

CLUBES

El Betis potenciará sus ventas online tras firmar seis años con Adidas

M.M.A.

3 jul 2015 - 18:34

Adidas gana presencia en Primera División. La multinacional alemana de equipamiento deportivo ha confirmado hoy que vestirá al Real Betis durante las próximas seis temporadas, una más de lo que se preveía inicialmente. El conjunto andaluz ha utilizado una cláusula de salida que se estableció en el contrato con Macron, para poder rescindir el contrato con la marca italiana un año antes de lo previsto.

Juan Carlos Ollero, presidente del club, no ha querido aún desvelar los términos económicos del acuerdo (con la anterior marca era unos dos millones por temporada), aunque ha admitido que "el acuerdo contempla unos ingresos mínimos en cualesquiera condiciones y luego principalmente unos ingresos variables en función de ventas". No deja de ser una situación similar a la que Adidas pactó con el Valencia CF, que aceptó rebajar el fijo de 3,8 millones que percibía de Joma a sólo 1,6 millones de la marca alemana más variables que en principio hacen que el monto total esté muy por encima.



Juan Carlos Ollero, presidente del Betis, entre José María Pajares y Luis Cano, responsables de distribución y de patrocinio de Adidas, respectivamente.

"Estamos seguros de que los escenarios de ventas son de tal naturaleza e importancia que el Real Betis será suficientemente compensado por el patrocinio que hoy suscribe", ha asegurado Ollero, quien también ha anticipado que las nuevas camisetas saldrán a la venta con un precio de 69 euros. Una de las claves para dar un impulso a las ventas y asegurar que el club verdiblanco no pierde con el cambio de patrocinador será la mejor red de distribución que garantiza Adidas.

José María Pajares, responsable de distribución de la marca en España, ha explicado que asumirán la gestión de las dos tiendas que el Betis ya tiene (una en el estadio y otra en la Plaza Nueva de Sevilla). Además, "dentro de la propia red comercial que gestiona Adidas, el Real Betis entra a formar parte de los productos que Adidas incluye en su portfolio, junto a equipos como el Real Madrid CF o el Bayern de Múnich", ha explicado el ejecutivo. "Por último, queremos fortalecer la venta online, hay un proyecto muy sólido que comenzará a la vez que el medio tradicional", ha añadido.

"Nos ha movido la pasión que tienen sus aficionados y que despierta en todo el mundo, la misma que tenemos nosotros de cara al fútbol", ha admitido Luis Cano, director de patrocinios de Adidas. Y es que el Betis, que regresa nuevamente a Primera División, cuenta con una masa social muy movilizada. Por el momento, ya han logrado la renovación de 10.000 abonados y su objetivo pasa por alcanzar los 40.000 antes de que se inicie la temporada.

Son cifras que superan ampliamente a la cifra de abonados que tienen otros dos de los equipos que visten Adidas en España, como son el Celta de Vigo y la Real Sociedad. También se acercarán a la previsión del Valencia CF, que en la última campaña rondó los 38.000 socios con pase para asistir a Mestalla. "Es un gran club a nivel de España y de Europa", ha asegurado Cano.

¿Cuánto ingresa el Betis?

En su presupuesto para la temporada 2014-2015, la entidad verdiblanca anotó unos ingresos de apenas 2,4 millones por comercialización y publicidad. Esta partida incluye tanto lo percibido por Macron, como las ventas de productos oficiales, los contratos de patrocinio y la publicidad en activos del estadio. Se trata de una cifra inferior a los 4,6 millones de la campaña 2013-2014, que básicamente se explica porque el equipo tuvo mayor visibilidad al estar aún en Primera División.

En este sentido, Ollero ha avanzado que el escenario en el que trabajan para el ejercicio que ahora comienza es uno en el que "los ingresos son muy parecidos a los del Betis

de hace dos temporadas". Entonces, el presupuesto del club se situó en unos 51 millones de euros, una cifra que podría mantenerse porque lo que en la 2013-2014 percibió por jugar en Europa (6,5 millones) ahora podría verse compensado con unos mayores ingresos por televisión gracias al nuevo reparto tras la venta centralizada.

"Las deudas las hemos ido pagando, ahora hay menos. El servicio de la deuda, lo que se paga cada año para cancelar la deuda pendiente es menor, pero no exageradamente menor", ha añadido el presidente. A falta de datos definitivos de este año, la deuda concursal a largo plazo ascendía a 16,3 millones de euros a 30 de junio de 2014, mientras que los compromisos a corto plazo asociados a la suspensión de pagos suponían otros 3,2 millones. La deuda con acreedores comerciales y la Administración se situaba en 8,9 millones.