PALCO23

CLUBES

El Betis negocia con Hewlett Packard para que el Villamarín sea un 'smart stadium'

El club quiere que el negocio al margen de la televisión crezca a un ritmo del 20% interanual, hasta los 25 millones de euros dentro de dos años y lanzará licencias para una operadora de telefonía móvil y una línea de moda textil.

M.Menchén
18 abr 2017 - 04:59

el benito villamarín ampliará su aforo hasta las 60.000 personas

El Real Betis quiere dar un nuevo impulso a su negocio comercial. El club, que en los últimos meses ha buscado ensanchar su masa social con la compra del Baloncesto Sevilla y la integración del Nazareno de fútbol sala, ha empezado a diseñar una hoja de ruta para que el negocio del club al margen del fútbol crezca a un ritmo del 20% interanual, de forma que pase los 15 millones de euros previstos para 2016-2017, a los 25 millones en dos temporadas. "Tengo el objetivo de incrementar el negocio un 20% interanual", explica Ramón Alarcón, consejero del club y director de negocio del club.

El ejecutivo desgranó recientemente en los medios oficiales de la entidad los planes más inmediatos en los que están trabajando, entre los que destacan la potenciación del negocio de licencias y las negociaciones con Hewlett Packard (HP) para convertir el Benito Villamarín en un *smart stadium*. "Quieren al Betis como proyecto emblemático a nivel europeo", desveló, sobre un proyecto que no tendría un coste adicional para el Betis, que ya ha invertido más de diez millones de euros en la ampliación del estadio.

Alarcón avanzó que, entre las novedades que se introducirían gracias al proyecto con la multinacional estadounidense, está la conexión Wi-Fi para recintos deportivos, que permitirá que no se produzcan cortes para ninguno de los 60.000 espectadores para los que tendrá capacidad la instalación una vez culminen este año las obras de reconstrucción de uno de los fondos. La conectividad es un paso previo para toda una serie de servicios adicionales que quieren ofrecer a los socios, como una *app* que permita encargar la comida en los bares del interior del recinto o mejorar la ubicación de un asiento si existe disponibilidad.

"Este proyecto no sabemos si podrá ser para la próxima temporada o la siguiente", matizó el directivo, ya que tras la firma del memorando de entendimiento debe

https://www.palco23.com/clubes/el-betis-negocia-con-hp-para-que-el-villamarin-sea-un-smart-stadium

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

evaluarse la viabilidad económica del proyecto. Anteriormente, HP ya ha realizado trabajos similares en estadios de mayor envergadura, como el Levi's Stadium de San Francisco, donde juegan los 49ers de la NFL y donde se disputó una de las últimas ediciones de la Super Bowl.

Este nuevo paso se une a los ya dados con la ampliación del aforo, pero también con la decisión de aprovechar el menor coste final de estas obras para destinarlo a la renovación estética del recinto. Por otro lado, se anunció que las reformas permitirían disponer de 4.500 metros cuadrados adicionales de superficie para usos terciaros, en línea con la estrategia del Betis de aumentar los ingresos comerciales.

> **Las obras del Benito Villamarín, que han costado algo más de diez millones, supone ampliar el aforo hasta 60.000 espectadores y tener más espacios comerciales**

"Queremos generar más ingresos para que el dinero pueda estar en el campo", enfatizó Alarcón, quien señaló al contrato de patrocinio técnico con Adidas como otro de los puntales para el crecimiento futuro. "Tenemos un gran activo que es la marca Betis y tenemos que conseguir que genere rendimiento", enfatizó, para lo que en las últimas semanas se ha prácticamente doblado la red de tiendas. A la del estadio y la ubicada en la Plaza Nueva se le han sumado un establecimiento más en la Plaza del Salvador y un *outlet* en Dos Hermanas, a las afueras de Sevilla. Además, próximamente se subirá la persiana a otro punto de venta en la estación de tren de Santa Justa.

En estos locales no sólo se venderán los productos técnicos y la línea de calle diseñada por la marca de las tres bandas, sino que también estarán todos los productos licenciados que se quieran crear. Por un lado, Alarcón ha decidido recuperar la marca textil Betis Moda, "que en su día funcionó", mientras que han firmado sendos acuerdos para licenciar la versión de las trece barras de juegos de mesa como Monopoly o Subbuteo.

https://www.palco23.com/clubes/el-betis-negocia-con-hp-para-que-el-villamarin-sea-un-smart-stadium

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

También está ultimando los detalles para el lanzamiento de Betis Móvil, un operador virtual de telefonía, aunque se desconoce con qué compañía están trabajando en este proyecto. Con quien sí se sabe que está trabajando es con Vodafone, que incorporará el canal de televisión del club a su plataforma de pago para ampliar el radio de visibilidad, actualmente restringido a Sevilla. En este sentido, también se ha lanzadouna aplicación para dispositivos móviles que también emite todos los contenidos en *streaming* y a la carta.

El club tiene asumida la importancia que tienen los entornos digitales y la importancia de empezar a monetizar los más de 1,4 millones de seguidores que tienen entre las principales redes sociales, como Facebook o Twitter. “Hemos tenido una reunión con Mediapro porque están interesados en comercializar los activos digitales del Betis”, desveló el ejecutivo, quien apuntó al valor estratégico que también pueden tener a la hora de conseguir nuevos patrocinadores.

Porque ahí es donde está uno de los principales desafíos del club, que aún no ha conseguido un patrocinador principal para la camiseta. Ello, pese a ser de los que mayor implantación social tiene, con más de 40.000 abonados, y que es los que mayores audiencias genera a GOL cuando juega el partido en abierto de la Liga Santander.

https://www.palco23.com/clubes/el-betis-negocia-con-hp-para-que-el-villamarin-sea-un-smart-stadium

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.