

CLUBES

El Sevilla FC se pasa a las apuestas con el patrocinio de Titanbet

Palco23

1 mar 2016 - 15:33

Semanas intensas para el departamento de marketing del Sevilla FC. Después de aprovechar el Mobile World Congress (MWC) para anunciar el nuevo contrato de patrocinio con el fabricante de *smartphones* ZTE, el club de Nervión ha hecho pública su alianza con Titanbet.es. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos, aunque sí su duración: lo que resta de temporada y toda la 2016-2017.

La compañía, con sede en Bulgaria, es la primera vez que se apoya en el marketing deportivo para dar a conocer su portal, que incluye desde apuestas deportivas hasta juegos de casino y póker. En virtud de esta asociación, Titanbet.es tendrá la condición de proveedor oficial de apuestas, lo que le permitirá beneficiarse de las redes sociales del Sevilla FC, además de ofrecer "contenidos especiales" sobre el club en su página web para darse a conocer entre los aficionados.

"Para nosotros es una alegría poder incorporar a Titanbet.es en nuestro programa comercial", ha explicado Ramón Loarte, director de marketing del club, convencido de la importancia de que las empresas empiecen a tener en cuenta los "activos que el club ofrece" para promocionar marcas. "Verán en esta entidad el mejor aliado para introducirse en el fútbol español y seguir creciendo en audiencia a nivel europeo", ha remachado su presidente, José Castro.

Ricardo Cuevas, portavoz del portal, ha añadido que "tenemos buena acogida entre los apostantes y los aficionados al fútbol pero queríamos reforzar todavía más nuestra presencia apostando por un equipo de la Liga BBVA". De esta manera, se une a otros operadores como Bwin, con el Real Madrid, o Kiroibet con los tres clubes del País Vasco, que llevan tiempo utilizando esta fórmula para ganar clientes. O Sportium, patrocinador oficial de La Liga, pero más recientemente también de la Liga Nacional de Fútbol Sala (LNFS) y la ACB.

Pese a este acuerdo, el club hispalense sigue sin dar con un patrocinador principal para su camiseta, que a precios de mercado le podría reportar un mínimo de tres millones de euros anuales. Por ahora, el socio más importante es New Balance como proveedor técnico, que está un escalón por encima de Cruzcampo, Coca-Cola, CaixaBank, Reale Seguros y Robles Restaurantes.

El Sevilla FC cerró la campaña 2014-2015 con una facturación de 125,8 millones de euros, un 22,8% más respecto al ejercicio anterior, como adelantó *Palco23*. Además, en los tres últimos ejercicios se ha logrado incrementar de forma paulatina el beneficio neto, que alcanzó los 6,5 millones de euros a junio de 2015. Una de las claves del Sevilla FC es su capacidad para obtener plusvalías por el traspaso de futbolistas.