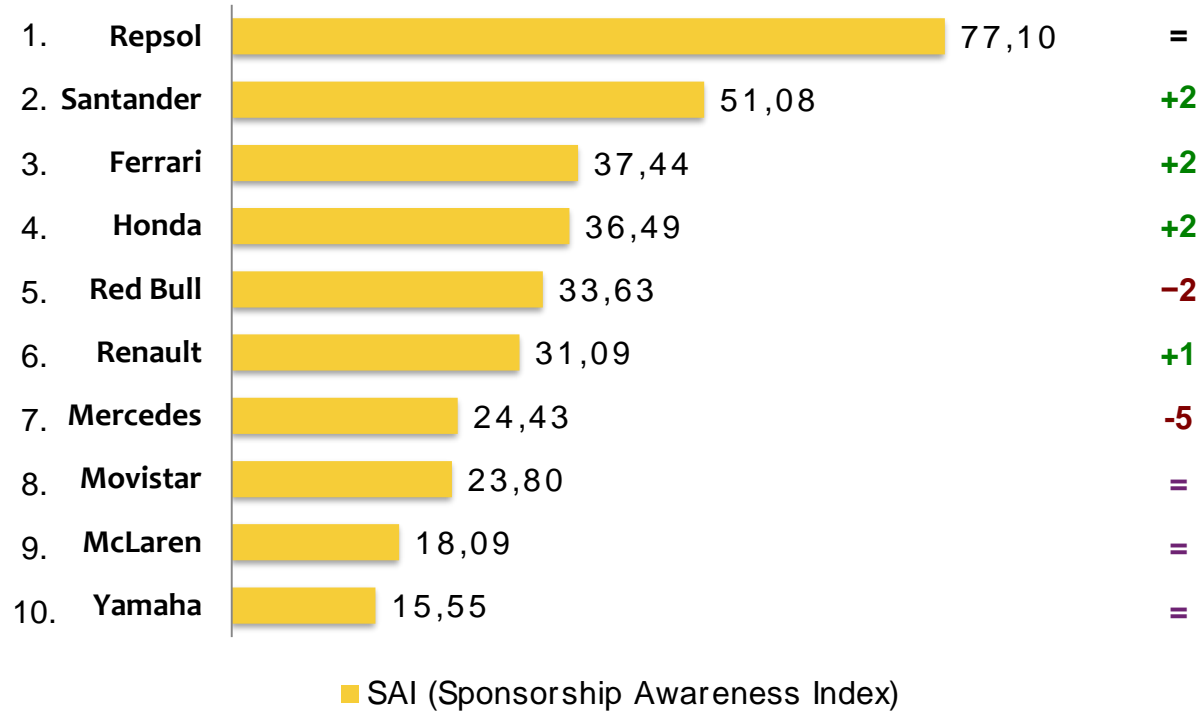


NS / NC 46,40%

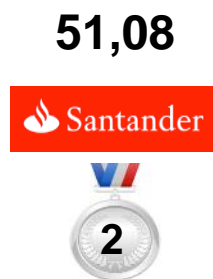
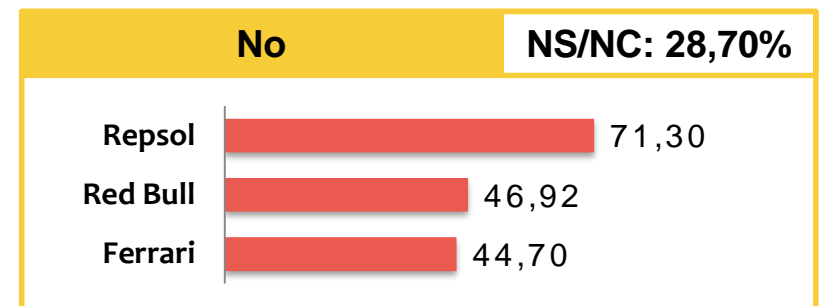
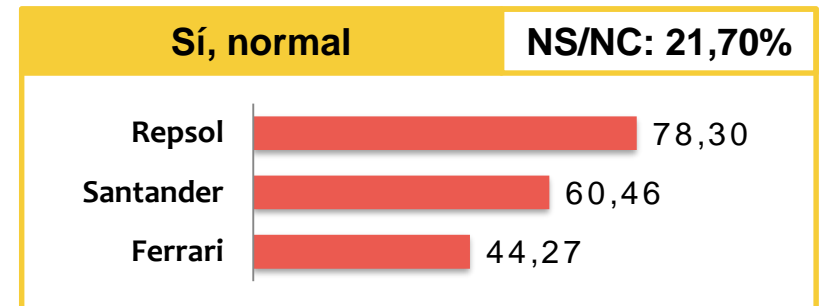
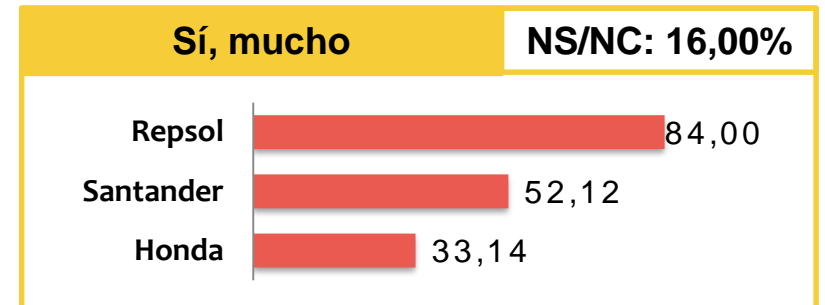
¿Aficionado al deporte?



SAI MOTOR TOP 10

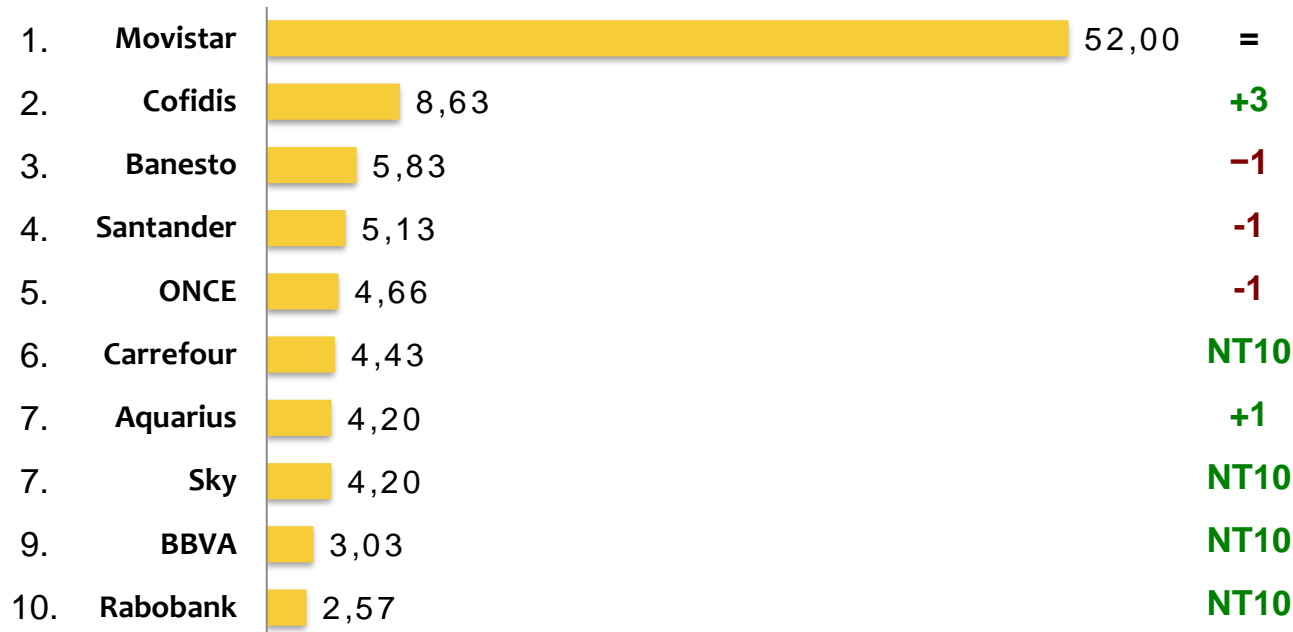


¿Aficionado al deporte?



NS / NC 22,90%

SAI CICLISMO TOP 10

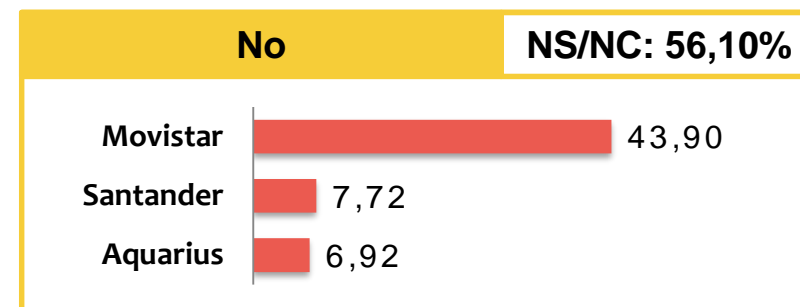
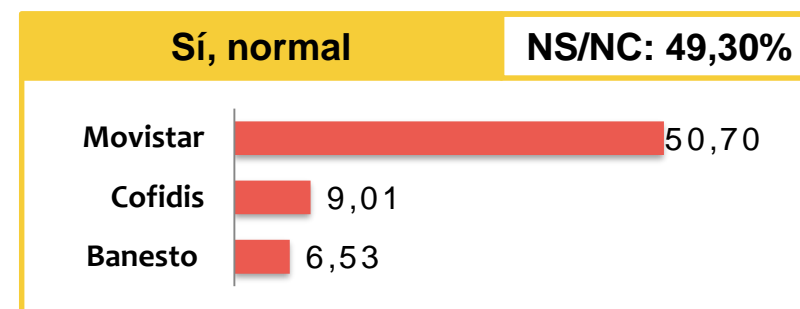
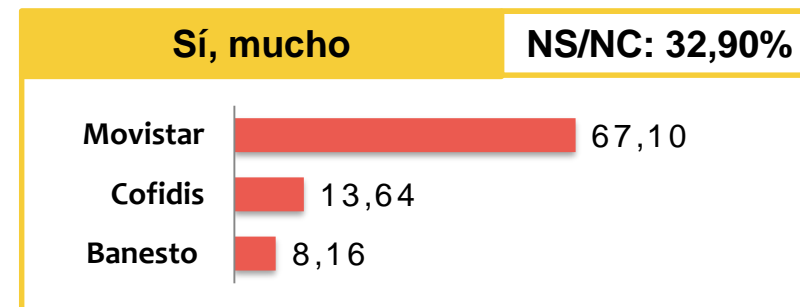


■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

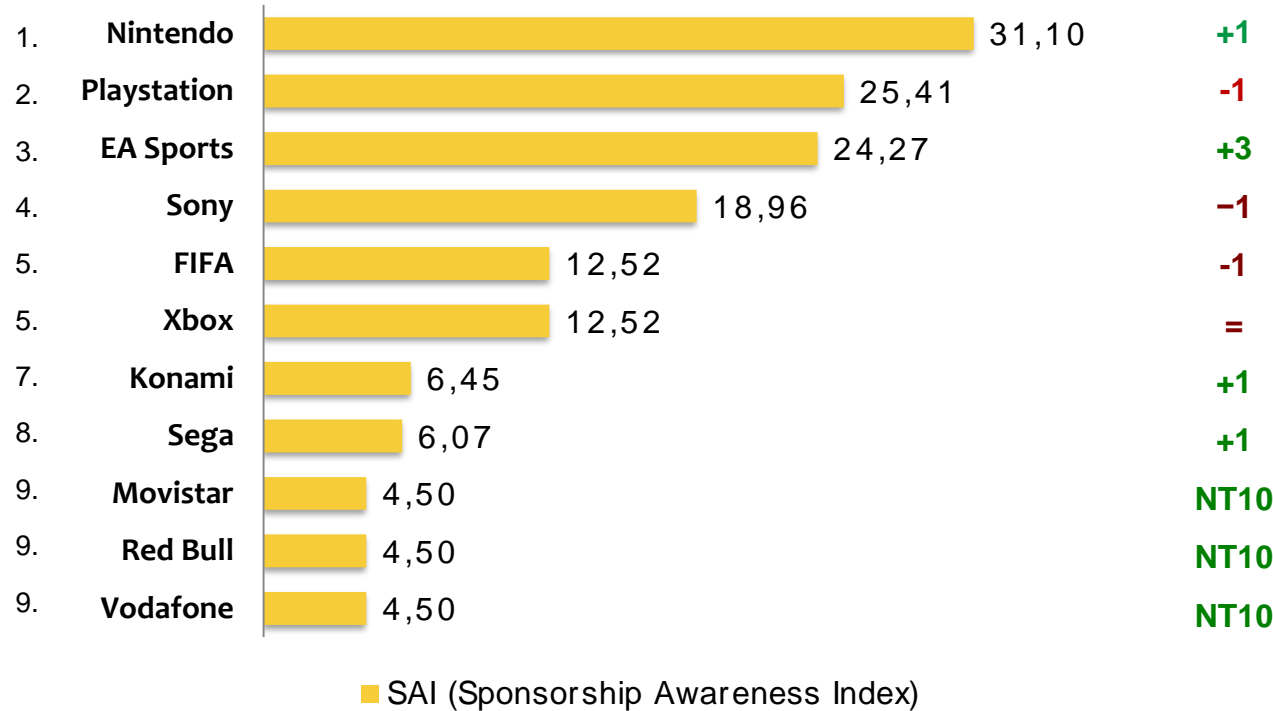


NS / NC 48,00%

¿Aficionado al deporte?

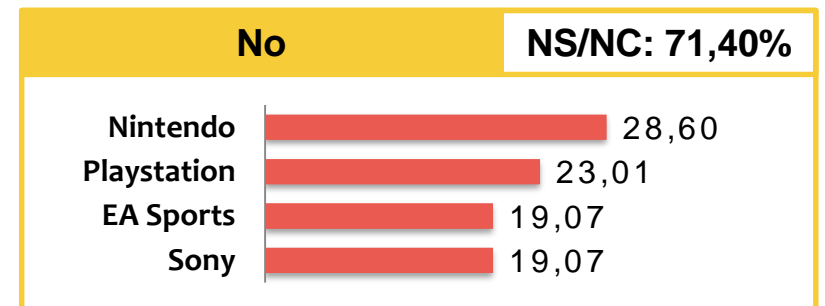
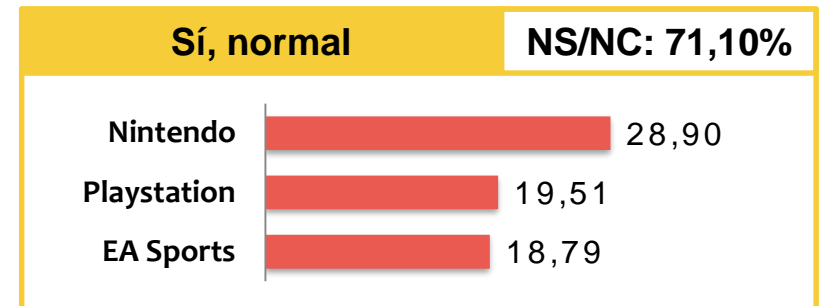
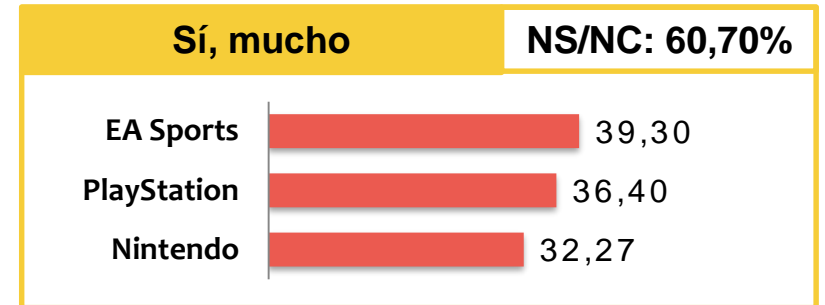


SAI E-SPORTS TOP 10

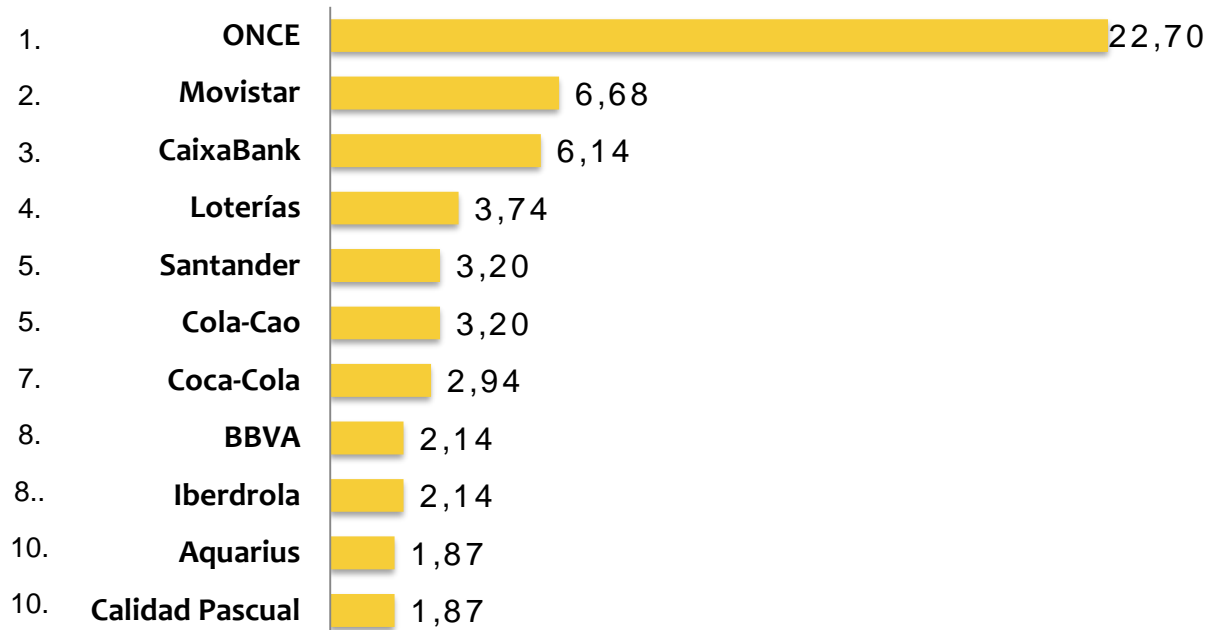


NS / NC 68,90%

¿Aficionado al deporte?



SAI DEPORTE PARALÍMPICO TOP 10

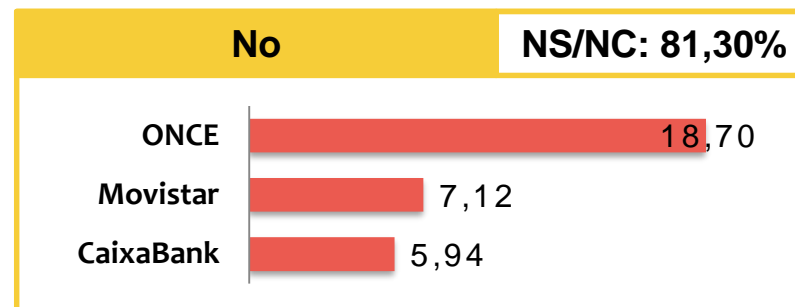
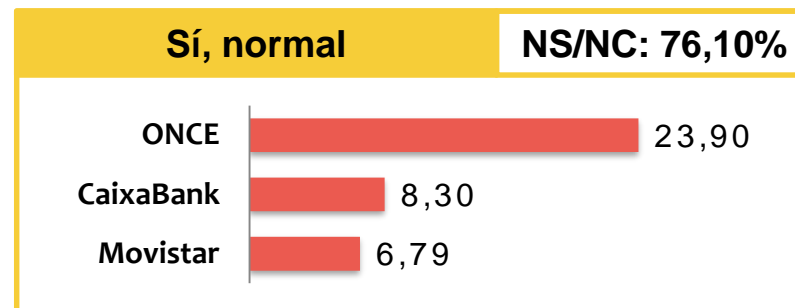
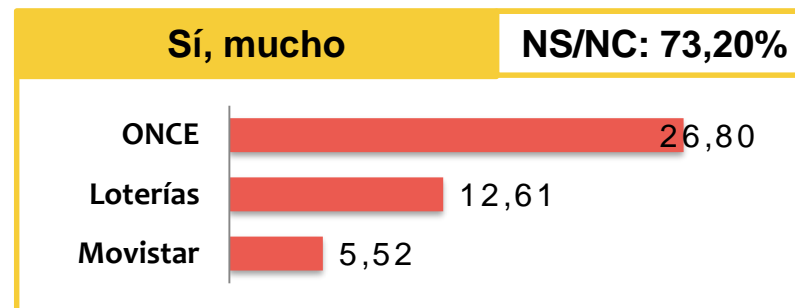


■ SAI (Sponsorship Awareness Index)



NS / NC 77,30%

¿Aficionado al deporte?

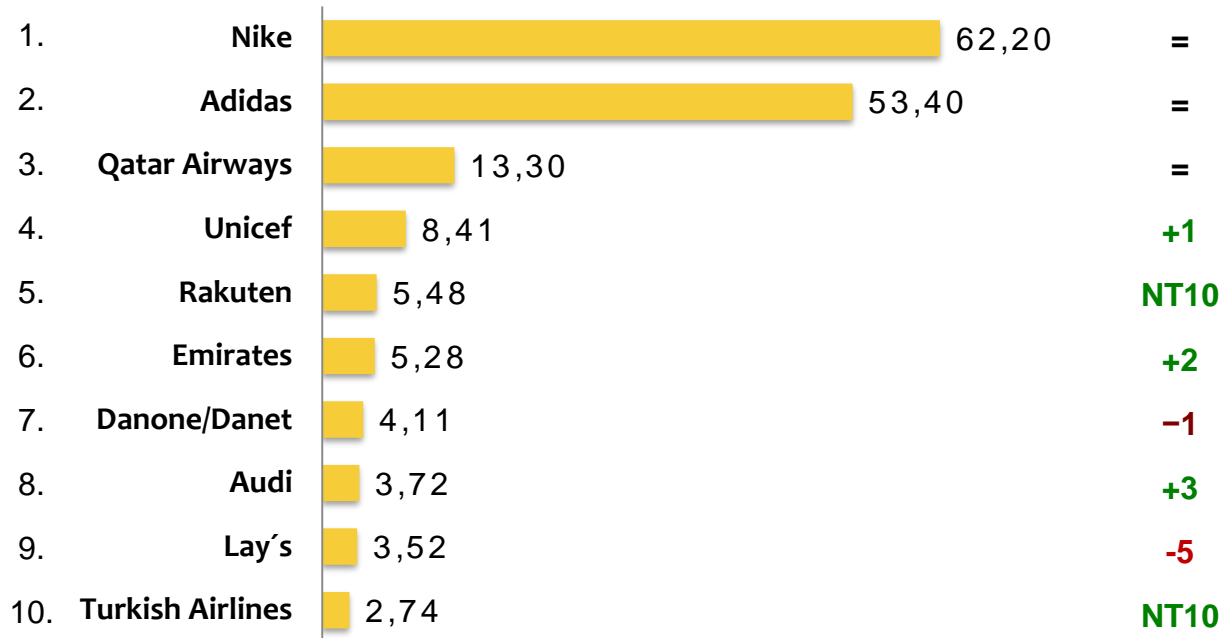


*Presente por primera vez en el Estudio



ÍNDICE PSAI
(Property Sponsorship
Association Index)

PSAI FUTBOLISTAS – LIONEL MESSI



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)



NS / NC

37,80%

¿Aficionado al deporte?

Sí, mucho

NS/NC: 25,30%



Sí, normal

NS/NC: 38,60%

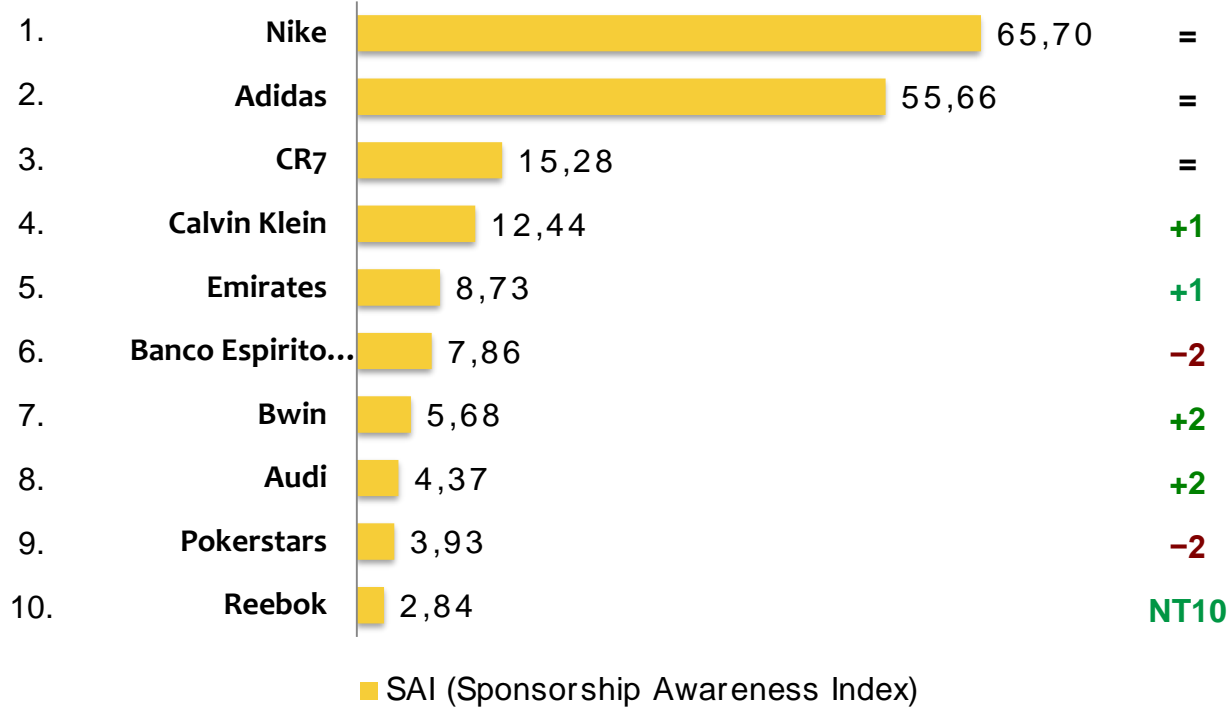


No

NS/NC: 44,80%



PSAI FUTBOLISTAS – CRISTIANO RONALDO



NS / NC 34,30%

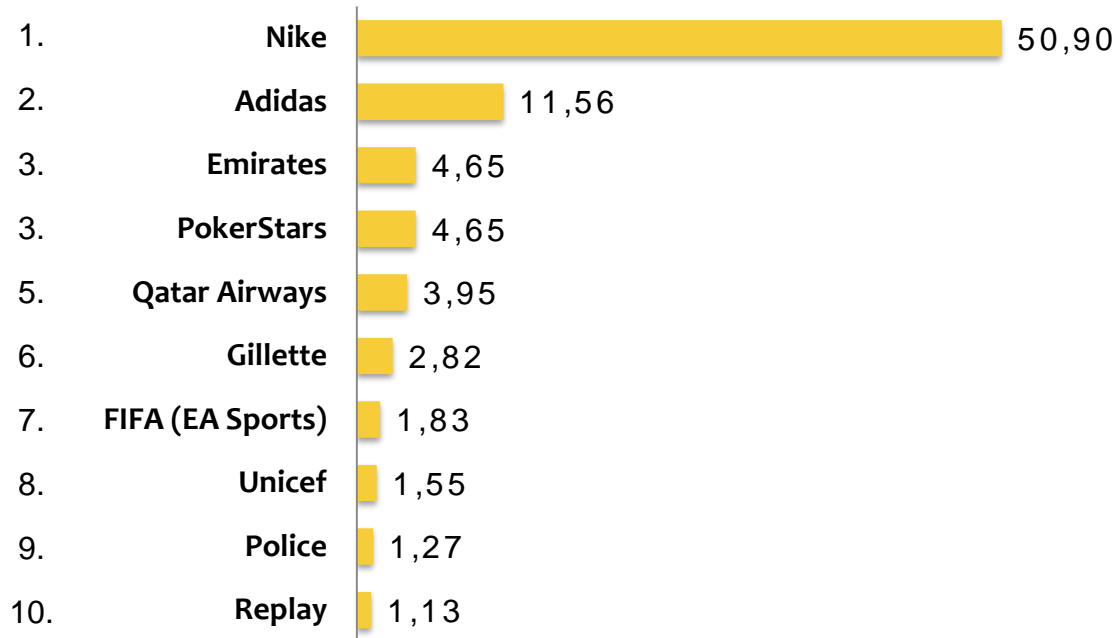
¿Aficionado al deporte?

Sí, mucho NS/NC: 27,60%

Sí, normal NS/NC: 31,80%

No NS/NC: 41,60%

PSAI FUTBOLISTAS – NEYMAR JR



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)



NS / NC 49,10%

¿Aficionado al deporte?

Sí, mucho

NS/NC: 35,60%



Sí, normal

NS/NC: 46,90%

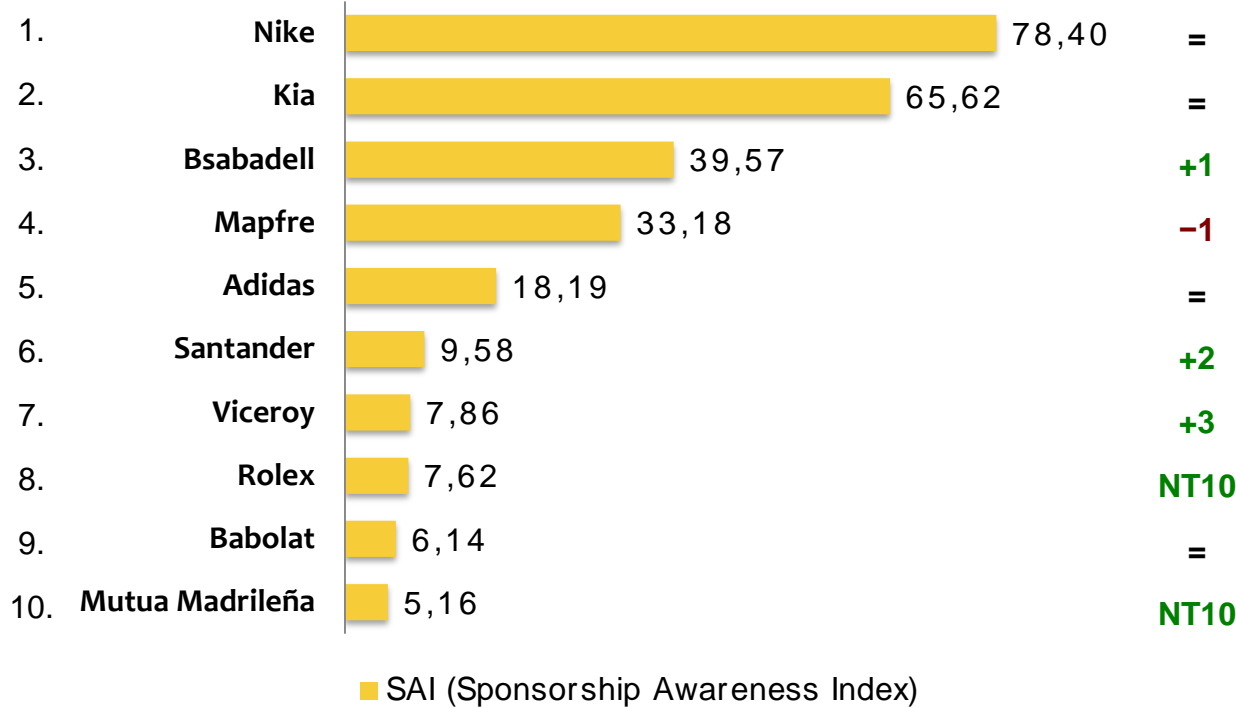


No

NS/NC: 60,50%



PSAI TENISTAS – RAFA NADAL

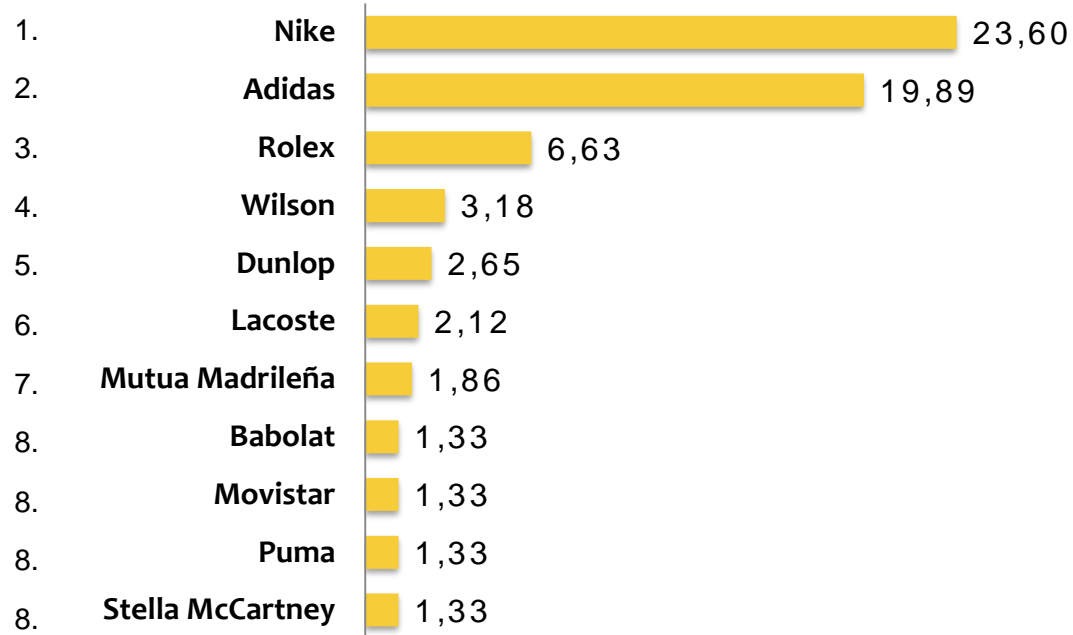


NS / NC 21,60%

¿Aficionado al deporte?



PSAI NADADORES – GARBIÑE MUGURUZA



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

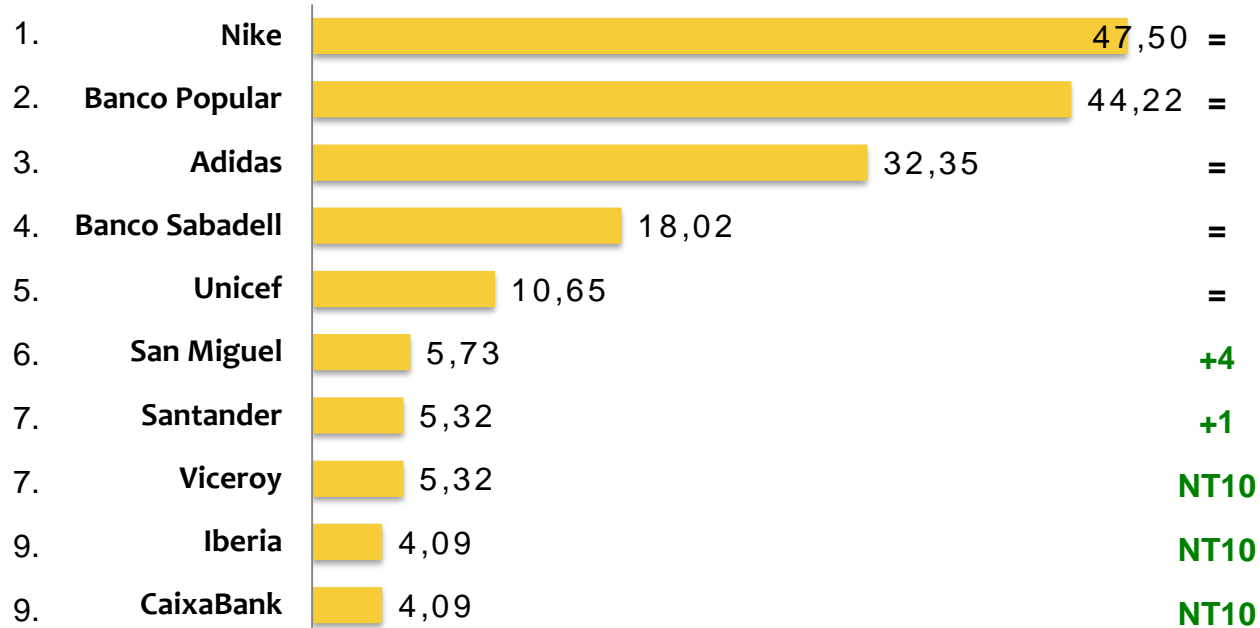


NS / NC 76,40%

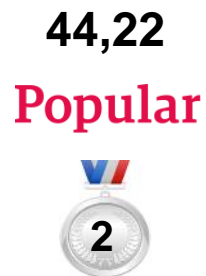
¿Aficionado al deporte?



PSAI BALONCESTISTAS – PAU GASOL



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)



¿Aficionado al deporte?

Sí, mucho

NS/NC: 43,20%



Popular



Sí, normal

NS/NC: 54,50%

Popular



No

NS/NC: 56,10%

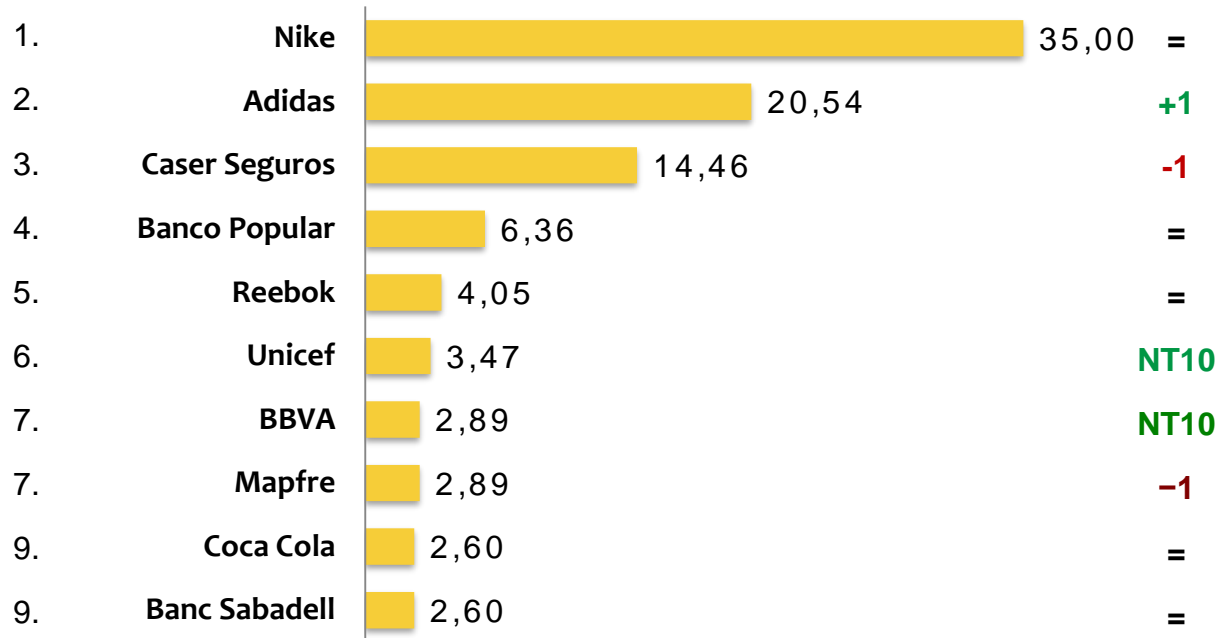
Popular



NS / NC

52,50%

PSAI BALONCESTISTAS – MARC GASOL

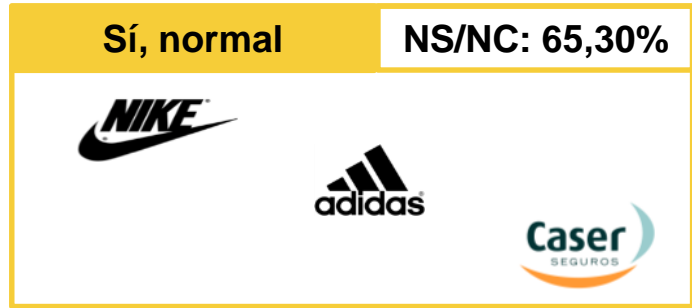


■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

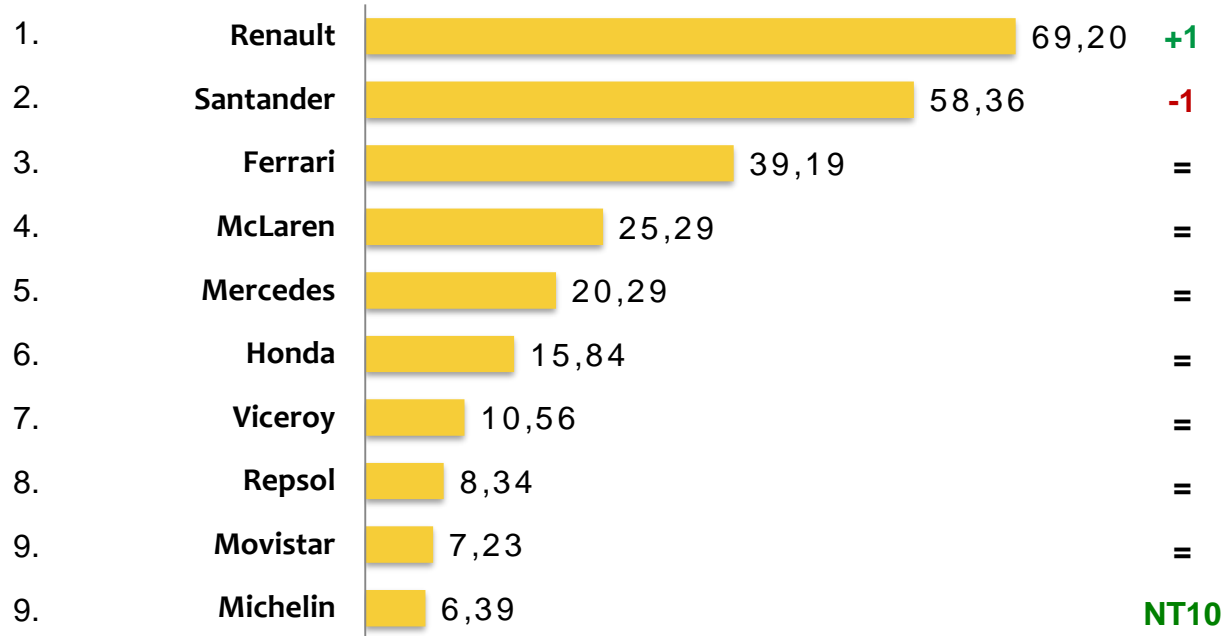


NS / NC 65,00%

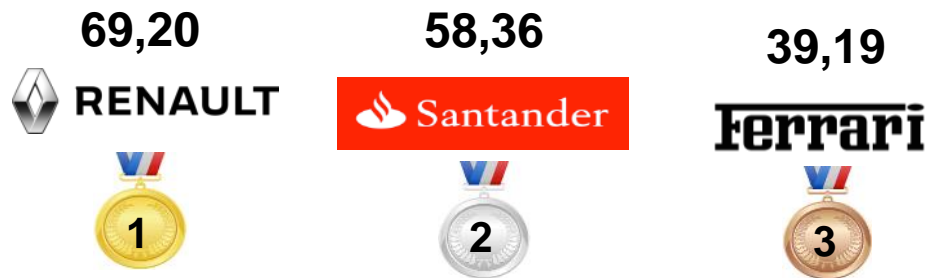
¿Aficionado al deporte?



PSAI PILOTOS – FERNANDO ALONSO

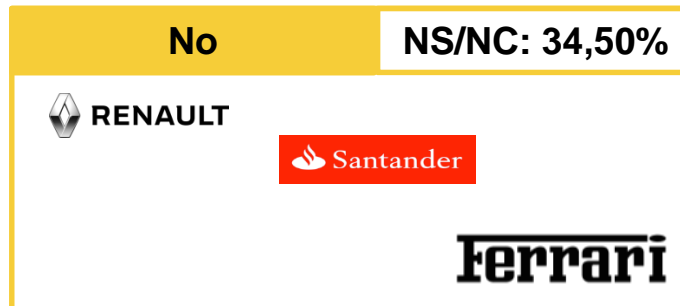


■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

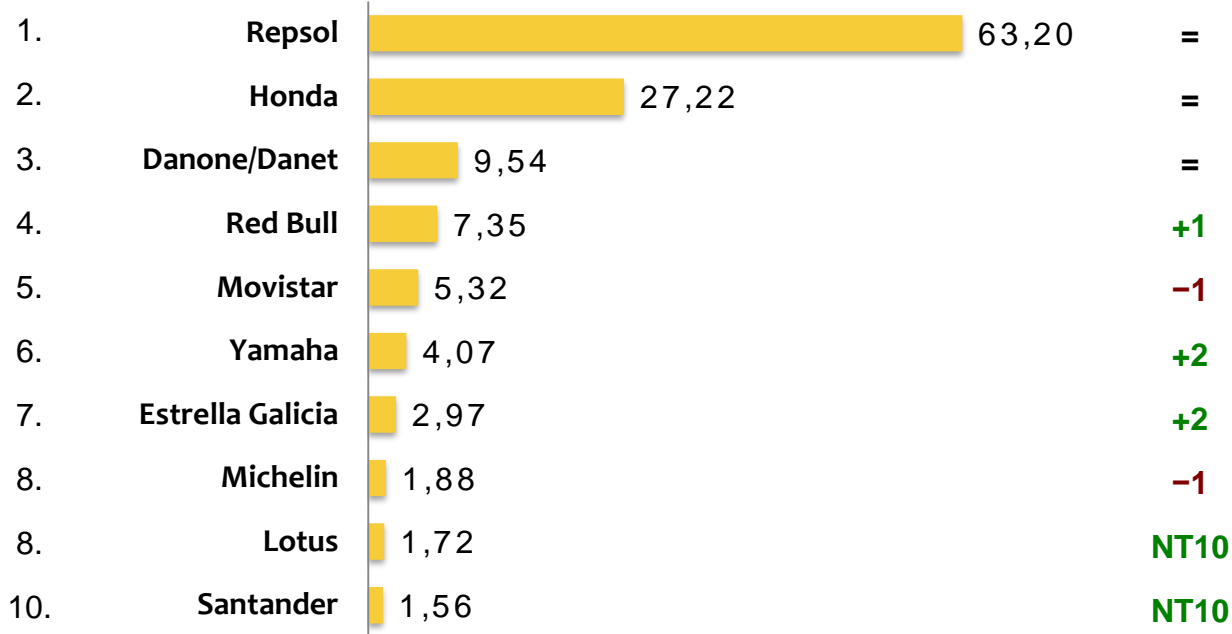


NS / NC 30,80%

¿Aficionado al deporte?



PSAI PILOTOS – MARC MÁRQUEZ

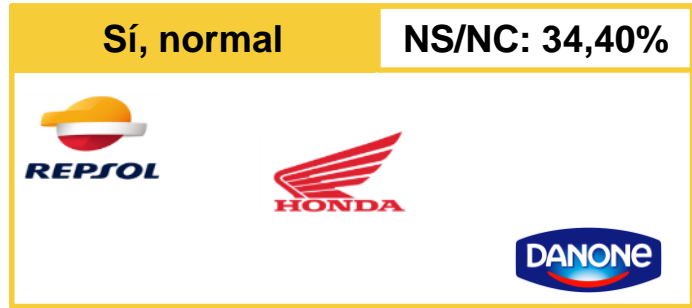


■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

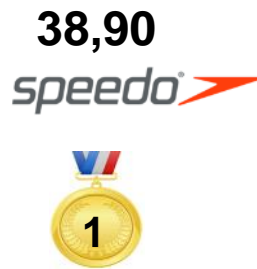
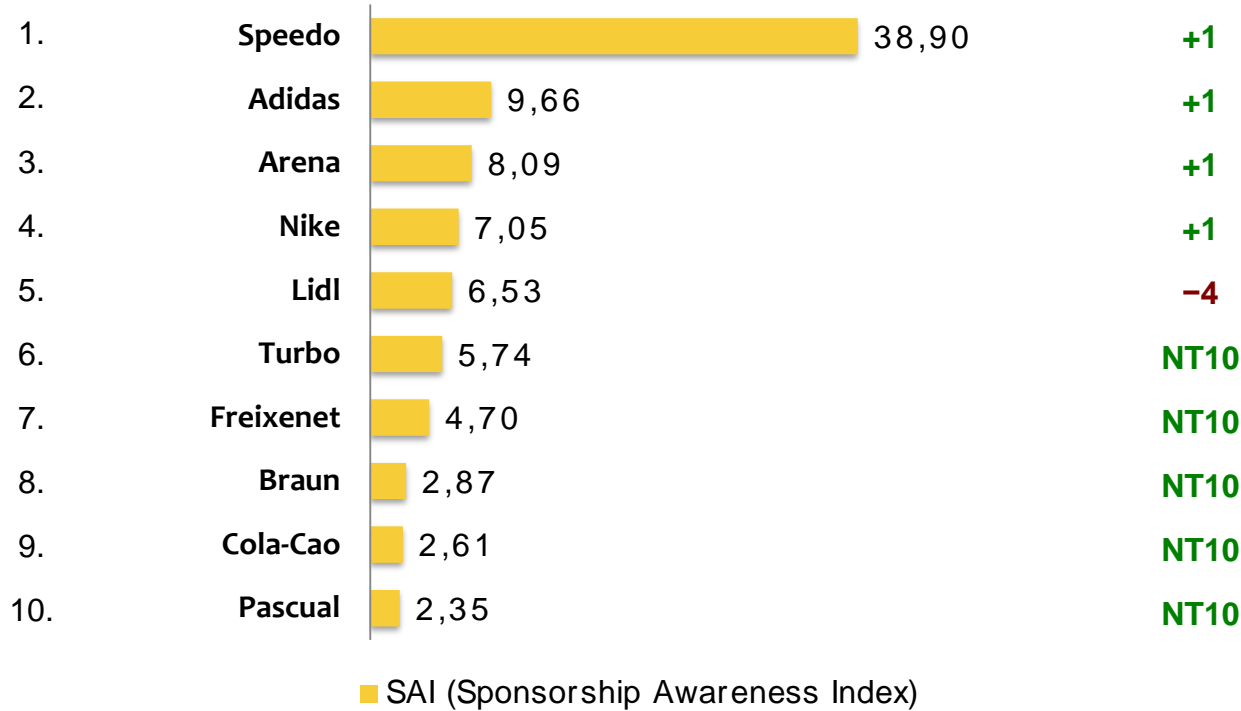


NS / NC 36,80%

¿Aficionado al deporte?

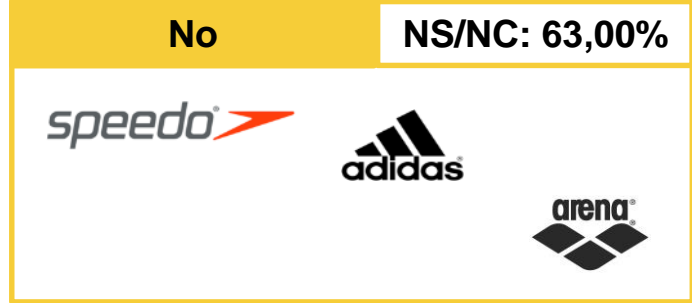
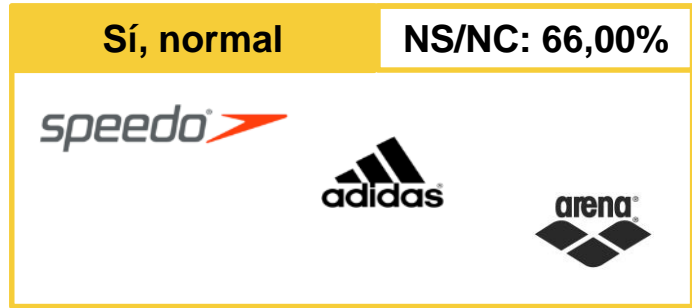


PSAI NADADORES – MIREIA BELMONTE

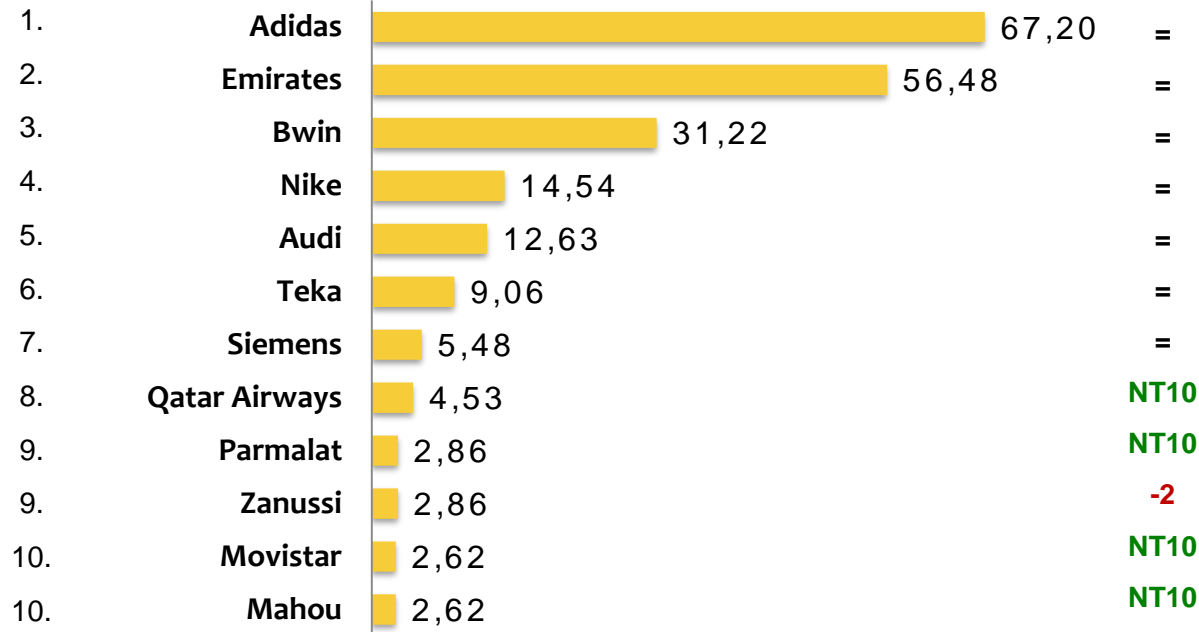


NS / NC 61,10%

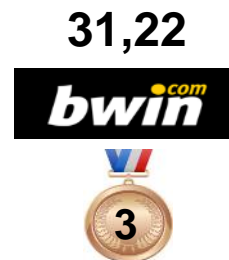
¿Aficionado al deporte?



PSAI EQUIPOS – REAL MADRID CF



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

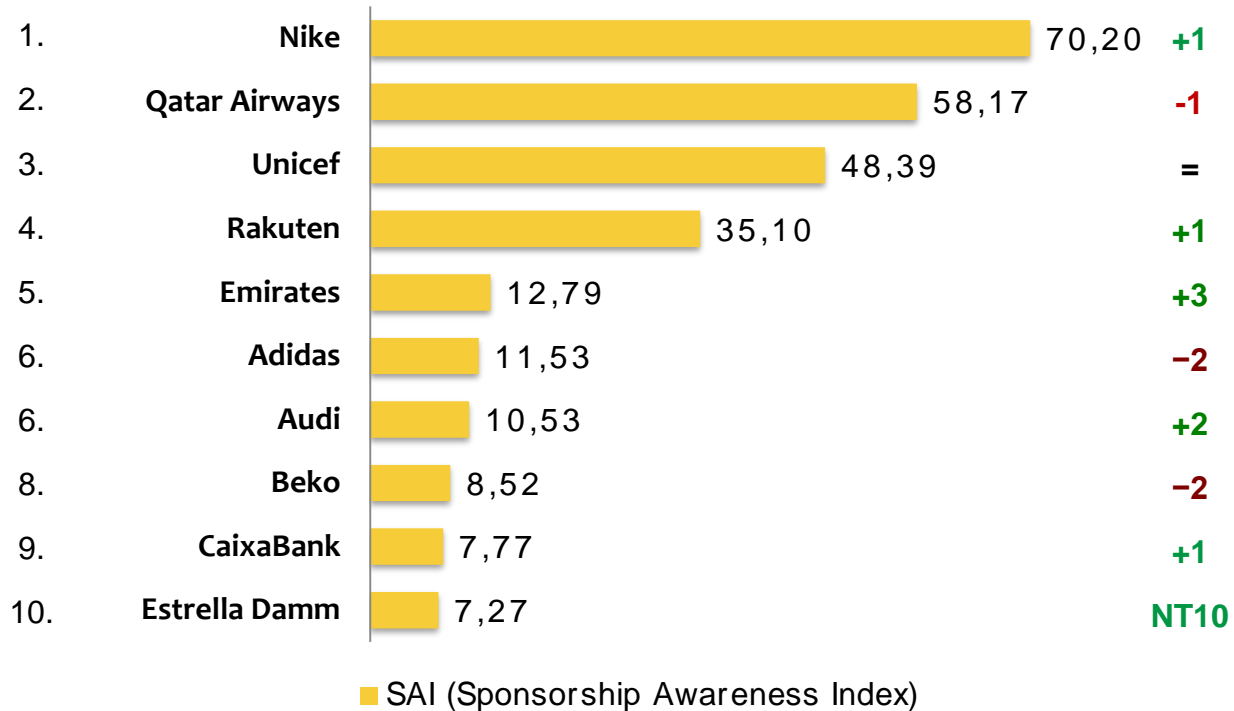


NS / NC 32,80%

¿Aficionado al deporte?



PSAI EQUIPOS – FC BARCELONA

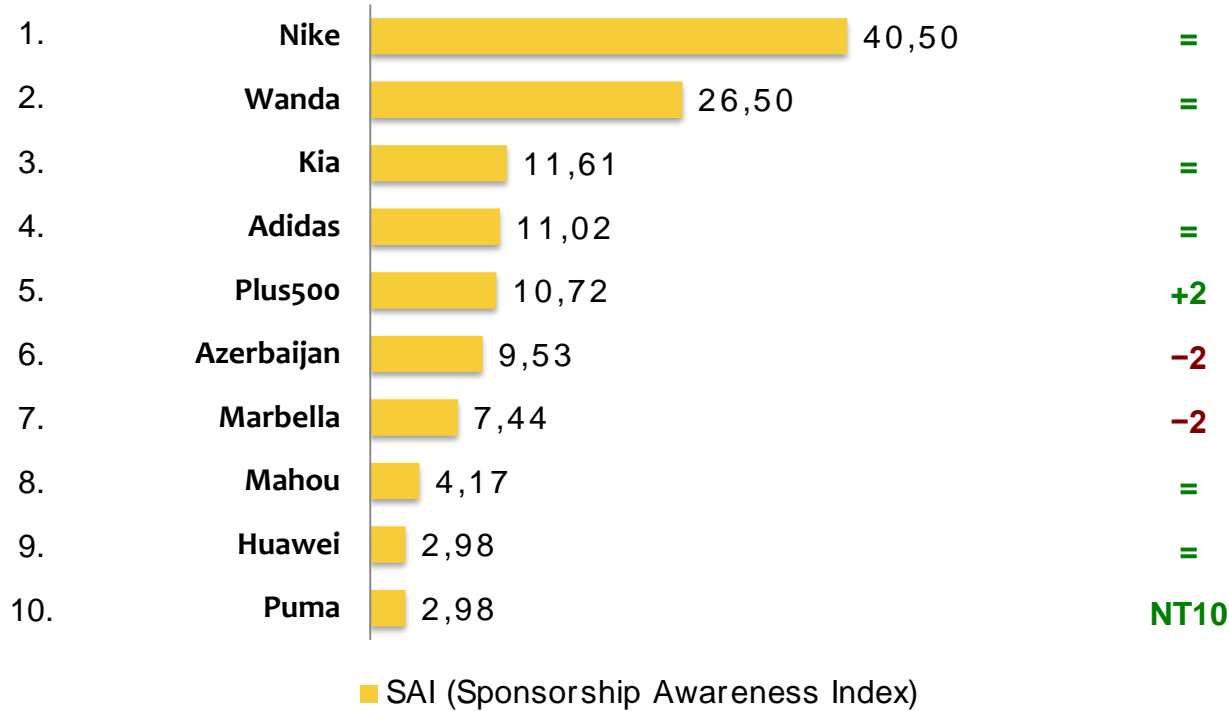


¿Aficionado al deporte?



NS / NC **29,80%**

PSAI EQUIPOS – CLUB ATLÉTICO DE MADRID

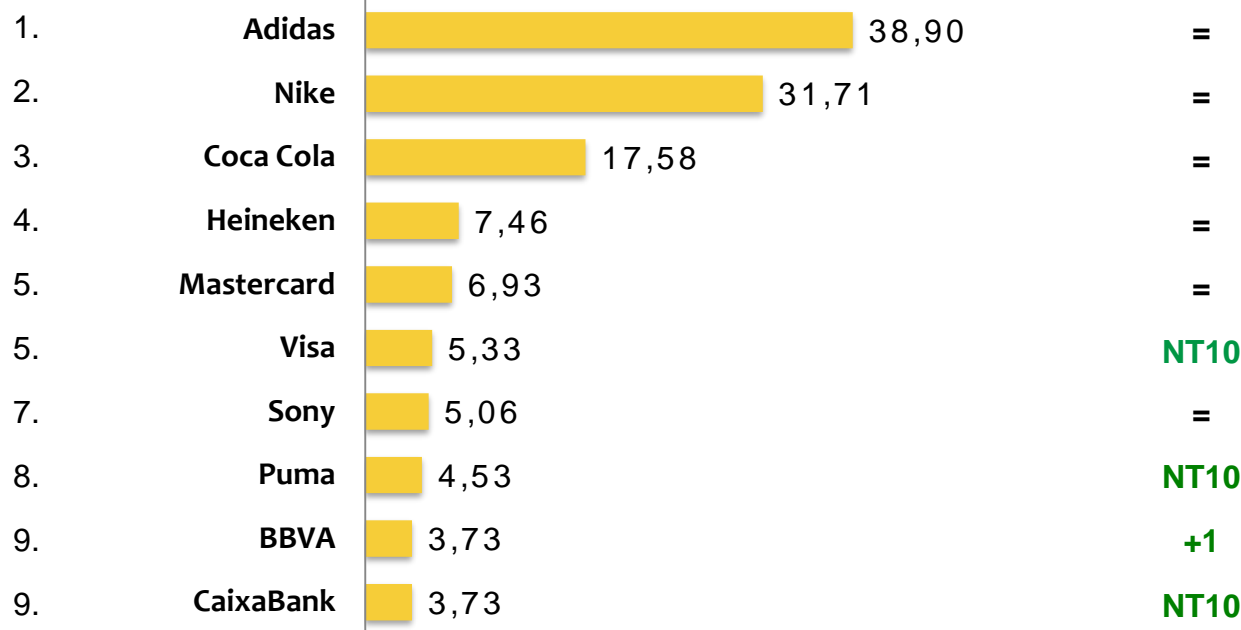


NS / NC 59,50%

¿Aficionado al deporte?



PSAI EVENTOS – FIFA COPA DEL MUNDO

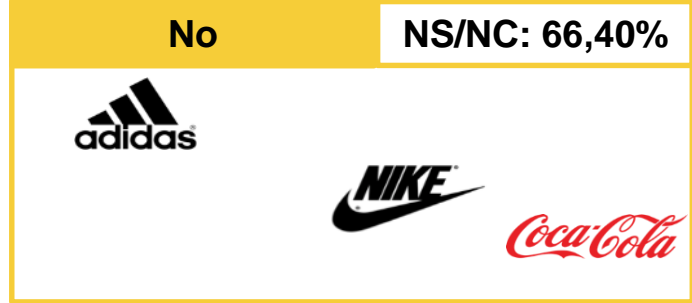


■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

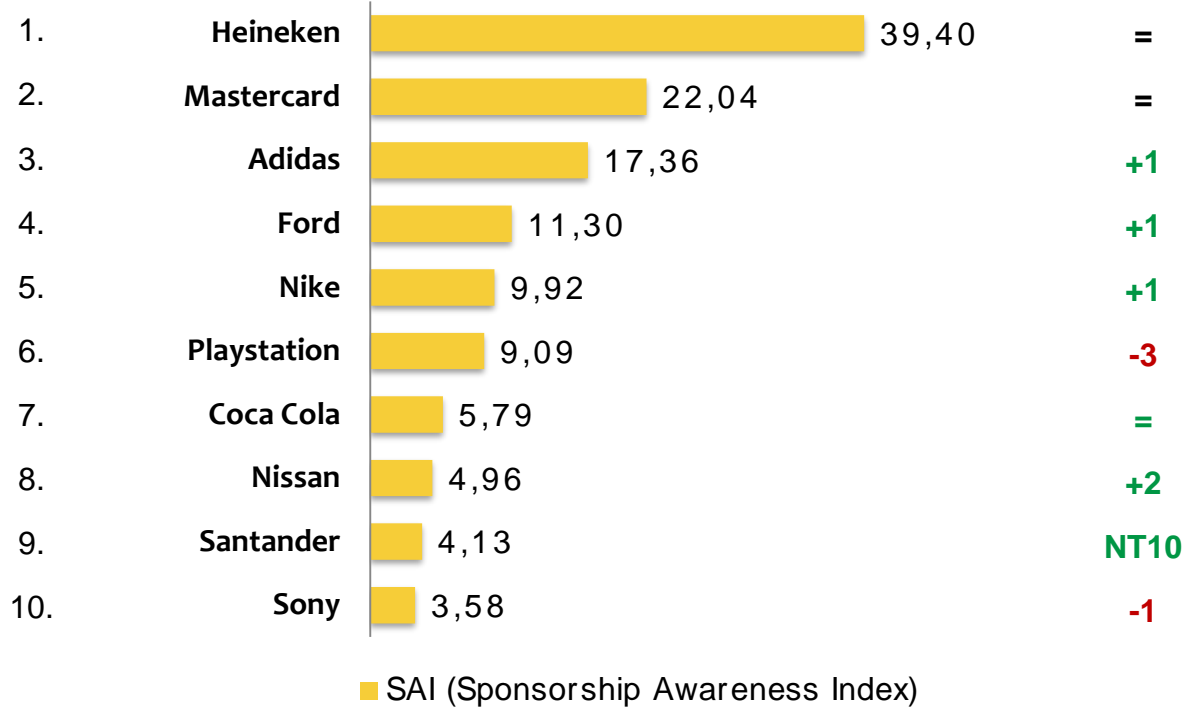


NS / NC 61,10%

¿Aficionado al deporte?



PSAI EVENTOS – UEFA CHAMPIONS LEAGUE



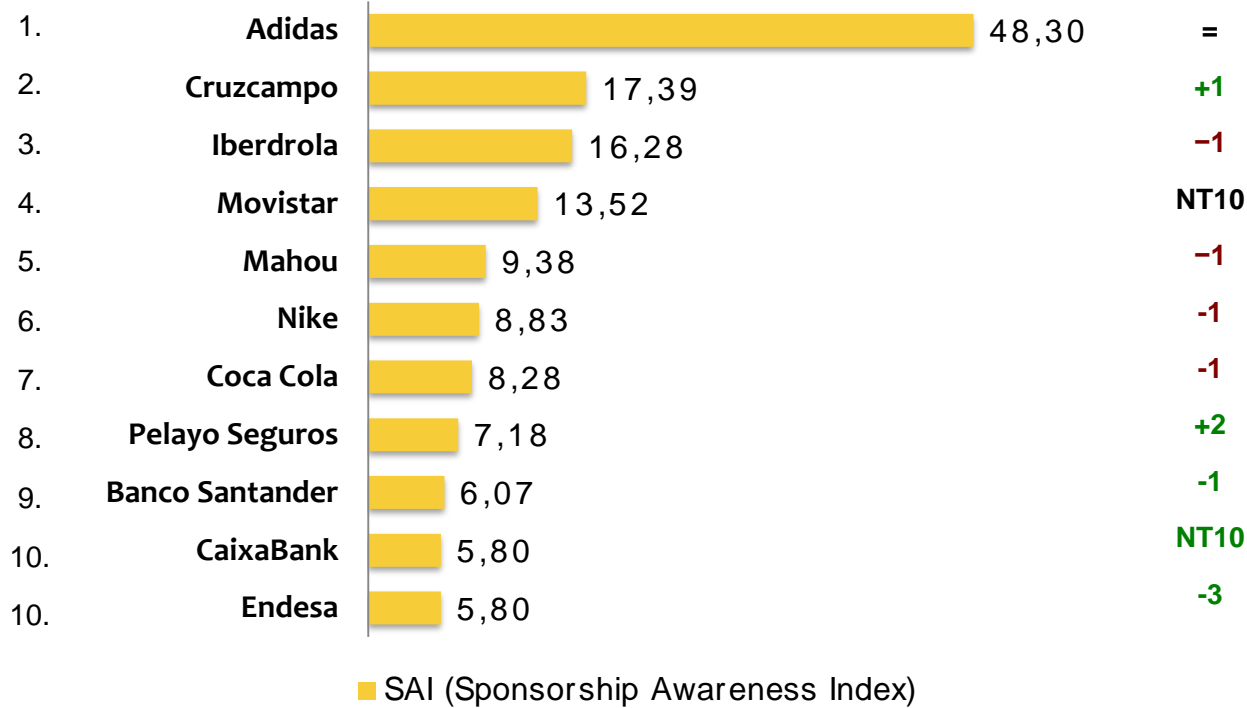
NS / NC 60,60%

¿Aficionado al deporte?



*Presente por primera vez en el Estudio

PSAI EQUIPOS – SELECCIÓN ESPAÑOLA FÚTBOL (RFEF)

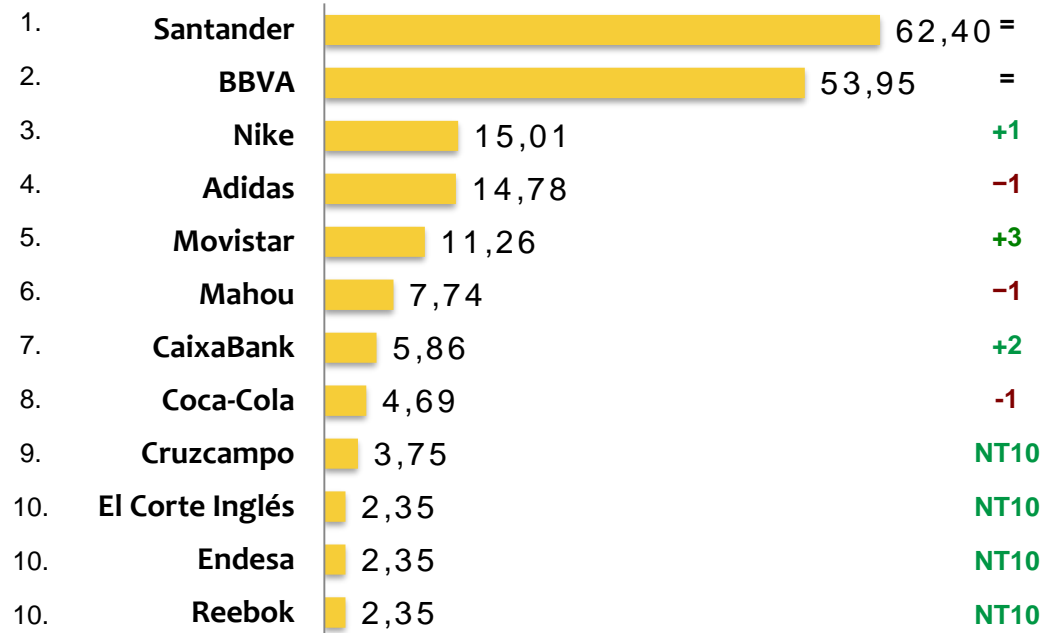


¿Aficionado al deporte?

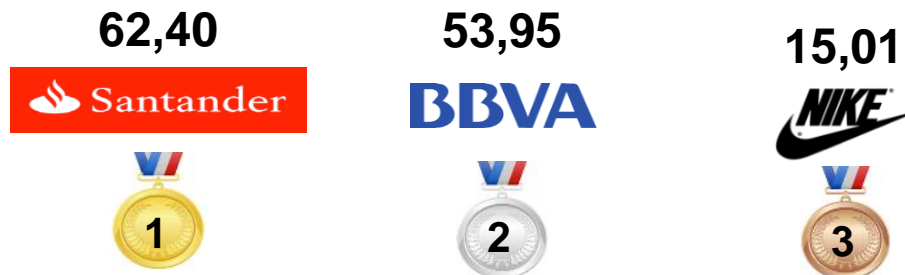


NS / NC 51,70%

PSAI EVENTOS – LALIGA SANTANDER

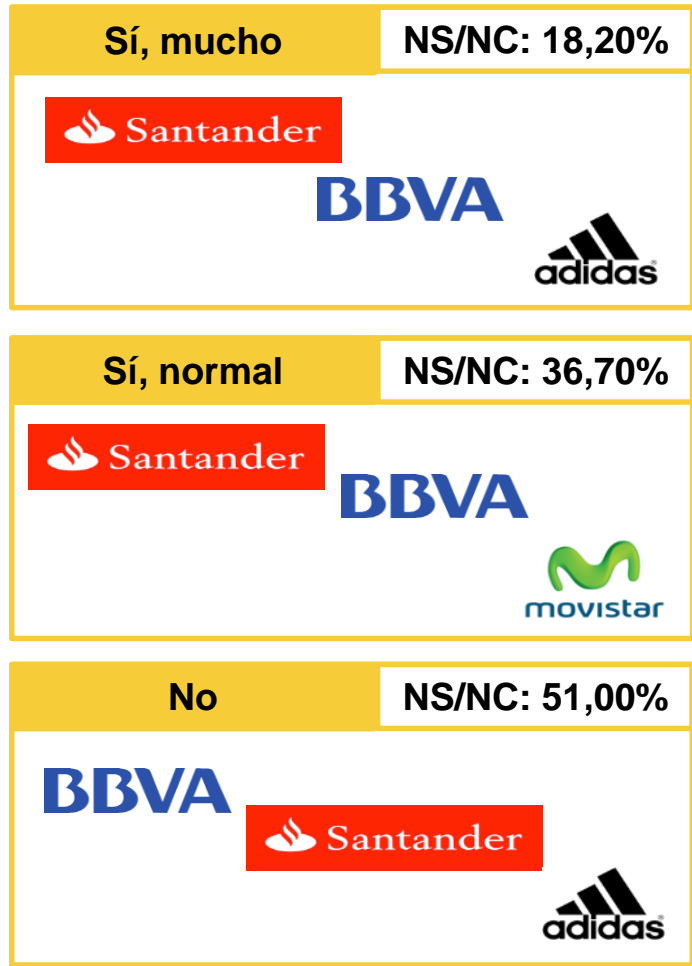


■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

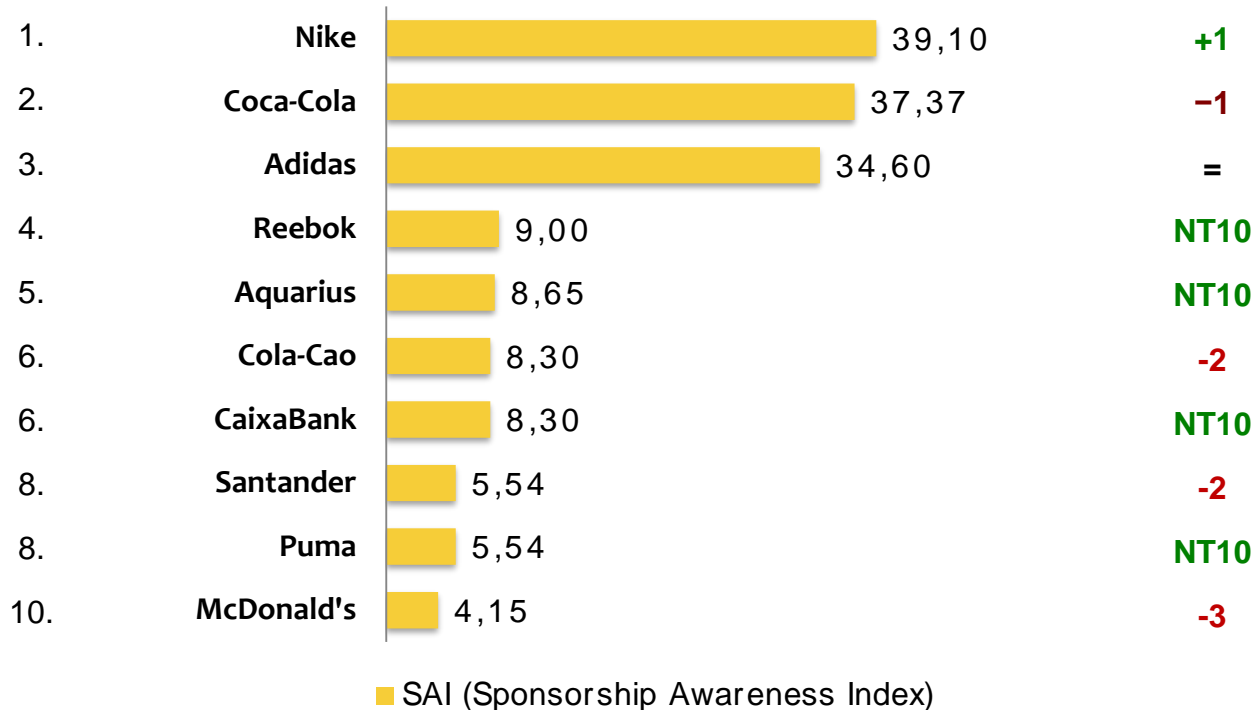


NS / NC 37,60%

¿Aficionado al deporte?



PSAI EVENTOS – JUEGOS OLÍMPICOS



¿Aficionado al deporte?

Sí, mucho

NS/NC: 52,80%



Sí, normal

NS/NC: 63,30%



No

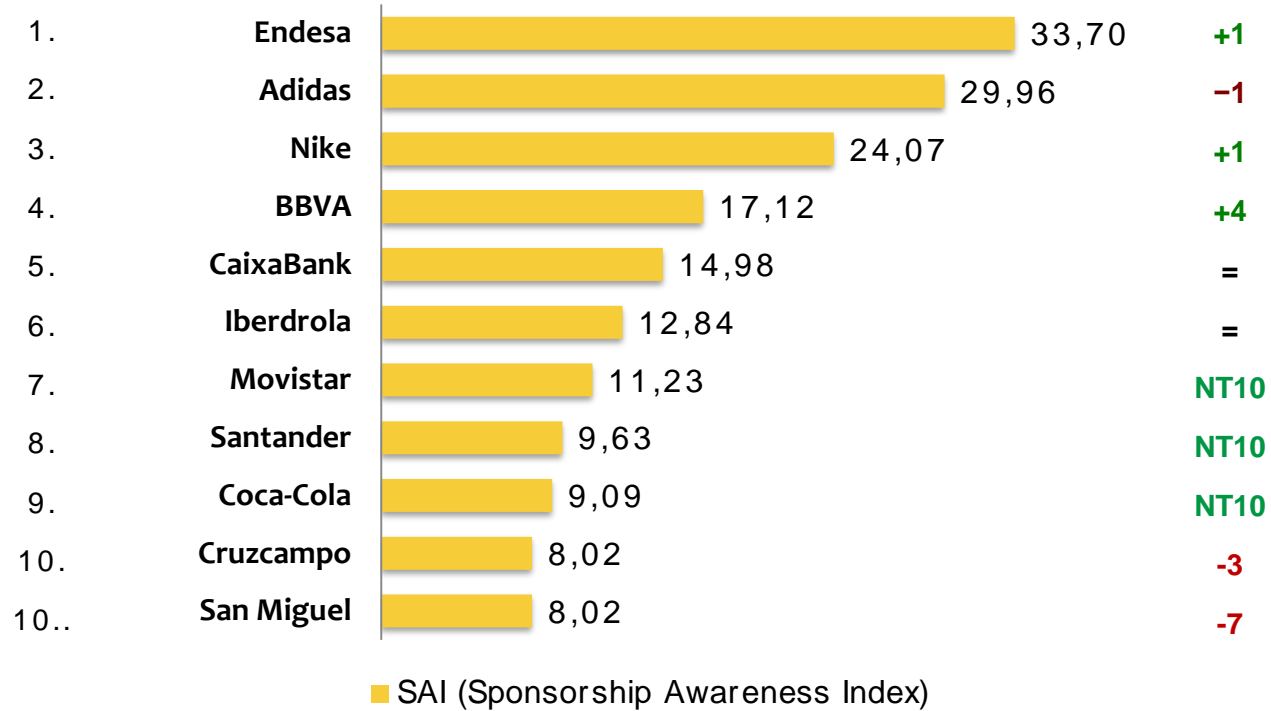
NS/NC: 63,40%



NS / NC

60,90%

PSAI EQUIPOS – SELECCIÓN ESPAÑOLA BALONCESTO (FEB)

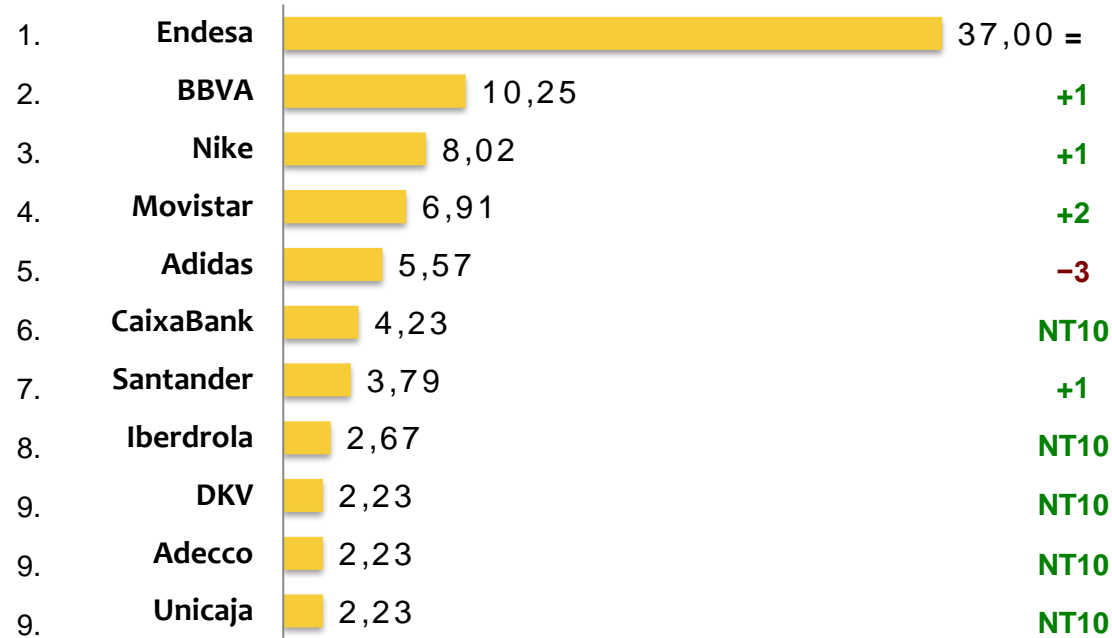


NS / NC 66,30%

¿Aficionado al deporte?



PSAI EVENTOS – LIGA ENDESA

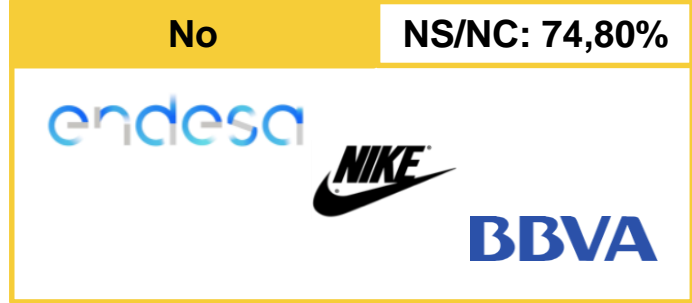


■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

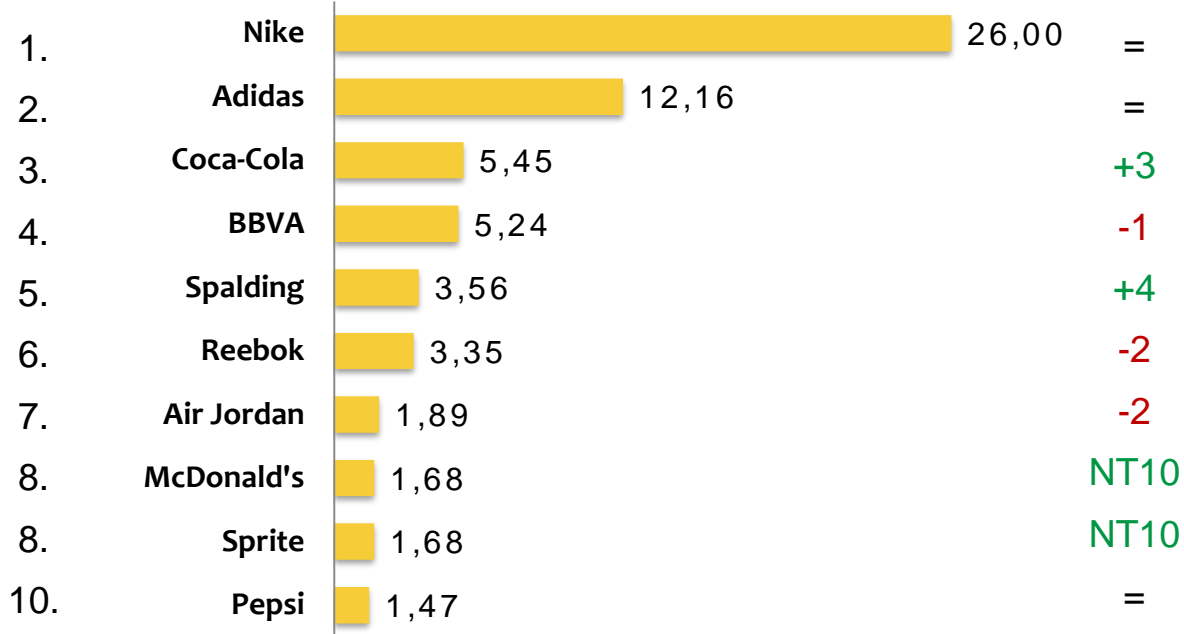


NS / NC 63,00%

¿Aficionado al deporte?



PSAI EVENTOS – NBA



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

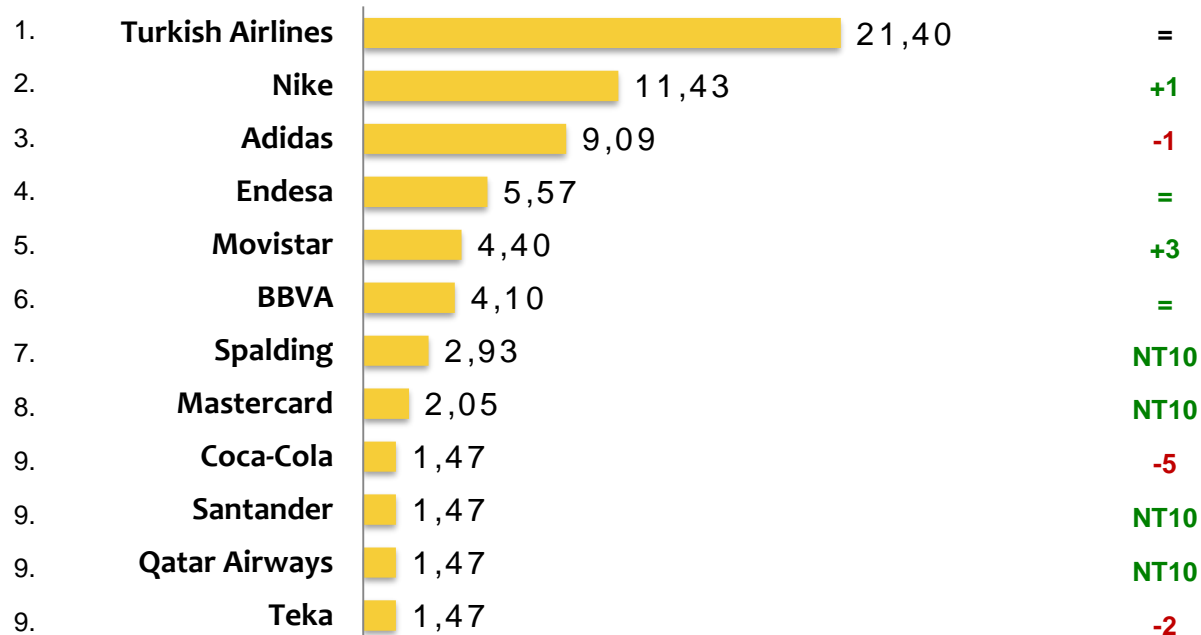


NS / NC 74,00%

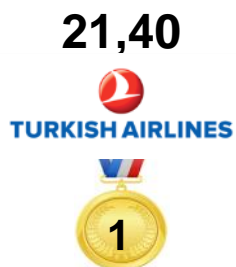
¿Aficionado al deporte?



PSAI EVENTOS – EUROLEAGUE

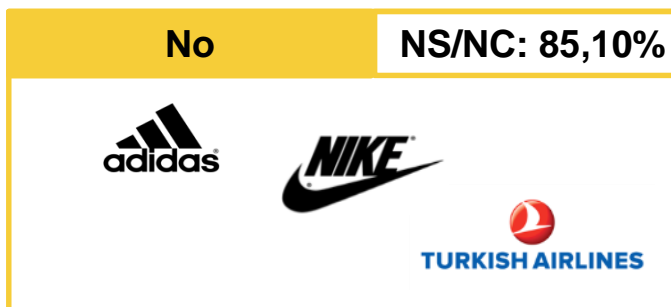
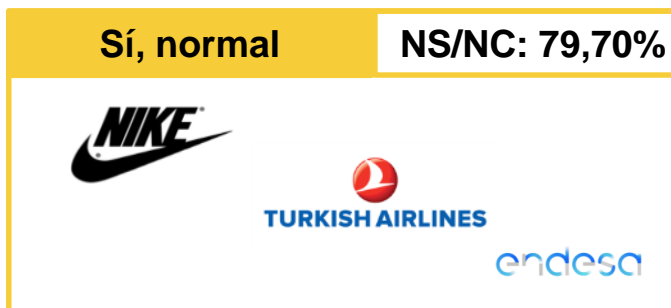


■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

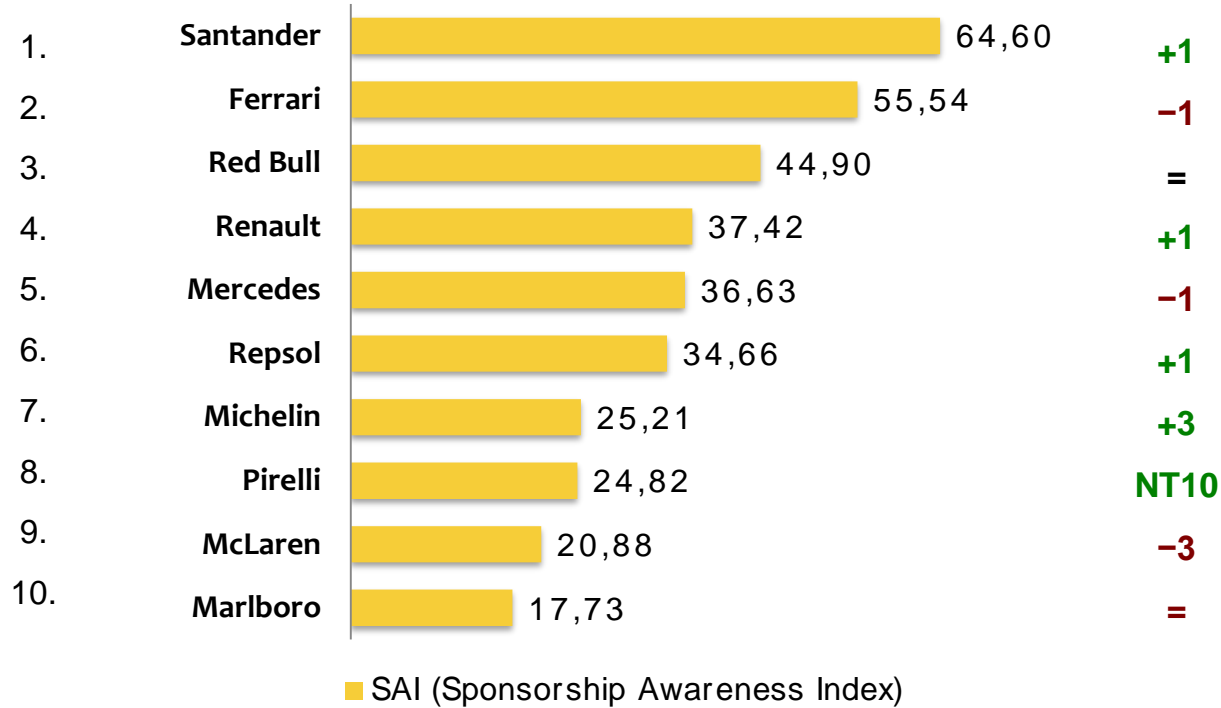


NS / NC 78,60%

¿Aficionado al deporte?



PSAI EVENTOS – FORMULA 1



NS / NC 35,40%

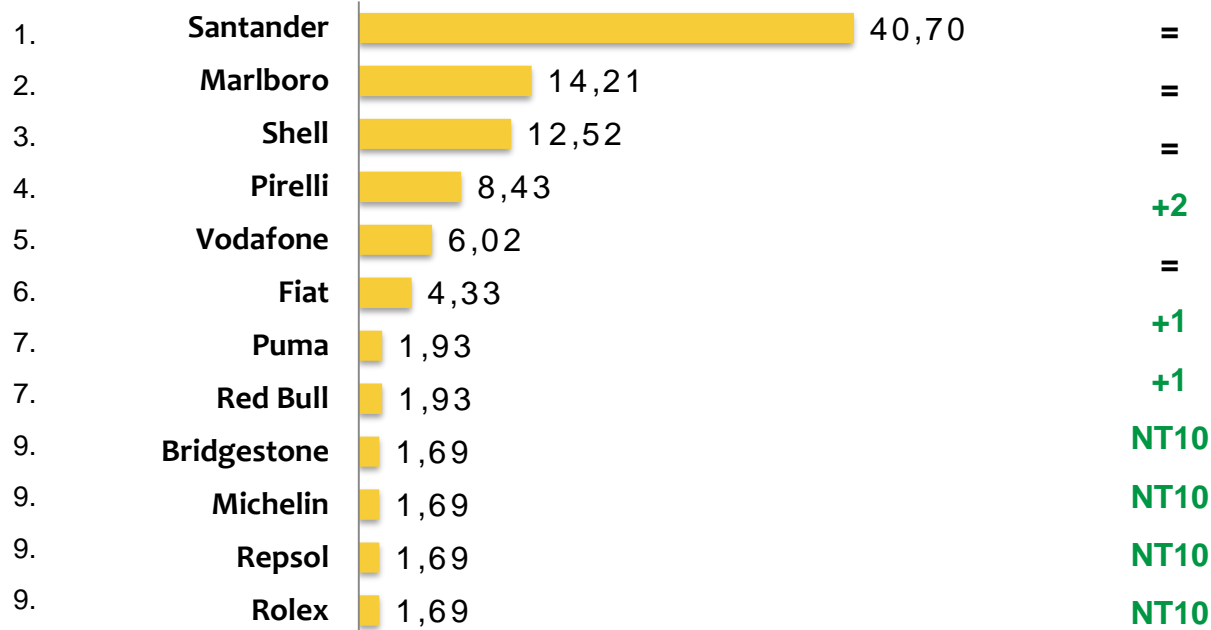
¿Aficionado al deporte?

Sí, mucho NS/NC: 30,50%

Sí, normal NS/NC: 33,50%

No NS/NC: 40,90%

PSAI EQUIPOS – ESCUDERIA FERRARI



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)

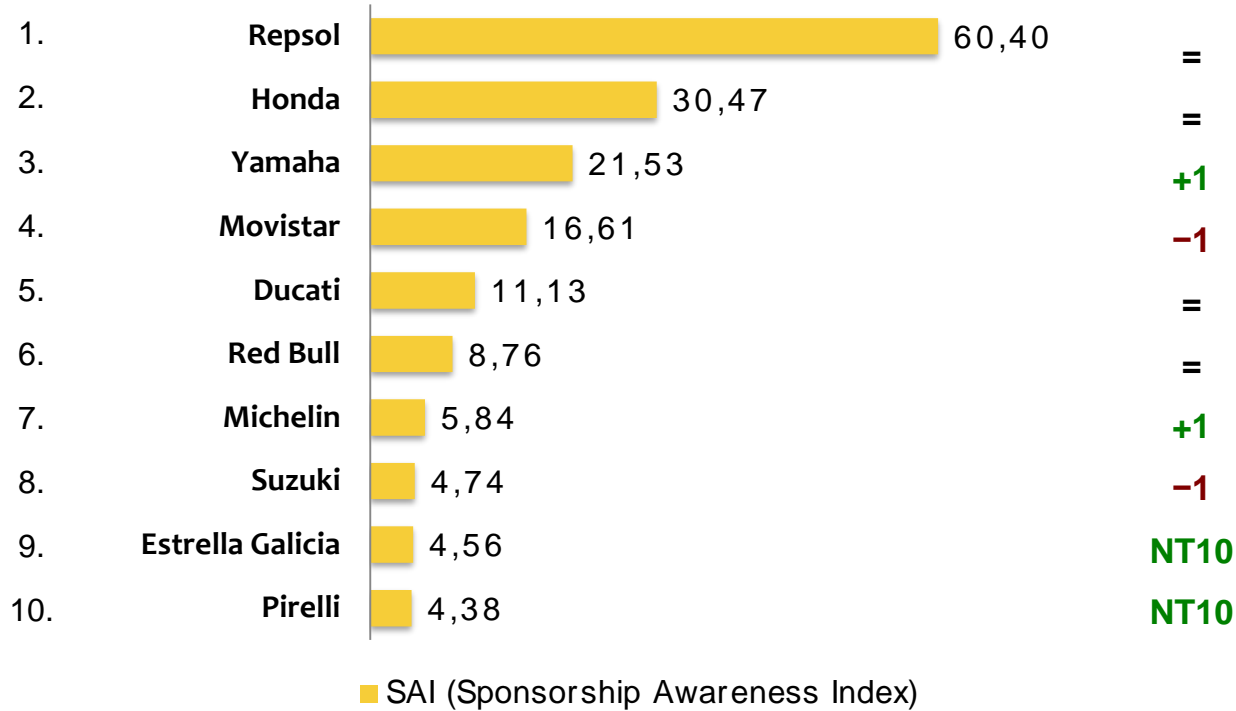


NS / NC 59,30%

¿Aficionado al deporte?

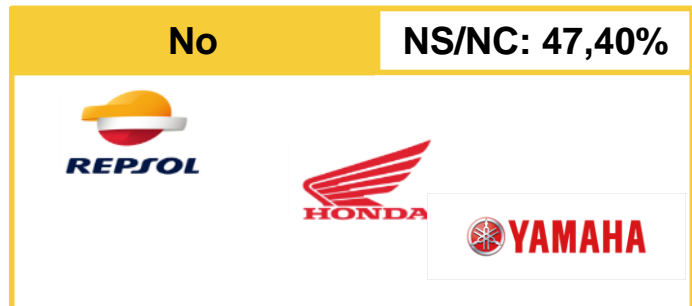
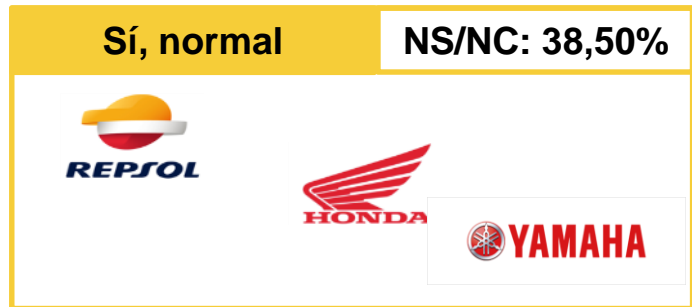


PSAI EVENTOS – MOTO GP

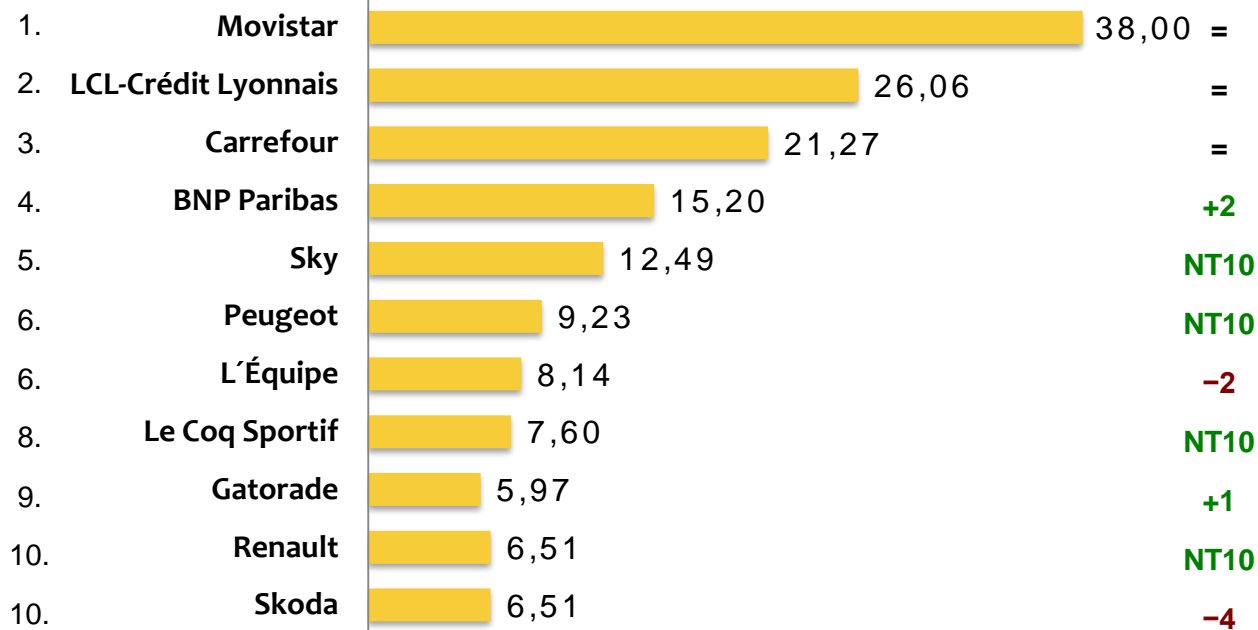


NS / NC 39,60%

¿Aficionado al deporte?



PSAI EVENTOS – TOUR DE FRANCE



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)



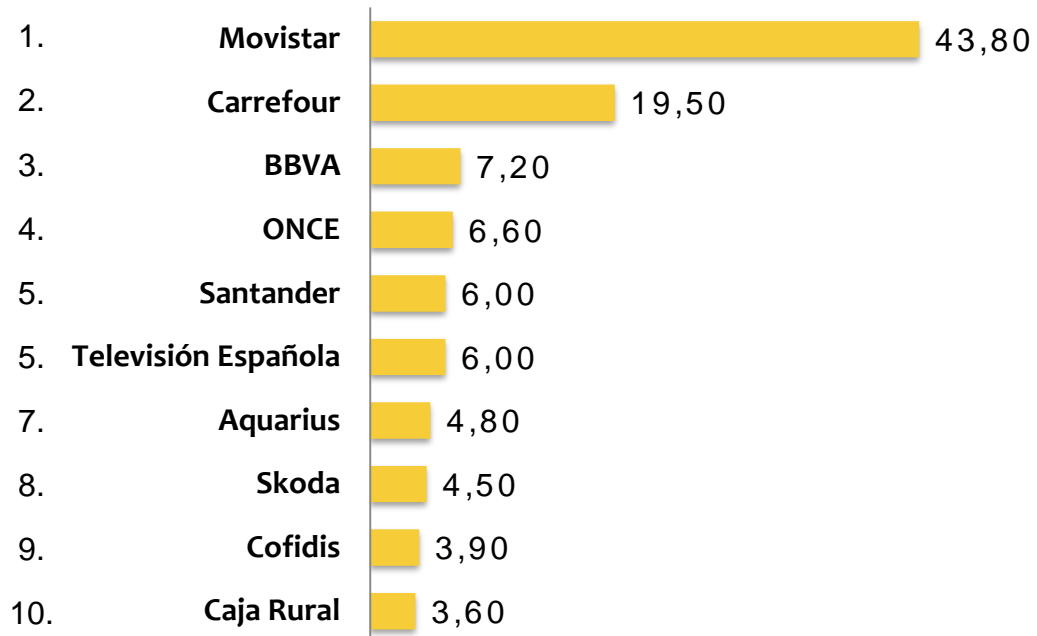
¿Aficionado al deporte?



NS / NC 62,00%

PSAI EVENTOS – VUELTA CICLISTA A ESPAÑA

LA VUELTA



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)



NS / NC 56,20%

=

=

+5

+2

=

-1

NT10

NT10

NT10

NT10

¿Aficionado al deporte?

Sí, mucho

NS/NC: 51,80%



ŠKODA

Sí, normal

NS/NC: 55,10%



BBVA

No

NS/NC: 60,20%

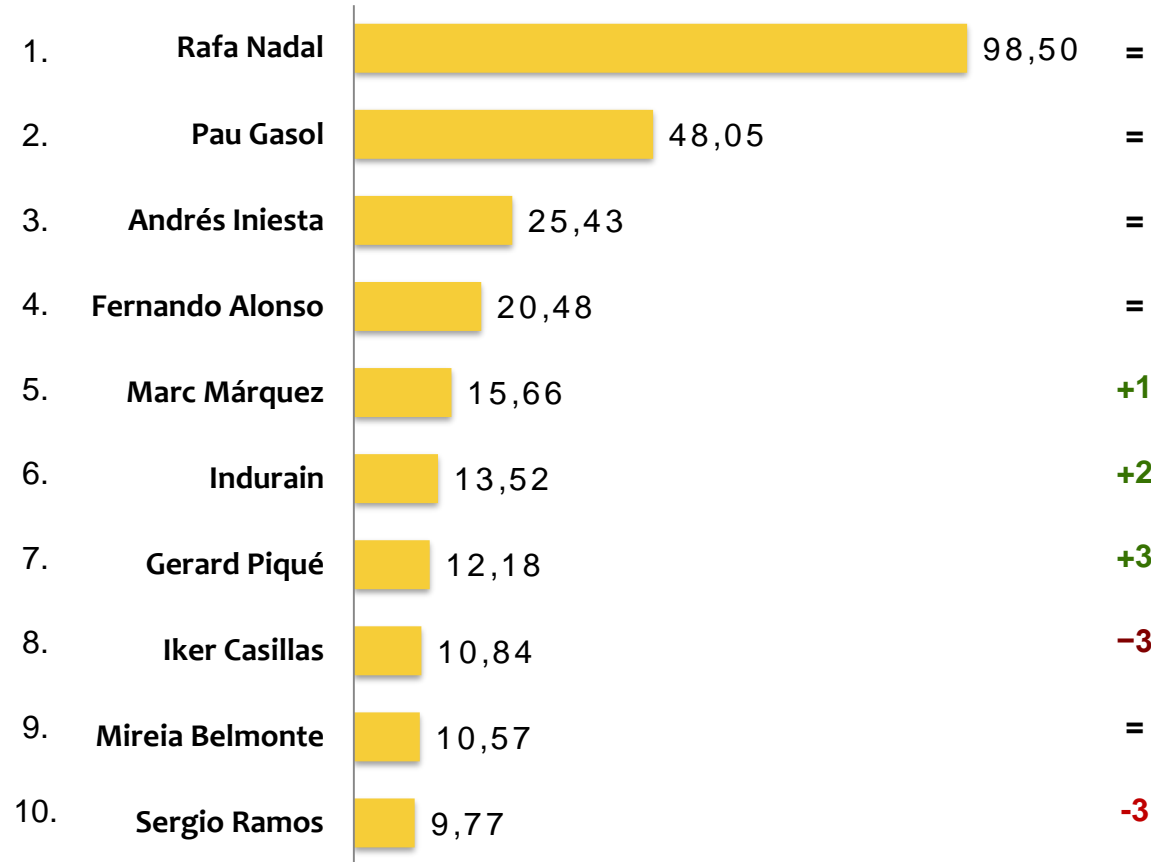


Santander
BBVA

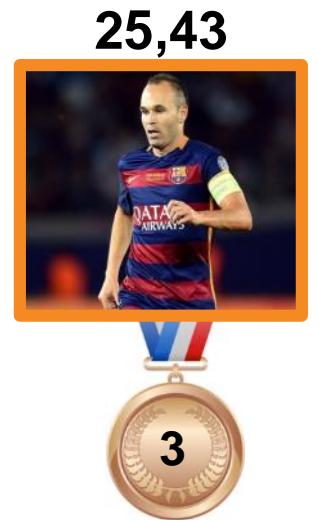
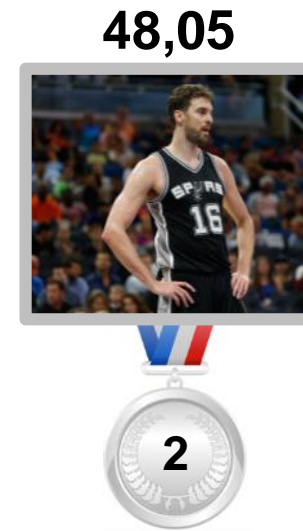


ÍNDICE AMPI
(Athlete Marketable Potentiality
Index)

AMPI GENERAL – TOP 10 ESPAÑOLES



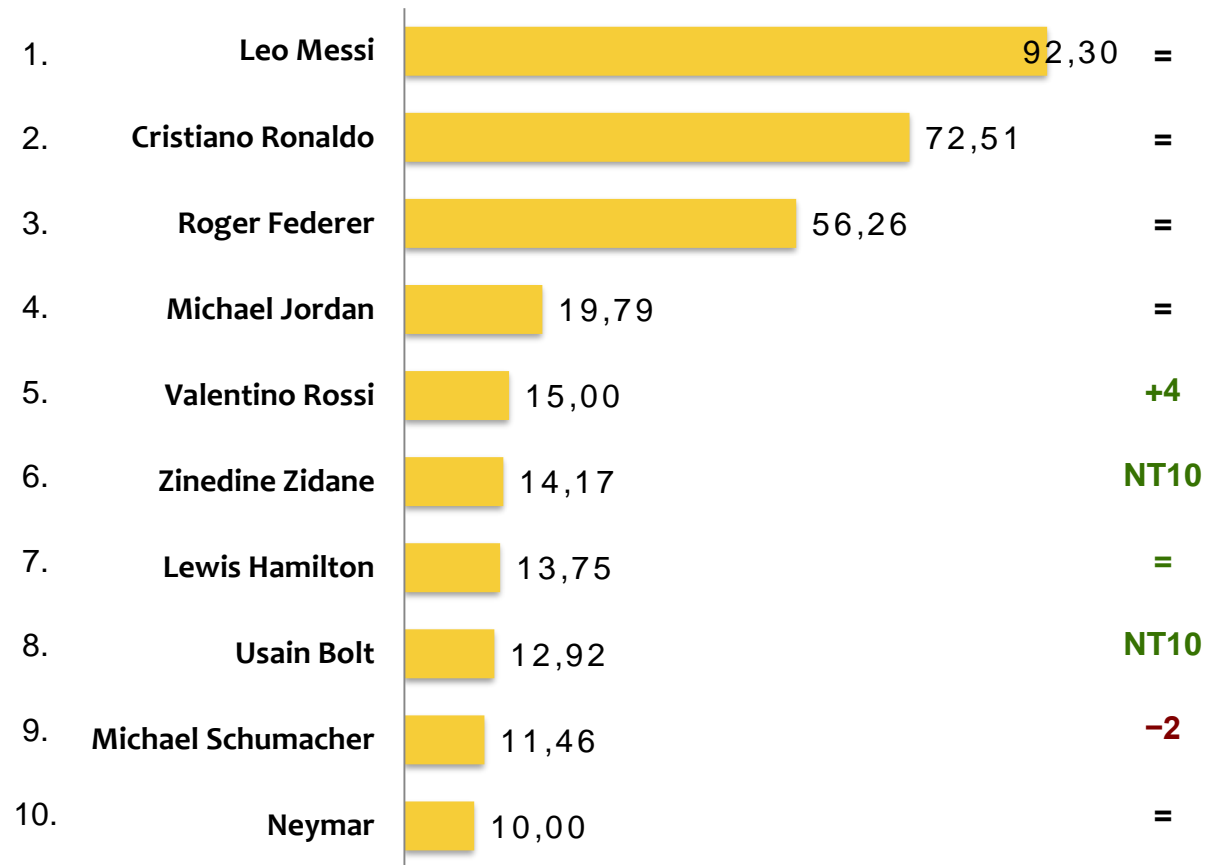
■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)



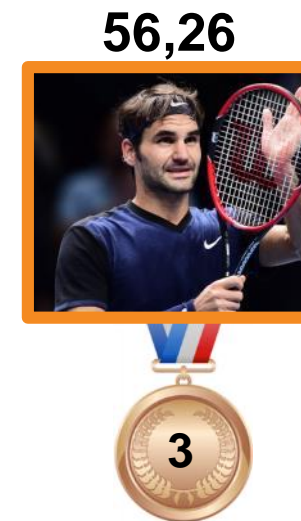
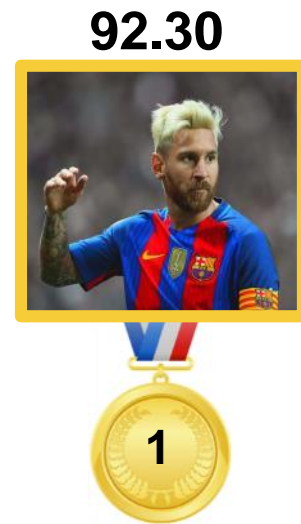
NS / NC

1,50%

AMPI GENERAL – TOP 10 EXTRANJEROS



■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)



NS / NC **7,70%**

AMPI FUTBOLISTAS – TOP 10



Espanoles

1.	Andrés Iniesta	96,60	=
2.	Sergio Ramos	55,69	+1
3.	Iker Casillas	52,28	-1
4.	Gerard Piqué	43,19	+1
5.	Xavi Hernández	27,46	-1
6.	Raul Gonzalez	22,73	=
7.	Fernando Torres	22,35	+1
8.	Carles Puyol	19,89	-1
9.	Isco	12,31	NT10
10.	Pep Guardiola	11,18	NT10

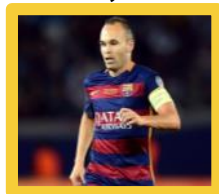
Extranjeros

1.	Leo Messi	91,90	=
2.	Cristiano Ronaldo	75,62	=
3.	Neymar	18,41	=
4.	Antoine Griezmann	16,28	+3
5.	Zinedine Zidane	12,93	-1
6.	David Beckham	12,02	-1
7.	Buffon	9,43	NT10
8.	Luis Suárez	8,37	-2
9.	Gareth Bale	6,60	NT10
10.	Pelé	5,63	NT10

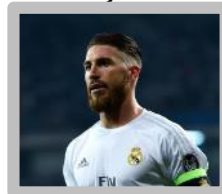
■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 3,40%

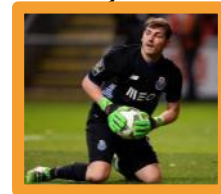
96,60



55,69



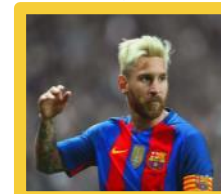
52,28



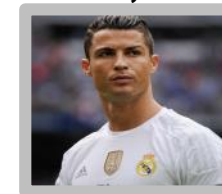
■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 8,10%

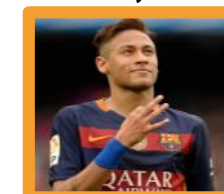
91,90



75,62



18,41



AMPI BALONCESTISTAS – TOP 10

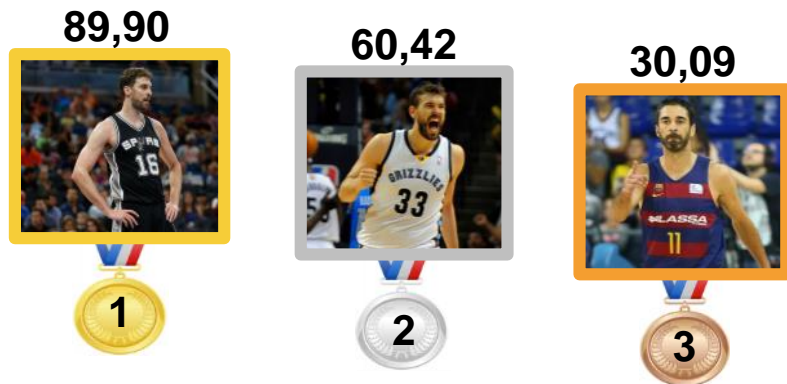


Españoles

1.	Pau Gasol	89,90	=
2.	Marc Gasol	60,42	=
3.	Juan Carlos Navarro	30,09	=
4.	Ricky Rubio	16,45	=
4.	Felipe Reyes	14,74	+1
6.	Sergio Llull	13,64	-2
6.	Rudy Fernández	7,67	-1
8.	Epi	6,82	+2
9.	Fernando Martín	4,26	NT10
10.	Juan A. Corbalán	4,02	NT10

■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 10,10%

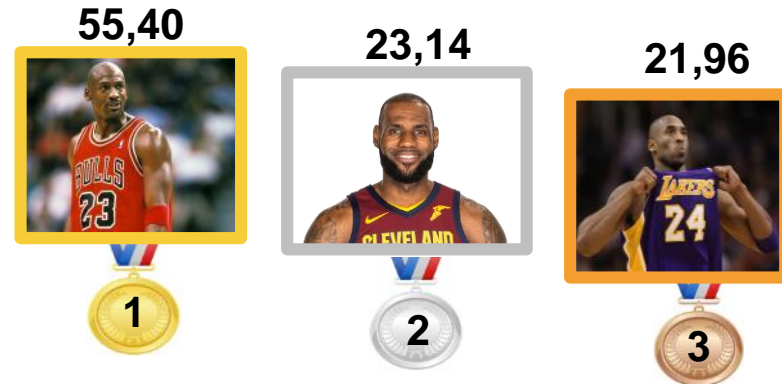


Extranjeros

1.	Michael Jordan	55,40	=
2.	Lebron James	23,14	+2
3.	Kobe Bryant	21,96	-1
4.	Magic Johnson	17,40	-1
5.	Stephen Curry	11,65	=
6.	Luka Doncic	8,45	NT10
7.	Larry Bird	6,25	-1
8.	Shaquille O'Neal	4,90	+1
8.	Kevin Durant	4,90	-1
10.	Arvydas Sabonis	4,56	-2

■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 44,60%



AMPI TENISTAS – TOP 10

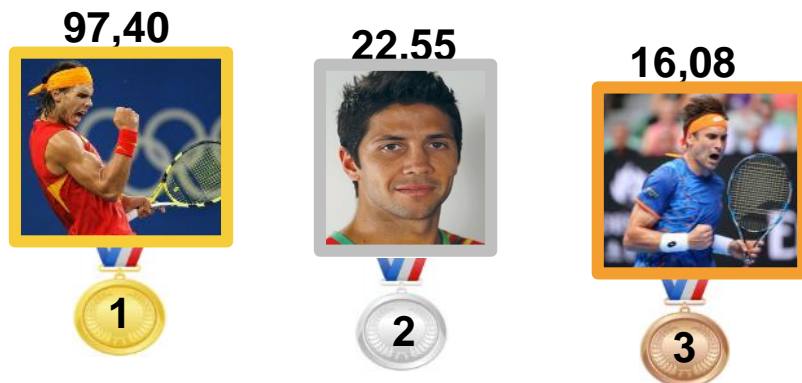


Espanoles

1.	Rafa Nadal	97,40	=
2.	Fernando Verdasco	22,55	+4
3.	David Ferrer	16,08	-1
4.	Feliciano López	13,36	-1
5.	Carlos Moyá	13,36	+3
6.	Manuel Santana	10,96	-2
7.	Arantxa Sánchez Vicario	10,65	-2
8.	Garbiñe Muguruza	7,93	NT10
9.	Juan Carlos Ferrero	6,58	NT10
10.	Conchita Martínez	5,12	-1

■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 2,60%

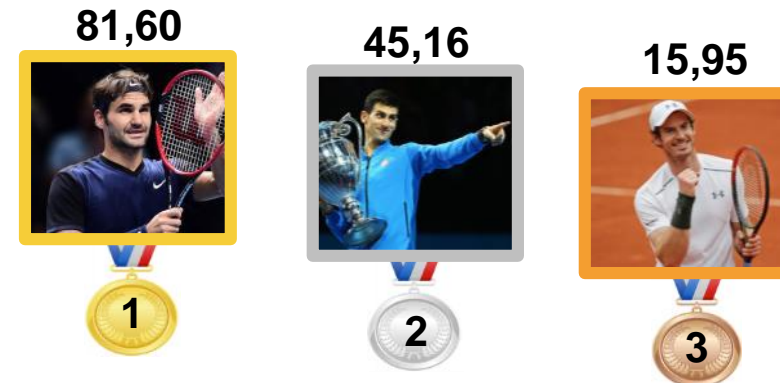


Extranjeros

1.	Roger Federer	81,60	=
2.	Novak Djokovic	45,16	=
3.	Andy Murray	15,95	=
4.	John McEnroe	11,04	=
5.	Serena Williams	9,57	+1
6.	Juan Martin del Potro	8,10	-1
7.	Andre Agassi	7,12	=
8.	Pete Sampras	5,89	=
8.	Venus Williams	5,89	+2
10.	Stanislas Wawrinka	4,54	NT10

■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 18,40%



AMPI PILOTOS – TOP 10



Espanoles

1.	Marc Márquez	93,50	=
2.	Fernando Alonso	90,26	=
3.	Dani Pedrosa	46,29	+1
4.	Jorge Lorenzo	31,48	-1
5.	Carlos Sainz	28,85	=
6.	Ángel Nieto	18,21	=
7.	Carlos Sáinz Jr.	12,65	=
8.	Pedro M. de la Rosa	6,17	=
9.	Fonsi Nieto	4,78	NT10
10.	Maverick Viñales	4,63	NT10

■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 6,50%

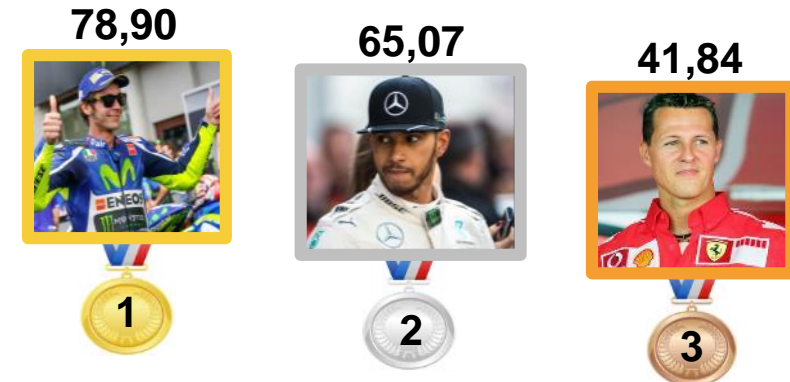


Extranjeros

1.	Valentino Rossi	78,90	=
2.	Lewis Hamilton	65,07	=
3.	Michael Schumacher	41,84	=
4.	Sebastian Vettel	24,76	+1
5.	Andrea Dovizioso	10,59	NT10
6.	Felipe Massa	9,05	+1
7.	Ayrton Senna	8,71	+1
8.	Kimi Raikkonen	8,20	-2
9.	Niki Lauda	5,12	=
10.	Emerson Fittipaldi	3,42	NT10
10.	Nico Rosberg	3,42	-6

■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 21,10%



AMPI CICLISTAS – TOP 10

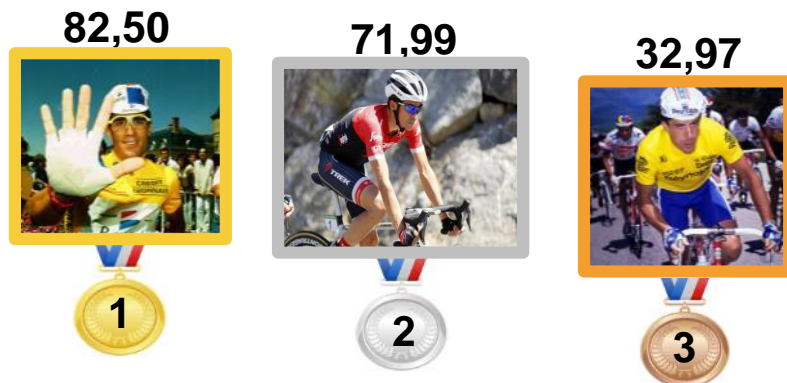


Espanoles

1.	Miguel Indurain	82,50	=
2.	Alberto Contador	71,99	=
3.	Perico Delgado	32,97	=
4.	Alejandro Valverde	20,16	+1
5.	Federico M. Bahamontes	10,08	+1
6.	Joaquim Rodriguez	7,34	-2
7.	Luís Ocaña	4,18	=
8.	Mikel Landa	3,46	NT10
9.	Miguel Poblet	1,58	NT10
10.	Fernando Escartín	1,44	NT10

■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 17,50%

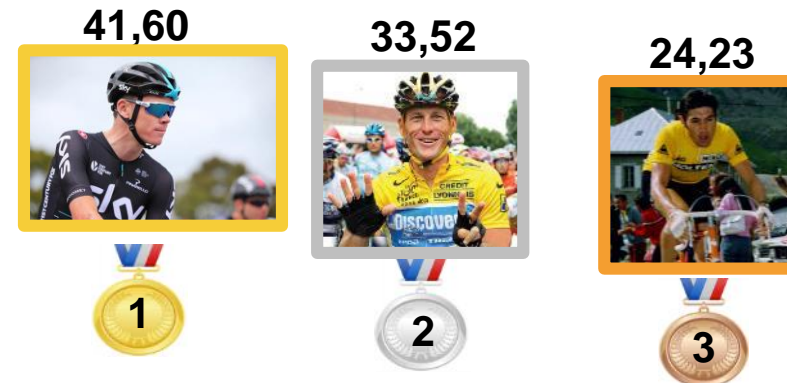


Extranjeros

1.	Chris Froome	41,60	+3
2.	Lance Armstrong	33,52	-1
3.	Eddy Merckx	24,23	-1
4.	Marco Pantani	14,19	-1
5.	Nairo Quintana	10,77	+1
6.	Bernard Hinault	10,28	-1
7.	Jacques Anquetil	7,10	=
8.	Vincenzo Nibali	4,65	NT10
9.	Greg LeMond	3,18	NT10
10.	Fausto Coppi	2,94	NT10
10.	Laurent Fignon	2,94	-1

■ AMPI (Athlete Marketable Potentiality Index)

NS / NC 58,40%





TREND

**BARÓMETRO PATROCINIO
DEPORTIVO 2017
BARÓMETRO PATROCINIO - TENDENCIAS**

PATROCINIO - TENDENCIAS



SPORTS BUSINESS - TENDENCIAS



SPORTS BUSINESS - TENDENCIAS



SOFISTICACIÓN GESTIÓN

ECOSISTEMA DEL SPORTS BUSINESS

SPORTS BUSINESS - TENDENCIAS

SOFISTICACIÓN GESTIÓN



Equipo

Club

Empresa



Engagement



Satisfacción



Monetización

← VALORES – PROPUESTA POSICIONAMIENTO →

MAIN REVENUE STREAMS



SPORTS BUSINESS - TENDENCIAS



INVERSIONES



FENWAY | SPORTS | GROUP



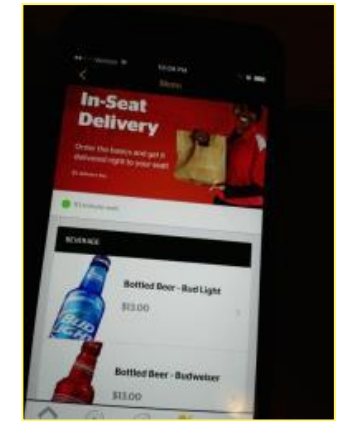
WUHAN DOUBLE - DDMC



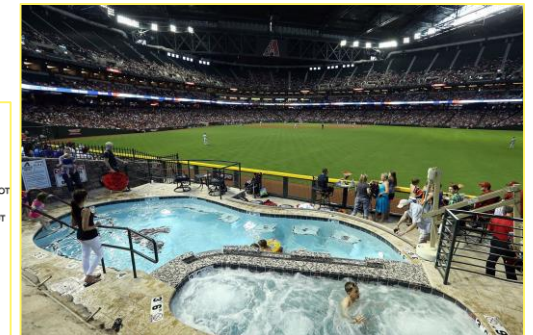
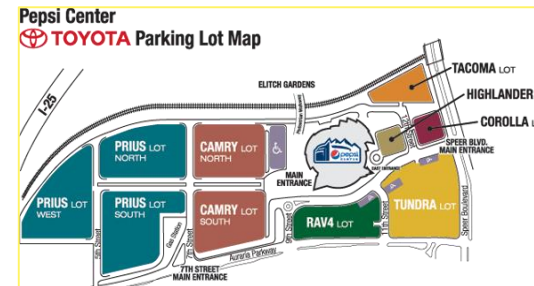
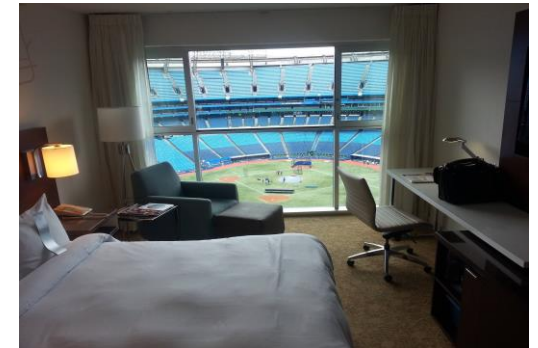
SPORTS BUSINESS - TENDENCIAS



INSTALACIONES MULTIUSO - 365



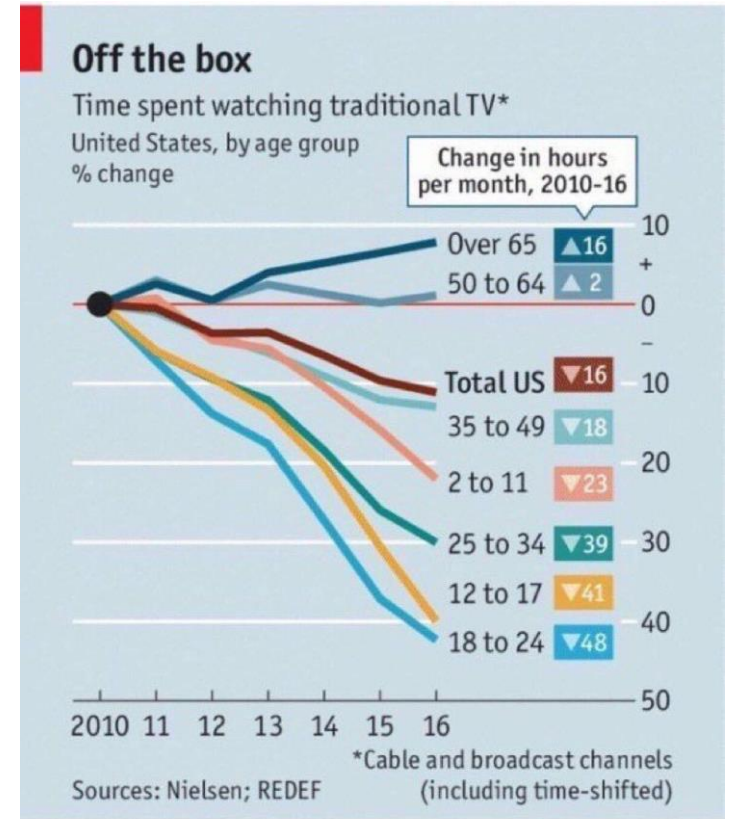
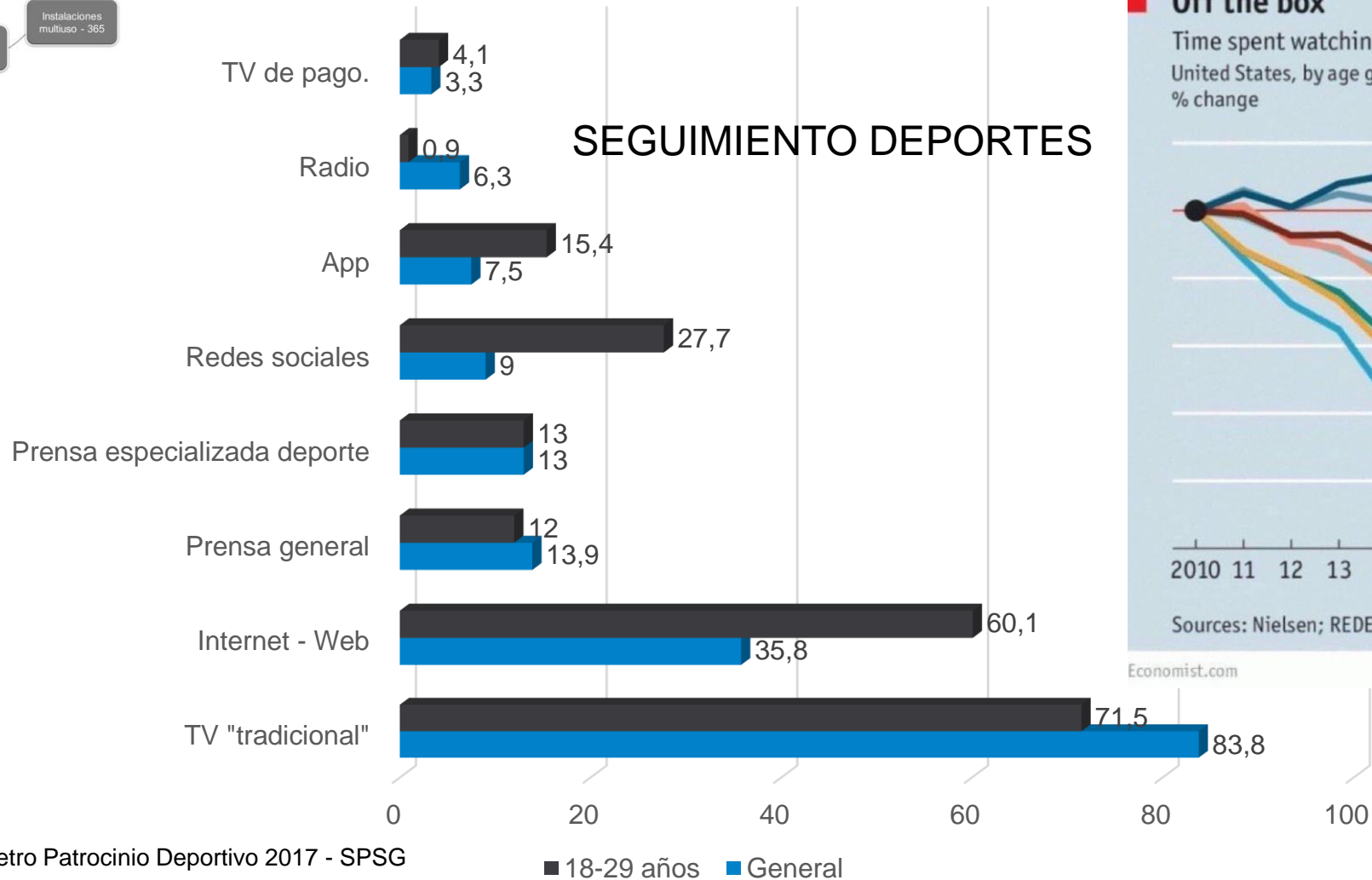
- The 4 rings model
- Match-day vs non-match-day



SPORTS BUSINESS - TENDENCIAS



PARADIGMA DERECHOS AUDIOVISUALES



Economist.com

Fuente: Barómetro Patrocinio Deportivo 2017 - SPSG

SPORTS BUSINESS - TENDENCIAS



PARADIGMA DERECHOS AUDIOVISUALES

									Otros
Otros									

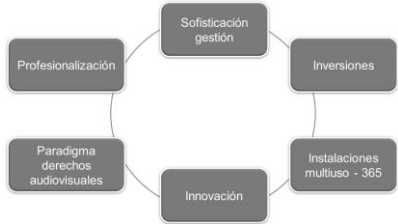
Span de atención


Eliminación barreras geográficas

Niveles de contenido

SPORTS BUSINESS - TENDENCIAS

INNOVACIÓN





“It is easier to go down the hill than up, but the view is much better from the top”

GRACIAS

Para más información
CARLOS CANTÓ
carlos.canto@spsgconsulting.com

SPSG

Sports – Partnerships – Sponsorship Global



Carlos Cantó

Carlos.canto@spsgconsulting.com

The image shows a world map with various national flags placed over different regions. Surrounding the map are numerous logos of partner organizations, including:

- North America:** City of New York Parks & Recreation, Massachusetts Bay Transportation Authority, Prince Edward Island, Powerboat World Championship, Visit Huntington Beach, Dallas, BERMUDA, BARBADOS, FONALEZA, METRÓRIO, PREVIDENCIA SOCIAL, Chile, Santander, enel.
- Europe:** Fáilte Ireland, Transport for London, Comité Paralímpico Español, Andalucía, IBEROSTAR, endesa, TMB, Illes Balears, MADRID about you, Metro, Barcelona Turisme, TURGALICIA, PortAventura WORLD, MAHOU SANMIGUEL, Caser, ESPAÑA, RATP, wlenholding, METRO, SONAE.
- Asia:** Global Sports Innovation Center, CALIXTO TURÍSTICA, B:SM, FEB, MAHOU SANMIGUEL, Caser, ESPAÑA, RATP, wlenholding, METRO, SONAE, TEDA, 北京市旅游局, Han'gzhou.
- Africa/Middle East:** Global Sports Innovation Center, CALIXTO TURÍSTICA, B:SM, FEB, MAHOU SANMIGUEL, Caser, ESPAÑA, RATP, wlenholding, METRO, SONAE, TEDA, 北京市旅游局, Han'gzhou.
- South America:** Chile, enel, Hellenic Fine Oils, HELLENIC OLYMPIC PROPERTIES, egypt, CITYSTARS, AZERBAIJAN, MAESTRO PIZZA, GOVERNMENT OF OMAN, RTA, Aldar, Ferrari World, aireo, RAPID METF, SINGAPORE SPORTS COUNCIL, SINGAPORE EXHIBITION CENTRE.

- SPSC Consulting, CEO
- ESADE, “Sports Business”
- Asociación Marketing España, Vocal y co-coordinador capítulo “Deportes”
- Colaborador de Corporate Excellence

Anteriormente:

- Lagardère Sports, Vice-President división Consulting
- IMG, Vice-President división Consulting
- Tea-Cegos, Responsable Comunicación y Estudios
- Consultur, Socio-Consultor
- BBA + MBA ESADE Business School, y Participante CEMS Master (HEC, Paris, France)

(*) Sample of projects lead by Carlos Cantó, current CEO of SPSC Consulting