

CLUBES

El Eibar reordena el equipo comercial y prepara tienda y museo en Ipurua

La directora general, Patricia Rodríguez, tutelaré el área de márketing tras la salida de Gema Baqué, en un año marcado por la nueva ampliación del estadio para elevar la oferta al aficionado.

M.M.A.
15 ene 2018 - 16:47

El Eibar reordena el equipo comercial y prepara tienda y museo en Ipurua

La SD Eibar tiene asumido que su crecimiento pasa por la captación de aficionados en el extranjero, pero no quiere descuidarse de los que le acompañaban incluso en Segunda B. El club ya había anunciado una nueva ampliación de Ipurua para ampliar su aforo de 7.000 a 9.000 espectadores, y ahora se han dado a conocer nuevos proyectos que pretenden mejorar los ingresos comerciales. En concreto, se abrirá una primera tienda oficial y un espacio museo, que hasta ahora no existía, según explican desde el club a *Palco23*.

La ubicación escogida son los bajos de la Tribuna Este, la primera que se remodeló tras el ascenso a Primera División. Por ahora se desconoce cuál será la distribución de los locales y los metros cuadrados que se destinarán a esta finalidad, pero será la primera vez que el club armero empiece a rentabilizar el estadio más allá del día de partido si no se tiene en cuenta el centro de formación de la SD Eibar Fundazioa, que no tiene afán de lucro.

El club espera que las obras puedan desencallarse pronto, aunque todo está supeditado a la firma de los documentos pertinentes con la Administración. La prioridad es la ampliación de la Tribuna Oeste, que debería realizarse una vez finalice la temporada 2017-2018, pero la presidenta, Amaia Gorostiza, admitió ayer sobre esta cuestión que “quizás se retrase un poco por tema de permisos y que estamos un poco supeditados al plan estratégico del Ayuntamiento de Eibar y la expansión de su polideportivo”.

El Eibar ha decidido que la directora general asuma directamente el área comercial hasta final de temporada

Ambas operaciones buscan dar un impulso a dos de las partidas en las que el club tiene margen de maniobra, pues los derechos de televisión los comercializa LaLiga y en su caso representan el 90% del negocio ordinario. Las cuotas de socios y abonados han crecido un 33,5% en Primera, hasta los 900.000 euros, y Gorostiza instó ayer a los 6.000 socios y abonados que liberen su asiento si no acudirán para rentabilizar mejor el estadio. “Hay muchísima gente que no tiene entradas para comprar”, recordó.

El otro ámbito de actuación donde tienen más incidencia directa es el comercial, y ahí se han producido importantes cambios organizativos. Gema Baqué, fichada como directora comercial y de márketing tras el ascenso a Primera, ha puesto fin a su etapa futbolística. Por el momento, el club no la reemplazará y será la directora general, Patricia Rodríguez, la que supervise el departamento hasta final de temporada. “Es una parte muy importante que tenemos que desarrollar en los próximos meses”, argumenta la ejecutiva.

El equipo estará formado por cuatro personas, incluido Eduardo Valdés, que llegó del programa LaLiga Global Network para apoyar la estrategia de internacionalización. Su mercado prioritario es Japón por el impacto mediático que está generando la trayectoria del centrocampista Takashi Inui, que se convirtió en el fichaje más caro de la historia del Eibar tras el pago de 300.000 euros. Un movimiento que encaja con la política de la actual junta directiva de “contar con unos activos que se puedan traducir en ingresos en un futuro”.

Ello supone acudir al mercado de fichajes, pero también apostar por los jóvenes talentos de la región. Para ser una entidad atractiva para todos ellos, la dirección continúa buscando posibles terrenos en los que levantar una ciudad deportiva propia capaz de competir con las de otros equipos de la categoría.

Gorostiza asumió que será difícil que pueda estar dentro del municipio por las necesidades de terreno, pero sí quiso dejar claro que el complejo de entrenamiento “tiene que ser algo que seamos capaces de hacer viable aunque no estemos en Primera División. Tenemos que tener la cabeza bien fría en este tipo de decisiones”. La decisión dependerá de la junta de accionistas prevista para antes del verano, y por recursos no será: a junio de 2017, tenía inversiones financieras por 20 millones y otros

PALCO23

| 9 millones en tesorería.