



Marcas, al rescate de los deportistas

Amateur. De cara a los Juegos de París, la iniciativa privada se ha sumado para apoyar a los atletas que clasifiquen a la justa; al menos cinco empresas se han agregado al momento

CARLOS CRUZ
CIUDAD DE MÉXICO

Este 2024 es año olímpico y, para fortuna de los deportistas que se perfilan para competir en París, también es el momento en el que las marcas comerciales voltean a verlos para ofrecerles patrocinios; incluso, el mismo Comité Olímpico Mexicano ha comenzado a tener mayor atención por parte de las empresas.

A pocos meses de que se celebre la justa olímpica, varias marcas han abierto la cartera para involucrarse en la preparación que siguen los atletas que buscan llegar en las mejores condiciones a la competencia veraniega. Hasta el momento, el COM ha firmado alianzas con cuatro marcas comerciales –cifra que aumentará a cinco la siguiente semana– y que consisten en dar recursos económicos al fideicomiso “Todos Somos Olímpicos”, que realizó el organismo que dirige María José Alcalá, para apoyarlos en lo que necesiten rumbo a los Juegos Olímpicos de París 2024.

“Esto es algo complementario, nosotros tampoco podemos depender del humor de alguien, necesitamos que los atletas tengan sus apoyos y sus situaciones resueltas, que estén concentrados y no preocupados. Nosotros tenemos que brindarles a nuestros atletas seguridad”, declaró Alcalá tras la alianza que se hizo con TUDN, empresa que apoyará a la delegación que asista a los Olímpicos.

Mejorar la calidad

Aunque en los últimos Juegos Olímpicos la delegación mexicana fue más grande, el número de medallas fue menor



*Hasta el momento
· FUENTE: La Afición
· INFORMACIÓN: Eduardo Espinosa

Prácticamente en todo el ciclo olímpico, el COM tuvo pocas miradas de los patrocinadores y recientemente, en tan solo dos meses, ha firmado con cuatro marcas: TUDN, Banco Azteca, Bimbo y Grupo Azteca, además está por firmar con Herbalife.

La importancia del apoyo

Casi todos los atletas que están clasificados a París 2024 reciben un apoyo económico por parte del gobierno federal y, en algu-

nos casos, también del estatal; sin embargo, para este proceso olímpico se implementaron tabuladores. De esta manera, los mejores ranqueados pueden recibir hasta 55 mil pesos mensuales, mientras que la cantidad más baja para los que ya tienen su boleto a Olímpicos es de 20 mil pesos.

La mayoría de la delegación que se está conformando para ir a París –59 atletas en 44 plazas hasta hoy– no recibe más allá de 30 mil pesos, una cantidad parece insuficiente, sobre todo si se considera que el gasto promedio de un atleta de alto rendimiento es mayor a esa cifra.

Es ahí donde la iniciativa privada juega un papel determinante, y que se ha reflejado en anteriores ciclos con el apoyo que le brindaron a atletas de gran renombre. “No es solo por las medallas, sino por lo que genera el deporte en las personas y hay marcas que nos brindan la confianza cuando estamos en nuestra etapa de preparación o quienes están en el camino rumbo a Olímpicos”, mencionó la arquera Alejandra Valencia, medallista en Tokio 2020.

Para la clavadista Alejandra Orozco –doble medallista olímpica– el hecho de tener patrocinadores representa un alivio, tras tener sus becas y apoyos bloqueados por parte de la Conade. “Hay buenas personas y marcas que sí confían en estos proyectos y que saben que estamos haciendo una buena planeación, que están arri-



ba del barco, el cual esta navegando desde el año pasado que inició todo el proceso”, mencionó.

Sin el foco mediático

Sin embargo, está la otra cara de la moneda: la de los atletas de disciplinas que no son muy populares

y, por lo tanto, las marcas no voltean averlos a pesar de los destacados resultados obtenidos. Tal es el caso para la pentatleta Mayan Oliver, quien es actualmente la campeona panamericana y ya cuenta con la plaza a París 2024. “A veces el apoyo viene hasta el

final y realmente muchos atletas se decepcionan o se retiran por eso”, precisó Oliver. Mismo caso del subcampeón mundial de taekwondo, Carlos Sansores, quien no cuenta más que con el patrocinio de una marca local de mochilas.

**Apoyo.
A los deportistas**



El primer convenio
Delegación completa
La televisora más importante del país apoyará a toda la delegación olímpica.



Alianza con el COM
Beneficiará a la delegación
La empresa de panificación aportará recursos a los clasificados a París.



Doble proceso
París 2024 y Los Ángeles 2028
Uno de los bancos firmó convenio para éste y el siguiente proceso.

