

## CLUBES

# Bartomeu promete más de 300 millones en beneficios hasta 2021

M.Menchén

9 jul 2015 - 15:02

La gestión económica está siendo uno de los puntales de Josep Maria Bartomeu y hoy se ha vuelto a demostrar. Susana Monje, que asumirá la vicepresidencia económica si el candidato gana las elecciones, ha desvelado hoy que su compromiso es generar un beneficio neto por temporada equivalente al 8% de la facturación. Es decir, que sólo con que el FC Barcelona sea capaz de ingresar 600 millones cada año, las ganancias acumuladas durante los seis años de mandato se situarían en 288 millones de euros.

El importe podría acabar siendo aún más importante, ya que el plan estratégico de la candidatura mantiene la aspiración de llegar a facturar 1.000 millones de euros en 2021. Se trata de un reto ambicioso, sobre todo si se tiene en cuenta que el hasta ahora vicepresidente económico, Javier Faus, había situado el techo de ingresos para 2020 en unos 750 millones. Una de las claves para batir estas previsiones será la internacionalización.

En cualquier caso, la cifra de 288 millones más que duplica los 133 millones de beneficio que se han generado en los cinco años en los que el club ha estado presidido por Sandro Rosell, primero, y por Bartomeu entre enero de 2014 y junio de 2015. Estos resultados económicos son los que permitirían al club rebajar su deuda neta actual, que ronda los 280 millones de euros, hacia un importe inferior a los 200 millones.

Este nivel de endeudamiento no incluye los 200 millones del préstamo que se solicitará para financiar una parte del Espai Barça. Enrique Tombas, consejero delegado de Suma Capital y una de las caras nuevas de la candidatura, ha recordado que este proyecto inmobiliario "será un vector clarísimo para tener nuevos ingresos" gracias a los nuevos servicios que ofrecerá a aficionados y empresas. Se estima que los ingresos asociados a la remodelación se situarán en 50 millones de euros por temporada, suficiente para garantizar ante los bancos la devolución de ese dinero.

Monje ha desvelado que la internacionalización de la marca Barça, con la búsqueda de nuevos patrocinadores regionales por todo el mundo, recibirá un impulso con la apertura de nuevas oficinas comerciales. A las delegaciones de Hong Kong, abierta hace más de un año, y la de Nueva York, pendiente de inaugurar, la candidatura cree que sería conveniente abrir en Sao Paulo y Pekín/Shánghai. La primera no sólo

abarcaría el mercado brasileño, sino toda Latinoamérica, mientras que la de China se centraría en el interior del gigante asiático.

## Patrocinios de campaña electoral

Tombas ha asegurado que todavía hay mucho margen de recorrido para incorporar marcas comerciales al portafolio del club. La candidatura, además, ha vuelto a insistir en que estarían dispuestos a replantear la relación con Qatar si llega una oferta en firme que iguale los 60 millones por temporada del emirato, que además liberará la camiseta de entrenamiento. "Sorprende que haya empresas que aparecen ahora en campaña electoral y hasta ahora no habían tenido ni cinco minutos para dirigirse al club", ha lamentado Monje.

La extesorera del Barça se refería así al preacuerdo que había alcanzado el precandidato Jordi Farré con Botemanía, una empresa de bingo online que estaría dispuesta a pagar 40 millones por temporada a cambio de la camiseta de entrenamiento, la de las secciones polideportivas y el nombre del Camp Nou.

¿Esto puede interesar al aficionado? Las encuestas del propio club confirman un alto desconocimiento del trabajo de la entidad en esta parcela, pero es básico para poder acudir al mercado de fichajes. En este sentido, Monje ha avanzado que ven posible incrementar la capacidad de inversión neta en la compra de jugadores, de una media anual de 40 millones a unos 60 millones de euros.