Tracking IOPE Patrocinios

Estudio sobre la asociación de patrocinadores con las Selecciones Españolas de Fútbol y Baloncesto

Equipos de fútbol más admirados por los españoles

© TNS Julio 2012

La Selección Española de Fútbol y sus Patrocinadores

Principales patrocinadores

Pre Eurocopa vs Post Eurocopa

Tras la Eurocopa, 4 de cada 10 españoles asocia alguna marca con la Selección Española de Fútbol

Antes de la realización de la Eurocopa, el 31% de la población cita algún patrocinador de la Selección

Las 3 marcas más beneficidas de su comunicación en la Eurocopa:

Cruzcampo: 279% incremento vinculación
Iberdrola: 139% incremento vinculación
Coca Cola: 200% incremento vinculación

Posición	Marca	Posición pre Eurocopa
1	Cruzcampo	2
2	adidas	3
3	CHEVROLET	1
4	IBERDROLA	7
5	Mahou	4
6	Coca-Cola	9
7	tve	6
8	HYUNDAI	-
9	pelayo	10
10	Damm	-

© TNS Julio 2012

Equipos de fútbol más admirados

Periodo Marzo a Julio 2012

Posición	Equipo
1	FC BARCELONA
2	REAL MADRID CF
3	ATHLETIC DE BILBAO
4	ATLÉTICO DE MADRID
5	REAL BETIS BALOMPIE
6	VALENCIA CF
7	SEVILLA FC
8	SELECCIÓN ESPAÑOLA
9	RCD ESPAÑOL
10	MANCHESTER UNITED

En el periodo que abarca de Marzo a Julio de 2012, el FC Barcelona se consolida como el equipo de fútbol más admirado por la población española, seguido de cerca por el Real Madrid

La Selección Española se sitúa en el 8º lugar, pero tras la Eurocopa es de los pocos equipos que incrementa las menciones espontáneas, duplicando además las cifras obtenidas en el periodo precedente

© TNS Julio 2012

La Selección Española de Baloncesto y sus Patrocinadores

Principales patrocinadores
(marzo-julio 2012)

Posición	Marca
1	San Miguel
2	Bankia
3	endesa
4	Coca-Cola
5	Caja Madrid
6	Li-Ning
7	adidas
8	kinder
9	BBVA
10	Chevrolet

El 10% de la población española cita algún patrocinador de la Selección Española de Baloncesto

O lo que es lo mismo: casi 4 millones de personas

© TNS Julio 2012

Sobre el Tracking IOPE de Patrocinios

El Tracking IOPE controla la **Notoriedad espontánea de las Marcas** con un formato multidimensional:

- Efecto de los Patrocinios en 10 grandes familias de Soportes y Eventos patrocinados
- Efecto de los Patrocinios en más de 100 Soportes y Eventos concretos
- Efecto de los Patrocinios en siete tipologías de Programas en Televisión
- La Notoriedad Publicitaria en ocho Medios

El Tracking IOPE de TNS aporta una información clave para medir la eficacia de su Comunicación, relacionarla con su competencia y detectar nuevas oportunidades. Una Investigación con un doble posicionamiento práctico con más de 100.000 marcas analizadas al año: útil para los análisis tácticos y necesario para las decisiones estratégicas, contando con muestras semanales de 700 entrevistas y acumulando 36.500 entrevistados anuales.

© TNS Julio 2012

Tracking IOPE Patrocinios

Asociación de patrocinadores con las
Selecciones Españolas de Fútbol y Baloncesto

Equipos de fútbol más admirados por los españoles

Para más información sobre Tracking IOPE:

Antonio Pérez
antonio.perez@tnsglobal.com
David Castillo
david.castillo@tnsglobal.com

91 432 87 00
O tu contacto habitual en TNS

www.tnsglobal.es

© TNS Julio 2012