



# JAVIER SAGRERA

*INVERTIR EN F4*

**JSB**  
JAVIER SAGRERA



# **CONTENIDOS**

INVERTIR EN PATROCINIO	<b>03</b>
SEGUIMIENTO EN MEDIOS	<b>05</b>
TENDENCIAS DE CONSUMO	<b>06</b>
RETORNO DE LA INVERSIÓN	<b>07</b>
PRESUPUESTO	<b>11</b>
ESPONSORIZACIÓN	<b>12</b>



PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# INVERTIR EN PATROCINIO



Según la última encuesta del **SAI (Sponsorship Awardness Index)**, entre los objetivos más importantes que las marcas buscan en el patrocinio deportivo destacan:

**1**

## VISIBILIDAD DE MARCA

Mantiene los mismos niveles de siempre.

**2**

## ASOCIACIÓN DE VALORES DE MARCA

Clara tendencia al alza.

**3**

## PRESTIGIO DE MARCA

Este valor se incrementa mucho en los últimos años.



PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# INVERTIR EN PATROCINIO



El automovilismo, y en concreto la velocidad en circuito en las modalidades de "Fórmula X" atraen por tradición a marcas de alto valor reconocido; por lo que entrar en esa categoría se convierte en una vía para aumentar el valor de marca percibido.



**BANCOS**



**LINEAS  
AÉREAS**



**LIDERES DE  
ELECTRÓNICA**



**MARCAS  
ALIMENTACIÓN**



**MARCAS  
DE LUJO**

Patrocinar la F4 es más que un simple patrocinio. Representa la visibilización del apoyo a los jóvenes, a una carrera, a un futuro, a una escuela de pilotaje y por lo tanto, un compromiso con las nuevas generaciones.

Ciertamente la visibilidad de marca que puede brindar la F4 no es comparable con otras categorías superiores, pero la relación **Visibilidad - Valores - Prestigio / Inversión** si que resulta de altísima rentabilidad (sin considerar beneficios fiscales) para el segmento de consumidor de 18-29 años.





PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# SEGUIMIENTO EN MEDIOS



La F4 es seguida por la prensa especializada del mundo del automovilismo y sus redes sociales. Tanto en noticias de revistas como periódicos digitales.

También los medios convencionales (prensa y TV), en sus secciones de deporte o de motor, dan seguimiento a la evolución de la competición durante la temporada, así como los programas específicos del mundo del motor en TV.





# TENDENCIAS DE CONSUMO



En cuanto a las tendencias, el estudio SAI define ya algunos cambios para el segmento de 18 a 29 años. **Hay una gran disminución del uso de la TV tradicional en contraposición a un gran uso del visionado por internet/web** con un índice del 60,1. Incrementa de forma muy importante el visionado a través de RRSS con un 27,7 y desciende la TV de pago al 4,1 y el resto de soportes (Prensa 13, Radio 0,9).

Por ello, y pese a existir presencia de medios especializados en las pruebas, **la presencia prevista para 2020 de las cámaras de "La Liga Sports" en todas las pruebas de F4 potencian la posibilidad de incremento de los impactos al brindar la transmisión en directo y a través de su canal de Youtube para este segmento de consumidor.**

## SEGUIMIENTO DEPORTES

Gráfica de el seguimiento de los deportes del segmento de edad de **18-29 años**.





PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# RETORNO DE LA INVERSIÓN



**VISIBILIDAD DE MARCA**



**EXCLUSIVIDAD DE CATEGORIA**



**HOSPITALIDAD VIP**



**PRESENCIA EN RRSS**

**Cuatro de las cinco marcas más conocidas para el consumidor en España** (según el último barómetro del patrocinio deportivo), tienen relación con el mundo del automovilismo.



Presencia en equipos Ferrari y McLaren



Tiene la exclusiva de los derechos televisivos de la F1



Patrocinador principal de los grandes premios de F1



Presencia en equipos de casi todas las categorías del automóvil



PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# RETORNO DE LA INVERSIÓN



*VISIBILIDAD DE MARCA*



**EXCLUSIVIDAD DE CATEGORIA**



*HOSPITALIDAD VIP*



*PRESENCIA EN RRSS*

**En la F4**, a excepción de RED BULL, que tiene equipo propio, **no hay ninguna marca que ostente una posición predominante en la competición**. Es una oportunidad única para tomar posición en esta categoría, tanto para marcas generalistas de consumo, como específicas para segmentos de edad objetivo jóvenes. Véase el éxito de "Estrella Galicia" en el ámbito del motociclismo.





PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# RETORNO DE LA INVERSIÓN



**VISIBILIDAD DE MARCA**



**EXCLUSIVIDAD DE CATEGORIA**



**HOSPITALIDAD VIP**



**PRESENCIA EN RRSS**

Al tratarse de un nuevo equipo, todas las acciones de MK y RRPP que la marca desee llevar a cabo pueden plantearse y planificarse durante la temporada **creando un estilo propio y cercano que el equipo transmitirá a consumidores, clientes e invitados** de la marca en cada una de las competiciones a lo largo de la temporada.





PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# RETORNO DE LA INVERSIÓN



**VISIBILIDAD DE MARCA**



**EXCLUSIVIDAD DE CATEGORIA**



**HOSPITALIDAD VIP**



**PRESENCIA EN RRSS**



Al tratarse de jóvenes pilotos, la presencia en RRSS está garantizada, sobre todo en INSTAGRAM, la más usada por jóvenes del segmento 18-29. **Se deberá crear una estrategia entre marca y piloto para sacar el máximo partido a las espectaculares imágenes y a los contenidos.**

La creación de cápsulas de video que transmitan valores (de piloto y de marca) a través de RRSS, la difusión de imágenes impactantes de las carreras, etc... Pueden hacer aumentar viralmente los impactos de marca en este segmento de consumidor.



PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# PRESUPUESTO



La temporada completa para cada una de las competiciones (F4 España y F4 Italia) del equipo **F4 MOL Racing** asciende a:

# 225.000 €

Ello incluye licencias, costes de personal, neumáticos, recambios, viajes y estancias del equipo, reparaciones, combustible, seguros, alquiler espacios y otros servicios para toda la temporada 2020.



PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# ESPONSORIZACIÓN



## **MONO Y CASCO**

Render de un ejemplo de patrocinio:

**A** Sponsor principal

**B** Sponsor secundario

**C, D, E, F** Resto Sponsors

\*El diseño es un ejemplo. Aún está pendiente de definir.



PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# ESPONSORIZACIÓN



## COCHE

Render de un ejemplo de patrocinio:

**A** Sponsor principal

**B** Sponsor secundario

**C, D, E, F** Resto Sponsors

\*El diseño es un ejemplo. Aún está pendiente de definir.





PATROCINIO JAVIER SAGRERA

# ESPONSORIZACIÓN



## **BOXES**

Personalización total de toda la zona de Boxes con los elementos de marca de los sponsors.



## **CAMION**

Personalización de el camión de Mol Racing con los logos y colores de los sponsors.



## **MANAGER PILOTO**

Javier Sagrera Sabater

Tel. 609 31 15 62

Mail: javiersagrera62@gmail.com

## **TEAM MANAGER**

Miguel Molina

Tel. 637 40 01 41

Mail: miguel.molina@molracing.com

