

CLUBES

El Barça pierde su academia de Arabia Saudí tras no renovar el patrocinio con Fitness Time

En 2015, cadena de gimnasios controlada por el grupo saudí Leejan Sports se convirtió en *sponsor* regional de la entidad azulgrana hasta junio de 2018. Tras no ampliar su vinculación, la compañía seguirá operando su academia sin utilizar la marca del club.

P. López
3 sep 2018 - 05:00

El FC Barcelona deja de tener presencia en Arabia Saudí con una academia, aunque la ir

El FC Barcelona se repliega en Arabia Saudí. El club azulgrana ha perdido la única Barça Academy que tenía en este país de Oriente Medio después de no haber ampliado el acuerdo de patrocinio regional que tenía con su gestora, Fitness Time. Según ha podido saber *Palco23*, la entidad catalana ha dejado de licenciar su marca a esta compañía, que seguirá explotando la instalación con su propia metodología e imagen corporativa.

El vínculo entre el Barça y Fitness Time se remonta a 2015, cuando el club dio un empujón a su internacionalización con la creación de academias y campus de fútbol en varios países. En aquel momento, la cadena de gimnasios se convirtió en patrocinador regional hasta junio de 2018, un acuerdo que le reportaba al club unos ingresos anuales de 1,2 millones de euros. A cambio, la compañía podía darse a conocer en Arabia Saudí utilizando la imagen blaugrana y, además, disponía de la licencia de uso de su marca en la academia de fútbol que inauguró en Riad, el principal centro de negocios del país.

El acuerdo también contemplaba la organización de campus y *clinics*, la enseñanza del fútbol mediante la metodología del Barça, y el uso de *merchandising* oficial hasta el 1 de julio de 2018, momento en que el contrato expiraba. Según la memoria financiera de Leejan Sports, la compañía propietaria de la cadena de gimnasios no contemplaba renovar el acuerdo. Al contrario, su idea es seguir gestionando la academia bajo la marca Fitness Time, una firma con notable reconocimiento en la región ya que es la cadena con mayor número de centros deportivos en Oriente Medio y el Norte de África.

El FC Barcelona deja de tener presencia en Arabia Saudí con una academia, aunque la instalación seguirá operativa a través de la marca Fitness Time

De este modo, el FC Barcelona pierde a un socio local en Arabia Saudí y su presencia en ese país, donde aún mantiene contratos de patrocinio con Samba Financial Group. En la actualidad, el club cuenta con 44 academias alrededor del mundo. Su mayor área de influencia en Norteamérica, con ocho instalaciones en Estados Unidos, una de ellas enfocada al deporte profesional (Long Island) y otra que cuenta con residencia (Arizona). En Canadá tiene seis academias más, y se acaba de inaugurar la primera en Puebla (México).

Para hacer crecer su marca a nivel internacional y llevar su filosofía de fútbol a distintos países, el Barça cierra acuerdos con partners locales que se encargan de gestionar las academias, mientras que el club se centra en llevar su metodología de entrenamiento y de formar a los entrenadores.

Su salida de Arabia Saudí coincide en el tiempo con su entrada en Kuwait. No es la primera vez que el Barça suma fuerzas con alguno de sus patrocinadores para abrir una academia, ya que como parte de su alianza con su *sponsor* principal, Rakuten, el portal de comercio electrónico inaugurará el tercer centro de tecnificación en Japón.

El Barça pierde su academia de Arabia Saudí tras no renovar el patrocinio con Fitness Ti

Image not found or type unknown

El Barça cuenta con 44 escuelas repartidas por cinco continentes. Fuente: FC Barcelona

Desde el club aseguran que la apertura de academias no busca generar ingresos, sino llevar su metodología de entrenamiento alrededor del mundo e incrementar la presencia de la marca a nivel internacional. Se trata de una vía que, de manera indirecta, afecta a la facturación de la entidad, ya que a mayor notoriedad, mayor capacidad de ingresar más vía patrocinio. El club facturó 914 millones de euros en la temporada 2017-2018 y un beneficio de 13 millones de euros.

Fitness Time, líder en la industria del **fitness** en Oriente Medio

Fitness Time, por su parte, es una compañía controlada por el grupo saudita Leejam

Sports, especializado en la construcción y gestión de centros deportivos. La empresa dio el salto al parque para captar más de 30 millones de euros. Esta operación no diluyó la participación del máximo accionista, el empresario Hamad Ali Al-Saqri, que ostenta el 60,5% del accionariado. El 30% pertenece a pequeños accionistas que han invertido en bolsa, mientras que el 5% restante pertenece a los inversores que ya formaban parte del accionariado antes de la salida a bolsa, y que han visto diluida su participación.

En la actualidad la cadena opera en Arabia Saudí y Emiratos Árabes Unidos, donde da servicio a 209.000 clientes que acuden a algunas de sus 112 instalaciones. Opera con varios modelos, desde gimnasios *premium* hasta centros dirigidos al público infantil, pasando por clubes dirigidos al alto rendimiento y gimnasios exclusivos para hombres y para mujeres.

Los últimos resultados económicos cifran las ganancias del grupo en 74,4 millones de riales (16,5 millones de euros) en el primer semestre de 2018, un 12,2% menos que en el mismo periodo del año anterior. Pese a la caída del beneficio, la compañía aumentó un 3% su facturación, hasta 364,5 millones de riales (83,3 millones de euros).