

CLUBES

El Barça saca partido al MWC: factura 300.000 euros por 'hospitality', el doble que en 2018

El club ha sacado el máximo rendimiento a sus espacios para empresa, en los que se han celebrado diez actos asociados a la mayor feria de telefonía y a los que han acudido 1.181 personas.

M.M.A.
1 mar 2019 - 04:59

FC Barcelona

El FC Barcelona *conecta* con el Mobile World Congress (MWC). Ayer fueron decenas de ejecutivos internacionales los que cambiaron la mayor feria de telefonía móvil por el Santiago Bernabéu para ver *El Clásico* de Copa del Rey, pero la actividad del Camp Nou poco tiene que envidiar. Sin partidos sobre el terreno de juego, el club blaugrana ha sabido exprimir sus espacios reservados para empresas y facturar 300.204 euros por el alquiler de los mismos durante esta semana, según explican fuentes de la entidad a *Palco23*.

Este importe supone más que doblar los ingresos obtenidos en 2018, que se situaron en 147.480 euros. Este salto económico coincide con el del número de eventos celebrados, que han pasado de cinco a diez, y todos ellos vinculados a un evento profesional que ha reunido a 109.000 asistentes en la capital catalana. De estas, son 1.181 personas las que han acudido a las dependencias del Barça. Se desconoce qué multinacionales optaron por alquilar estas salas, si bien el equipo de fútbol cuenta con patrocinadores tecnológicos como Rakuten u Oppo.

Este no es un dato menor, si se tiene en cuenta que el club presidido por Josep Maria Bartomeu organizó 400 eventos corporativos en 2017-2018, entre comerciales e internos. Toda esta actividad se canaliza a través del departamento de *meetings&events*, que canaliza tanto congresos especializados como fiestas de graduación de escuelas de negocios o comidas y cenas.

El Barça facturó 19 millones de euros en 2017-2018 con el negocio de *hospitality*

No son cifras menores, teniendo en cuenta que el club ha tenido que ir adaptando parcialmente espacios del estadio para esta actividad a la espera de la remodelación integral. Para entonces sí se espera un salto adelante, con la apertura de nuevas zonas para empresa dentro de un Camp Nou que hoy atiende a este segmento con el Auditorio 1899 y las salas Roma y París, especialmente.

En total, el negocio de *hospitality* cerró 2017-2018 con una facturación de 19 millones de euros, un 2% más interanual. Una parte importante de este negocio está muy vinculada a la visita anual del Real Madrid en LaLiga, que generó unas ventas VIP de tres millones de euros a través de 2.400 entradas. Para fidelizar a este segmento, en el que cuentan con 250 empresas, también se crearon nuevos eventos de *networking*, como los VIP Breaks o un evento a final de temporada en la Ciudad Deportiva Joan Gamper.

Está por ver si el club conseguirá dar uso al 5G dentro de su oferta corporativa, después de que en el Mobile World Congress (MWC) anunciara una alianza con Telefónica para que el Camp Nou sea el primer estadio de Europa con cobertura 5G permanente. Esta inversión permitirá a las dos partes ofrecer nuevas experiencias a los aficionados, con la emisión de contenidos en realidad virtual como elemento estrella.

La tecnología instalada se basa en cámaras 360 grados ubicadas en diversos lugares del Camp Nou sin necesidad de cable, además de toda la infraestructura tecnológica instalada para la banda comercial de Telefónica y con una red estándar 3GPP de Ericsson que garantiza una mayor capacidad de transmisión de datos. "Permitirá explorar nuevas formas más inmersivas de disfrutar de los acontecimientos deportivos", explican las dos organizaciones.

El objetivo no es otro que proseguir con la desestacionalización de los ingresos generados con la actividad del primer equipo, una meta en la que el Camp Nou Experience ya viene jugando un papel fundamental con la tecnología como motor. La marca con la que opera el museo del FC Barcelona logró facturar 57,67 millones de euros en 2017-2018, más de lo que obtienen muchos equipos de LaLiga por la explotación total de su recinto.

La junta directiva ha aprobado un presupuesto de 960 millones de euros para la temporada 2018-2019, lo que supone una mejora del 5% interanual

. Por el contrario, el beneficio neto será de 11 millones de euros, por debajo de los 13 millones de 2017-2018, que ya fue el más bajo desde 2012.