

Sección a la que se dirige el artículo: Monotemático / Varia

Autores: Cancelo, Mercedes, Málaga, España
Lobillo, Gema, Málaga, España

Título: La presencia de las marcas en el fútbol. El caso de España y México

The presence of branding in football. The case of Spain and Mexico

Resumen

El patrocinio deportivo supone una fuente de beneficios para las marcas y los clubes. Es una relación marcada por la necesidad de estar presente y por el ingreso de recursos. Este establecimiento simbiótico, supone el desarrollo de una actividad que lleva presente en el panorama del deporte desde mediados del siglo pasado. Hasta tal punto que nos resulta imposible concebir un equipo de fútbol profesional sin una marca de presencia que lo patrocine. Basándose en esa visión indisoluble se ha planteado esta investigación, tomando como caso de estudio las ligas profesionales de fútbol de España y México en función de las empresas que intervienen en la labor de patrocinio. Los resultados arrojan una gran disparidad del uso de las marcas y del patrocinio en los dos países, estrechamente vinculado a la legislación vigente en cada caso y a la situación económica.

Abstract

Sports sponsorship is a source of benefits for brands and clubs. It is a relationship marked by the need to be present and the inflow of resources. This symbiotic accommodation involves the development of an activity that has been present in the landscape of the sport since the middle of last century. So much so that it is impossible for us to conceive of a professional football team without a brand presence to sponsor. Based on this indissoluble vision has raised this research, taking as a case study of professional soccer leagues of Spain and Mexico in terms of companies involved in the work of sponsorship. The results show a wide disparity in the use of brands and sponsorship in the two countries, closely linked to the law in each case and the economic situation.

Palabras clave: patrocinio, clubes, fútbol.

Key words: sponsoring, clubs, football.

Filiación institucional

Nombre completo: Mercedes Cancelo-Sanmartín, Universidad de Málaga: Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nombramiento profesional Profesora Contratada Doctora Interina

Cargo en la institución: Docente e Investigadora

E-mail: cancelo@uma.es

Número de ORCID:

Curriculum Vitae:

María de las Mercedes Cancelo Sanmartín, Doctora en Ciencias de la Comunicación. Profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Coordinadora de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Miembro Investigador de European center for Social Science Research (ECSSR). Ha desarrollado su actividad docente en México, USA y España. Sus líneas de investigación versan sobre la comunicación organizacional y las nuevas tecnologías.

cancelo@uma.es

Nombre completo: Gema Lobillo, Universidad de Málaga: Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nombramiento profesional: Profesora Asociada

Cargo en la institución: Docente e Investigadora

E-mail: gmlobillo@uma.es

Número de ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8595-5505>

Curriculum Vitae:

Gema Lobillo Mora. Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Málaga. Docente en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga. Acreditada Contratada Doctora. Investigadora en comunicación organizacional deportiva, marketing deportivo y organización de eventos. gmlobillo@uma.es



Declaración de originalidad DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD Yo, Mercedes Cancelo Sanmartín manifiesto mi interés de someter a la evaluación de los dictaminadores que asigne la revista web Razón y Palabra, el texto LA PRESENCIA DE LAS MARCAS EN EL FUTBOL. EL CASO DE ESPAÑA Y MÉXICO del cual soy autor. Afirmo que ese texto, de mi autoría, es inédito. Someto a dictamen del Comité Editorial de Razón y Palabra el referido texto el día 3/05/2017.

Declaro que todo comentario y opinión expresado en el citado trabajo es responsabilidad exclusiva de quien suscribe. Lo cual, no necesariamente refleja el punto de vista ni de Razón y Palabra ni de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios. Declaro que estoy de acuerdo en ceder los derechos de publicación del artículo LA PRESENCIA DE LAS MARCAS EN EL FUTBOL. EL CASO DE ESPAÑA Y MÉXICO de mi autoría, a la revista web Razón y Palabra.

Mercedes Cancelo Sanmartín



Declaración de originalidad DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD Yo, Mercedes Cancelo Sanmartín manifiesto mi interés de someter a la evaluación de los dictaminadores que asigne la revista web Razón y Palabra, el texto LA PRESENCIA DE LAS MARCAS EN EL FUTBOL. EL CASO DE ESPAÑA Y MÉXICO del cual soy autor. Afirmo que ese texto, de mi autoría, es inédito. Someto a dictamen del Comité Editorial de Razón y Palabra el referido texto el día 3/05/2017.

Declaro que todo comentario y opinión expresado en el citado trabajo es responsabilidad exclusiva de quien suscribe. Lo cual, no necesariamente refleja el punto de vista ni de Razón y Palabra ni de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios. Declaro que estoy de acuerdo en ceder los derechos de publicación del artículo LA PRESENCIA DE LAS MARCAS EN EL FUTBOL. EL CASO DE ESPAÑA Y MÉXICO de mi autoría, a la revista web Razón y Palabra.

Mercedes Cancelo Sanmartín