

CLUBES

El Espanyol refuerza el área comercial y de comunicación con ejecutivos de Aena y el Liceu

El club ha anunciado el fichaje de Agustín Rodríguez, hasta ahora responsable de comunicación del gestor aeroportuario en Cataluña, y el de Agustí Filomeno.

Palco23
4 oct 2018 - 13:29

El Espanyol refuerza el área comercial y de comunicación con ejecutivos de Aena y el Liceu
Roger Guasch, director general corporativo del Espanyol, ha empezado a modificar el organigrama.

El RCD Espanyol da un nuevo vuelco a su organigrama. El club ha anunciado algunos cambios en su comité de dirección, que a su vez supondrá también algunas salidas y que sobre todo se centran en la generación de marca. Los nuevos fichajes son Agustín Rodríguez, que liderará la nueva dirección de comunicación y relaciones institucionales, y Agustí Filomeno, que asumirá la redefinida dirección corporativa de marketing y comercial.

Rodríguez llega procedente de Aena, donde ha sido el responsable de comunicación de la empresa pública en Cataluña y el jefe de prensa del Aeropuerto de Barcelona-El Prat durante los últimos 19 años. El ejecutivo, que también ejercerá como portavoz, releva en el cargo a Xavi Salvatella, que abandona la entidad después de siete años. Licenciado en Periodismo, el recién fichado ejecutivo también fue el jefe de prensa de la delegación del Gobierno en Cataluña entre 1996 y el 2000, bajo el mandato del PP.

Filomeno, por su parte, es una persona conocida para Roger Guasch, director general corporativo del club desde comienzos de 2018. Desde 2014, y bajo el mandato de Guasch, fue el director de marketing y comercial del Gran Teatre del Liceu, responsabilidades que ahora asumirá en el Espanyol. Ingeniero industrial de formación, también es MBA por Esade y durante los últimos 25 años ha trabajado en empresas como Accenture, Arbora&Ausonia o Institut Cerdà.

El Espanyol ha creado un nuevo gran área comercial que aglutinará todos los departamentos de generación de ingresos

El nuevo departamento aglutinará todas las áreas de generación de ingresos, potenciación de marca y desarrollo de negocio, lo que también supone trasladarle la explotación del *ticketing*, los abonos y las tiendas. “Uno de los objetivos principales de la nueva área será la expansión de marca para crear valor añadido y potenciar los ingresos”, explica el club. Su llegada supone la reasignación de responsabilidades para el resto de ejecutivos, pues Toni Alegre pasará a responsabilizarse únicamente de patrocinios, *hospitality* y eventos, con el foco puesto en la generación de ingresos entre empresas.

“En la actualidad ya era una parte significativa de sus responsabilidades”, matiza la entidad. Y añade: “Este área se potenciará próximamente para poder desarrollar patrocinio internacional para los proyectos corporativos, así como asegurar la realización de giras del primer equipo principalmente durante la pretemporada”. En este sentido, contará con el apoyo de McCann en el desarrollo y búsqueda de patrocinios y su oportuna activación.

Laureà Folch, por su parte, seguirá como responsable de transformación digital bajo la supervisión de Filomeno y con el apoyo externo de Deloitte para definir los proyectos a ejecutar, como por ejemplo la entrada del equipo de fútbol en el segmento de los deportes electrónicos.

No es el único apoyo externo con el que cuenta el club, que ha contratado a la consultora Retail SGC para “la optimización de la venta y para el diseño futuro de las tiendas, estudiando la posibilidad de instalar presencia del club inicialmente en determinados puntos de Barcelona”. Por otro lado, MolcaWorld se ha adjudicado el proyecto para mejorar la experiencia y la imagen del estadio.