

CLUBES

El Manchester City renueva con la firma de RRHH Hays tres años más

Palco23

17 mar 2016 - 17:16

Hays quiere seguir utilizando el Manchester City como plataforma de marketing. La agencia de recursos humanos ha renovado su contrato de patrocinio global con el club de fútbol para los próximos tres años, por el que también les ayuda en la búsqueda de talento profesional para sus departamentos de legal, finanzas, comercial, marketing y comunicación. La relación se inició en 2013, aunque no han trascendido los términos económicos.

El contrato, que en 2015 ya se extendió a la franquicia New York City, de la Major League Soccer (MLS), incluye acciones en los soportes digitales del club, pero también presencia en el Etihad Stadium a través de las vallas LED que rodean el terreno de juego.

"Nuestra asociación con el Manchester City ha sido una experiencia transformadora en formas que no habíamos previsto. Estábamos tan seguros de los progresos que hemos hecho hasta la fecha, que se ha firmado la renovación antes de que finalice el tercer año del contrato original", ha celebrado Sholto Douglas-Home, director de marketing de Hays. "El ritmo del cambio en el Manchester City nos ha sorprendido y ha sido fantástico ser una parte de ese viaje", ha añadido sobre la internacionalización en este período, con la creación de franquicias en EEUU, Australia y Japón.

Tom Glick, director de marketing de City Football Group, ha añadido que "la historia que estamos contando es cómo reclutar y construir un equipo ganador y lo importante que es para las organizaciones de todo tipo, y Hays está produciendo contenido fantástico que está disponible para sus amplias audiencias". "Hemos confiado en Hays para ayudarnos a construir nuestra organización. Somos más que un equipo de jugadores y una Academia; tenemos un conjunto profesional preparado que ellos no han ayudado a encontrar", ha puntualizado.

La compañía se suma a la larga lista de patrocinadores que tiene la entidad, donde ya figuran Etihad, Nike, Etisalat, TCA Abu Dhabi, aabar, Nissan, Hays, LG, EA Sports, QNET, iON, Vitality, FXPrimus, T.M.Lewin, Jaguar Energy Drink, Singha, Tecate y 2Stic, entre otros.

Después de acumular unas pérdidas de 103,81 millones de libras (139,49 millones de euros) en las últimas dos temporadas, el Manchester City cerró la campaña 2014-2015 con un beneficio neto de 10,7 millones de libras (14,37 millones de euros). Este hito, que le ha permitido eliminar algunas de las restricciones económicas impuestas por la Uefa, se produce después de lograr unos ingresos récord de 352 millones de libras (473 millones de euros).