

CLUBES

El Barça eleva la apuesta por Norteamérica con su sexta escuela en Canadá

El club blaugrana ya está más cerca de las cincuenta FCB Escola en el mundo tras firmar otra apertura en Calgary, al sur de Canadá. Este proyecto se suma a los anunciados en México, Zambia y Japón y eleva a más de 40.000 el número de niños participantes.

M.Menchén
5 abr 2018 - 04:59

El Barça entra en Hungría con una escuela de fútbol en Budapest

El FC Barcelona vuelve a apostar por la formación para abrir mercado en Norteamérica. Según ha podido saber *Palco23*, el club ha cerrado un acuerdo con BCN Sports para abrir su sexta FCB Escola en Canadá. En concreto, lo hará en las instalaciones del Southern Alberta Institute of Technology, en la ciudad de Calgary, al sur del país. Con este proyecto, Canadá igualará a Estados Unidos en número de academias de fútbol con la imagen del Barça.

Pese a la escasa tradición del primero de estos dos países en cuanto a fútbol profesional, el socio local del club ha logrado tejer una importante red desde 2013, con academias en marcha en Vancouver, Edmonton, Toronto, Ottawa y Montreal, que es la última que abrió. De hecho, BCN Sports también es la empresa que se encargó de poner en marcha las dos primeras sedes permanentes en Australia.

En ninguno de estos casos se ha ido de la mano de un patrocinador, como sí se hizo en Estambul, primero con Avea y ahora con el apoyo de Beko, fabricante turco de electrodomésticos que es patrocinador desde 2014 y que a partir de 2018-2019 tendrá la condición de main partner junto a Rakuten y Nike. En su caso, y a cambio de desembolsar unos 19 millones de euros anuales, no sólo lucirá en la ropa de entrenamiento y la manga izquierda de la camiseta, sino que a efectos de activación tendrá presencia en todos los proyectos de formación que se realicen en Turquía.

El Barça ha conseguido que patrocinadores importantes como Rakuten o Beko se impliquen en la apertura de escuelas

Es una fórmula que también se está implantando con Rakuten, el socio comercial más importante al margen de Nike y que paga 55 millones de euros por temporada. El grupo japonés de comercio electrónico ha sido el motor para que en la ciudad de Nara se abra una tercera sede de la FCB Escola Japón, que se sumará a las de Katsushika y Fukuoka. En la primera tienen a 420 alumnos, por los 270 de la segunda. “Es el ejemplo que queremos replicar”, señala el director del departamento, Carlos Martín, sobre la implicación de los patrocinadores.

Japón es ahora el país asiático con más escuelas junto a China, donde hay tres. La más importante es la gestionada de forma directa por el club dentro del complejo de Mission Hills Group en la isla de Hainan, con una inversión de ocho millones de euros. El gigante asiático, también cuentan con el apoyo económico de la farmacéutica local Huanghai en el centro de Qingdao, mientras que en Chengdu no hay una marca comercial detrás y su gestión está también en manos de BCN Sports.

Nestlé, que es patrocinador global con el foco puesto en Asia, también ha adquirido derechos de asociación con la FCB Escola en determinados territorios, al igual que Fitness Time, socio regional en Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudí, donde ha promovido la apertura del primer proyecto en la ciudad de Riad. Telefónica, por su parte, promovió el Campamento Movistar – FCB en Venezuela, con sesenta niños.

De ahí que es muy difícil desgranar qué parte de estos contratos de patrocinio son atribuibles al departamento, cuya principal fuente de ingresos son los contratos de licencia que mantiene con los socios locales que se encargan de las aperturas de las escuelas en el extranjero. Por otro lado, están las cuotas que directamente pagan los 350 niños que se forman en las instalaciones del Miniestadi, y que pagan entre unos 600 euros y 1.000 euros anuales, en función de si son socios o no.

El Barça ha logrado implicar a patrocinadores como Rakuten y Beko en las FCB Escola

Image not found or type unknown

Josep Maria Bartomeu, presidente del Barça, con jugadores de la Barça Academy de Nueva York, que es propia

Martín explica hoy en una entrevista con *Palco23* que “nosotros dependemos del área de negocio global porque se cobra una licencia, pero dentro del club se nos ve sobre todo como una herramienta para expandir barcelonismo, acercar al seguidor, a jugadores y jugadoras... si estuviéramos aquí por el dinero, no lo estaríamos haciendo de la manera en que lo hacemos”. En la actualidad, el área de escuelas emplea a unas quince personas en las oficinas anexas al Camp Nou, a las que hay que sumar los setenta entrenadores de los programas en Barcelona y los otros cincuenta que están en el extranjero. A ellos, se les suma el personal que cada *partner* local aporta para la gestión.

La entidad calcula que “actualmente hay más de 250 entrenadores que implementan este estilo de juego en todo el mundo”, a los que ofrece la opción de reciclarse con el programa FCB Coaches Academy, por el que este año han pasado cien profesionales. Este curso consta de cincuenta horas lectivas y están dirigidas por el departamento de formación de formadores de Masia 360, que encabeza Pere Gratacós, y por el departamento de metodología de la FCBEscola, liderado por Isaac Guerrero. El 85% de las clases son asumidas por el propio personal del club, como Pep Segura, Paco Seirul-lo o Víctor Küppers.

El objetivo es que todos sean capaces de aplicar el mismo modelo, ya sea en China, en Estados Unidos o en Zambia, el último país que se sumará a la red de cuarenta escuelas por todo el mundo con una apertura en la capital, Lusaka. Como viene siendo habitual, esta licencia ha sido la culminación de un proceso que se inició con la celebración de campus y clínicos, que permiten testar la viabilidad de tener una sede permanente. El año pasado, más de 50.000 niños y niñas formaron parte de una escuela o de alguno de los 180 campus y 50 clínicos organizados.

Presencia internacional en todos los continentes

Hasta ahora, en África sólo estaban presentes en El Cairo (Egipto) y Lagos (Nigeria), una presencia idéntica en volumen a la de Oceanía, el último continente al que entró con iniciativas en Sídney y Brisbane. Por el contrario, América y Asia son los dos mercados más desarrollados en este sentido. En el primero tiene seis escuelas en Estados Unidos, cinco en Canadá, tres en Colombia, dos en Brasil y sendas en México, República Dominicana, Perú, Guatemala y Costa Rica. En Asia, hay tres en China y Japón, respectivamente, otras dos en Arabia Saudí e India, y una en Dubái y Singapur.

Europa no es un mercado sencillo, puesto que tiene que competir con las ligas nacionales y clubes históricos que cuentan con su propia cantera. De hecho, la última apertura en el Viejo Continente se produjo en 2016, cuando abrieron en Moscú aprovechando el creciente interés de Rusia por desarrollar el fútbol a cuenta del

Mundial 2018. Más antigua es la instalación donde se desarrolla la actividad en Varsovia, abierta en 2011 y de los primeros proyectos internacionales que se pusieron en marcha. En 2014 se abrió en Estambul.

La guinda a todas estas acciones que se desarrollan durante el año es el Torneo FCB Escola, que este año alcanzó su séptima edición con la participación de 1.900 niños de todo el mundo. La mayoría de trofeos recayeron en los equipos de las escuelas de Barcelona, pero en el club consideran que el verdadero triunfo será conseguir que todos ellos acaben siendo aficionados del Barça y hagan más grande su expansión global. ¿El próximo reto? Intentar replicar el modelo con el resto de secciones, después de que la FCB Escola Basket Barcelona rozara los 200 inscritos en su primer año.