

5 MARCAS CON EL ANUNCIO

QUE PATROCINEN DIVERSAS

ACTIVIDADES

ÍNDICE

TÍTULOS PÁGINAS

- **Kawasaki y Pit Beirer. 2**
- **Renault y Fernando Alonso. 3**
- **Citroën y Carlos Sainz. 4**
- **Honda y Valentino Rossi. 5**
- **Yamaha y Nic Granlund. 6**
- Busca 5 ejemplos de marcas con el anuncio que patrocinen diversas actividades. Explica las virtudes que intenta transmitir y los beneficios que aporta el producto de publicidad a la marca.

Kawasaki y Pit Beirer

Kawasaki patrocinador oficial de Pit Beirer.

- Explica las virtudes que intenta transmitir:

Kawasaki, como cualquier marca cuando patrocina a un piloto de lo que sea, intenta transmitir, además de su apoyo moral y económico a este, la confianza y por ello, calidad de sus motores. Estas multinacionales patrocinan a ciertos pilotos, merecedores por sus trofeos de la confianza de estas empresas, volcándose en ellos, patrocinándoles y ofreciéndoles publicidad mutua, a cambio de beneficios en la empresa, en la marca y en el terreno público.

- Beneficios que aporta el producto de publicidad a la marca:

Toda empresa, busca unos beneficios merecedores de su nombre (por eso escogen a grandes pilotos). Promocionan y patrocinan a pilotos y eventos, solo con la finalidad de que su nombre salga puesto ahí, y obtener beneficios de ellos por algún lado, ya que si además de patrocinar, la empresa en cuestión es la gran patrocinadora, como ahora se da el caso por utilizar una moto de esta marca, serían más los beneficios, a causa de que se benefician mutuamente y que según las clasificaciones de las competiciones, las posiciones obtenidas, los puntos obtenidos, también ganan económicamente. Con lo que podemos resumir diciendo, que las empresas que patrocinan, realmente todo lo hacen en beneficio propio.

Debajo de estas líneas, vemos a Pit Beirer, sentado encima de su moto, una Kawasaki de 250cc.

Pit Beirer, 2º de Europa en enduro de 250cc.



Renault y Fernando Alonso

Renault patrocinador oficial de Fernando Alonso.

- Explica las virtudes que intenta transmitir:

Renault, como cualquier marca que patrocine a alguien, lo que intenta transmitir es el prestigio de la marca, la categoría de la misma, la calidad, con ello, arrastra transmitir también la calidad de sus coches (en este caso motores más que nada), utilizando grandes pilotos, como es el caso de Fernando Alonso, que su vehículo tiene un motor de la compañía de Renault. Intentan llamar la atención haciendo creer al público que cualquier coche tiene ese motor, y que ellos también pueden ser un Alonso.

- Beneficios que aporta el producto de publicidad a la marca:

Los beneficios que aportaría la publicidad a esta empresa sería una mejora en la imagen de sus productos y de la empresa y un aumento de ventas en lo referente a vehículos, gracias a la publicidad ofrecida por fórmula 1, por el coche de nuestro piloto español Fernando Alonso. Y luego la parte proporcional de las competiciones, las carreras ganadas, los puntos obtenidos y el reparto de ganancias en lo referente a publicidad por parte de ambos, ya que cada uno publicita al otro de una forma u otra.

En la imagen de abajo, tenemos al actual mejor piloto en Fórmula 1 de España, Fernando Alonso, y al lado su vehículo, el R 24.

Fernando Alonso, compite actualmente en el campeonato del mundo de Fórmula 1.



Citroën y Carlos Sainz

Citroën patrocinador oficial de Carlos Sainz.

- Explica las virtudes que intenta transmitir:

Citroën intenta transmitir el gran valor de sus coches y motores, poniendo el ejemplo en Carlos Sainz, es una manera de llamar la atención del público. Intenta hacerles pensar que si su coche es un Citroën Xara (en este caso), puede correr tanto como el de Sainz. Con esto engañan al espectador que ve el anuncio de promoción (que no entiendan de coches), haciéndoles creer todo lo dicho anteriormente, y llevándoles a comprar coches tanto de este tipo, como de otros pero llamando siempre su atención a que sean de esta compañía o empresa.

- Beneficios que aporta el producto de publicidad a la marca:

Pues reitero diciendo lo anterior, los beneficios que aporta la publicidad al producto son grandes, ya que gracias a este tipo de anuncios y promociones, la demanda de esta marca, y más en este tipo de coches (Citroën Xara), es enorme, con lo cual, esta empresa ganaría mucho en poco tiempo y los beneficios serían extraordinarios, y todo gracias a la influencia de un personaje famoso, que convence mucho más al espectador con su presencia, que si la propia marca hiciera su propio anuncio. Y luego, por otro lado, obtienen una parte

proporcional de las competiciones: de las victorias, de las posiciones, y los puntos que le suman a cada marca, según las cualidades del vehículo, motor, etc.

Aquí debajo, Carlos Sainz, quien muestra en su traje el nombre de su patrocinador en grande: Citroën, más otros patrocinadores de menos importancia. Junto a esta fotografía, observamos su coche, Citroën Xara, al cual hacemos alusión.

Carlos Sainz, 2 veces ganador mundial de rally's, con el coche Toyota Celica.



Honda y Valentino Rossi

Honda y Repsol, patrocinadores oficiales de Valentino Rossi.

- Explica las virtudes que intenta transmitir:

Honda quiere mostrar a toda persona amante de motos, utilizando a vencedores de competiciones (en este caso Valentino Rossi), de que su marca tiene grandes motos, siendo esta la causa por la cual ganan competiciones; por el dicho: un gran piloto no gana sin un gran vehículo. Y lo mismo sucede con Repsol, unida a esta o independientemente, intenta mostrar que su marca de gasolina es tan buena y potente, que hace correr mucho más a la moto. Con esto, intentan llamar la atención del espectador a: comprar motos de esa marca, ir a gasolineras Repsol en vez de a otras,

- Beneficios que aporta el producto de publicidad a la marca:

Los beneficios aportados por la publicidad son: aumento de venta en motores de esta marca, aumento de visitas a este tipo de gasolineras, el uso constante de éstas, Luego cada compañía obtiene un beneficio cada una por su lado por: carreras ganadas, posiciones, puntos atribuidos al vencedor, puntos atribuidos a la marca de la moto,

También puntualizar que cualquier marca con prestigio, conocida y con dinero, siempre patrocinará a alguien que pueda añadirle más prestigio, le de más fama y obtenga beneficios, nunca pérdidas, por eso las grandes multinacionales siempre apuestan por grandes vencedores.

Justo debajo de este texto, tenemos a Valentino Rossi, piloto de motos si observamos su traje, podemos ver con facilidad los dos grandes patrocinadores de este: Repsol y Honda. Y justo a su dcha. tenemos su moto, también visibles los nombres de los patrocinadores.

Valentino Rossi, 1º del mundo en 500cc.



Yamaha y Nic Granlund.

Yamaha patrocinador oficial de Nic Granlund.

- Explica las virtudes que intenta transmitir:

Yamaha es el patrocinador de Nic Granlund, además de porque es uno de los mejores pilotos de quads, porque el vehículo utilizado por éste, es de esta marca, con lo cual, es lógico y normal que este le publicite. También podemos fijarnos un poco y ver que también la compañía KENDA, hace uso del traje de este piloto para su

publicidad. Yamaha busca en esto, un aumento siempre de ventas (no olvidemos que las multinacionales no patrocinan por amor al arte, si no por un aumento de ventas siempre en beneficio de la empresa). Intentan mostrar la parte positiva (de usar un vehículo de esta marca) que aporta la empresa sobre el piloto y su vehículo.

- Beneficios que aporta el producto de publicidad a la marca:

Los beneficios son evidentes: si llega a crear furor entre el público, con un mayor porcentaje entre el público adolescente y los amantes de quads, el porcentaje de ventas aumentaría considerablemente ya que al ver el público, la buena calidad del vehículo, apostarían por el vehículo de esta marca en cuestión, y la empresa ganaría prestigio y aumentarían las ventas.

Debajo de estas líneas, tenemos a Nic Granlund, uno de los mejores pilotos de Quads, montado en su Quad, de la marca Yamaha, modelo YFZ450, en un trepidante y admirable salto en una competición.

