

CLUBES

El Barça rebasará los 600 millones de ingresos esta temporada gracias al marketing

Marc Menchén
25 ago 2015 - 05:00

El punto fuerte de la inmediata asamblea de compromisarios que celebrará el FC Barcelona será la ratificación del patrocinador que la junta directiva proponga para la camiseta blaugrana a partir de la temporada 2016-2017. Sin embargo, también está por ver qué sucederá con los presupuestos del actual ejercicio, después de que en la 2014-2015 se pulverizaran todos los registros con una facturación de 608 millones de euros. Según las fuentes consultadas por *Palco23*, el presidente Josep Maria Bartomeu está en disposición de asegurar que un año más la entidad rebasará los 600 millones.

Se trata de un importante hito para la entidad, ya que este año se logró superar el techo de 603 millones registrado por el Real Madrid un año antes gracias a la consecución del triplete. Ahora, sin embargo, las previsiones de la directiva apuntan a que podría prácticamente igualarse esa cifra aunque no se repita victoria en Liga, Copa del Rey y Champions League al mismo tiempo. "El presupuesto apunta a que pasaremos de los 600 millones todo incluido, sobre todo gracias a los ingresos de marketing", indica una voz autorizada del club después de que el director general, Ignacio Mestre, informara a la junta sobre la elaboración de los mismos.

Ello, pese a que los presupuestos dejarán de incluir los 27 millones obtenidos por ganar la Champions League (entre pagos de la Uefa y de los patrocinadores que no se incluyen nunca de inicio por prudencia contable). También se prevé una mejora del beneficio neto de 15,15 millones de la temporada 2014-2015, ya que en los presupuestos no habrá un gasto tan excesivo en salarios como el del último año, ya que sólo se presupuestan las primas de la Liga. Está por ver si bastará para reducir la deuda neta, objetivo obligado para cumplir con los estatutos tras fallar el año pasado.

Los fichajes de Aleix Vidal y Arda Turan incrementarán en unos 10 millones las amortizaciones, mientras que las salidas de Xavi y Pedro suponen una rebaja del coste salarial respecto a las nóminas de las nuevas incorporaciones. Está por ver cómo influenciará la mejora de contrato de Neymar.

Traspaso de jugadores, una actividad ya recurrente

Las fuentes consultadas indican que los ingresos ordinarios estarán por encima de los 560 millones, cifra a la que habrá que añadir los 39 millones de euros que ya se han asegurado por el traspaso de jugadores: Pedro al Chelsea (27 millones), Adama Traoré al Aston Villa (10 millones) y Karabatic al PSG de balonmano (2 millones). Esta cifra es superior a los 31 millones que se anotaron en la temporada 2014-2015 por las salidas de Alexis, Bojan, Dos Santos y Deulofeu y Hezonja, según consta en la memoria económica que se presentó a mediados de julio.

Esta partida se ha convertido ya en estructural dentro de la cuenta de resultados del Barça, con ingresos por la salida de jugadores que han estado superando los 40 millones de euros durante las tres últimas temporadas. Sin embargo, ¿cómo podrá igualar la junta los números de la última campaña a la espera de nuevos títulos? En *Palco23* hemos recogido las operaciones que, a grandes rasgos, deben asegurar ese objetivo, con la Uefa como actor clave de este impulso económico.



El Barça ingresará 4 millones por ganar la Supercopa de Europa.
/FC Barcelona-Miguel Ruiz

Más ingresos por competiciones

Este año entran en vigor los nuevos contratos comerciales y de televisión de la Champions League, que suponen un incremento del 45,6% de los premios para el

período 2015-2018. Y ello implica que, presupuestando como siempre por prudencia que sólo se alcanzarán los cuartos de final, el Barça sepa ya que recibirá 10 millones adicionales. Sólo por alcanzar esa ronda tendrá 23,5 millones, frente a los 16 millones de la última temporada, mientras que de repetir los mismos resultados en la fase de grupos se embolsaría 7,5 millones, frente a los 5 millones anteriores. Este dinero se incluye siempre en el área de marketing, bajo el epígrafe de comercialización.

Pero no es el único incremento de los pagos que obtendrá de la Uefa: hay que añadir ya los 4 millones de euros que se han percibido por ganar la Supercopa de Europa. En este punto, cabe recordar que la presencia en el Mundial de Clubes de Japón podría suponer entre dos millones y cuatro millones más en premios que otorga la Fifa, según el resultado que obtengan.

También hay que tener en cuenta los aproximadamente diez millones de euros que, según la prensa que se desplazó a la gira del Barça por EEUU, el club percibirá por dichos amistosos; a esta cifra se le suman los 3,2 millones facturados en el trofeo Joan Gamper, una cifra récord. En total, unos 12,5 millones que más que duplican los 5,58 millones obtenidos en la temporada 2014-2015 por amistosos, ya que el pasado verano no hubo *road show* por Asia o América y se concentró la preparación en Europa. Además, hay que añadir los tres millones que aproximadamente generó la taquilla del partido de vuelta de la Supercopa de España, competición que el pasado verano no disputó.



Lassa Tyres pagará entre 4 millones y 6 millones al año como patrocinador principal de las secciones y oficial del club.

Impulso a los patrocinios globales y regionales

El verdadero incremento de los ingresos del Barça por patrocinio se producirá en la temporada 2016-2017, cuando entre en vigor el contrato del nuevo espónsor de la camiseta y que, sea Qatar Airways o cualquier otra marca, supondrá un mínimo de 60 millones por temporada. Además, se liberará la venta de la camiseta de entrenamiento, que podría generar unos 7 millones más a partir de ese mismo año. En cualquier caso, se doblarían los ingresos por este concepto respecto a los 35 millones actuales. También se negocia con Nike la mejora del actual contrato, de unos 54 millones al año, y que se quiere elevar a 90 millones.

Mientras tanto, el club ya ha conseguido compensar la salida de Intel (2,4 millones) con el ascenso de Etisalat de socio global a premium, situándose en el mismo nivel que Beko, Audi, Damm y CaixaBank. Además, entra en vigor el acuerdo con Lassa Tyres como patrocinador oficial y de las secciones (entre 4 millones y 6 millones al año), y los de OPPO en la categoría de dispositivos móviles y el de Toshiba en el de tecnologías para la salud (en torno a tres millones cada uno).

Está por ver si el club igualmente presupuesta un alza adicional de acuerdos de patrocinio, dada la aceleración de acuerdos regionales en Asia (11 acuerdos que ya suponen 16 millones al año) y la previsible mejora que se espera en Norteamérica una vez abre la oficina comercial anunciada hace ya casi un año. En la actualidad, el Barça ya tiene 19 acuerdos de este tipo, muchos de ellos firmados a mitad de la pasada temporada.



El auge del turismo y la mejora del consumo local ayudarán a la explotación del estadio, como el restaurante Tapas, 24.

Probable mejora por televisión gracias a la Uefa

Pese al fuerte incremento de los ingresos por televisión que La Liga ha conseguido gracias a la anticipación de la venta centralizada, el Barça aún tardará un mínimo de tres años para percibir más por este concepto. No obstante, el club podría arañar unos tres millones adicionales de la Uefa por las retransmisiones: a diferencia de la campaña anterior, el club acude a la cita ahora como campeón de Liga y Champions League, lo que supone una mayor parte del pastel a repartir entre equipos españoles. Además, la organización dispone de 50 millones extra de la televisión para repartir entre los 32 participantes.

Recuperación del consumo y turismo, clave para el Museo y el FCB Megastore

Barcelona no deja de recibir turistas año a año y la tendencia es que esta actividad siga creciendo. Ello supone una gran noticia para el Museo del Barça, que en la última temporada ya batió su récord de facturación con 26 millones de euros, un 9% más. A este negocio hay que añadir el canon que el club cobra a los negocios de restauración ubicados en el entorno del Camp Nou y que ahora se complementa con la reciente apertura del restaurante Tapas, 24 de Carles Abellan.

Nike también se beneficiará de la cada vez mayor frecuencia de paso de turistas por el estadio blaugrana, ya que ahí se ubica el FCB Megastore. Ello, unido a la tímida recuperación del consumo en España, podría mejorar la facturación por la venta de productos oficiales, una actividad que en los últimos años había provocado una merma de ingresos.