

CLUBES

El 'Estu' crea la dirección de operaciones y negocio en plena ampliación de capital

El club colegial asciende a Miguel Ortega, del que ahora depende la transformación digital de la entidad y los departamentos de márketing, patrocinio y comunicación. Su objetivo es mejorar las vías de ingresos propios y optimizar la gestión.

Patricia López
11 dic 2019 - 04:58



El Movistar Estudiantes ha salido al mercado a buscar cinco millones de euros para estabilizar financieramente el club, y en los últimos meses ha querido reforzar su equipo en los despachos para dar un salto adelante en profesionalización. Ese desafío es el que le ha llevado a ascender a Miguel Ortega como responsable del área de operaciones y negocio, una división de la que dependen los departamentos de márketing y patrocinios, transformación digital, comunicación y servicios, es decir, la escuela y los campus.

Fiel a su filosofía de cantera, el club de Magariños optó por tirar de promoción interna para cubrir la división de operaciones y negocio, en lugar de fichar talento de fuera. En septiembre ascendió a Ortega tras cuatro años y ocho meses como miembro del equipo de dirección encargado de las acciones de *fan engagement*. Licenciado en

Administración y Dirección de Empresas por la Universidad CEU San Pablo, trabajó como consultor de tecnología en Oracle durante cuatro años, y el club quiso aprovechar ese *expertise* para guiar su estrategia tecnológica.

No es un cargo de nueva creación, ya que en el pasado existía la figura de director de operaciones, pero estaba muy ligado al área comercial y marketing. Ahora, este departamento abarca más áreas, y el principal objetivo de Ortega es liderar la transformación digital del club para optimizar y agilizar procesos. “Durante estos meses he localizado ineficiencias; queremos crecer, pero teníamos una serie de limitaciones y procesos manuales que, si bien nos daban un buen servicio, no hacían escalable el desarrollo; ahora trabajamos con herramientas tecnológicas”, describe el directivo.

Movistar Estudiantes trabaja para incrementar sus ingresos propios con un nuevo plan de venta y patrocinio

Esta filosofía abarca tanto los trabajos de administración y gestión, como el que se realiza dentro de la pista, durante los entrenamientos del primer equipo y la cantera. Como resultado, el *Estu* opera con una herramienta de gestión en la nube, en la que los técnicos acceden a cualquier tipo de información, desde partes de lesiones hasta entrenamientos. También se trabaja con una herramienta de *scouting* y, con el apoyo de su socio patrocinador, Movistar, el *staff* ha empezado a utilizar Luca, la herramienta de *big data* e inteligencia artificial de Telefónica para acceder a todas las estadísticas de todas las ligas europeas. “Es una línea de activación que tenemos con ellos”, afirma el directivo.

Ortega asegura que el salto digital se notará de puertas hacia afuera con la nueva ampliación de capital, ya que se lanzará una web para comprar acciones a través de un ecommerce, en lugar de rellenar un formulario impreso. El siguiente paso es el lanzamiento de una tienda online en Amazon, con quien ya ha alcanzado un acuerdo para que esté disponible de cara a navidades. Es un canal de venta que complementará a la tienda electrónica de Wibo, su patrocinador técnico, y a Basket Revolution, que vende *merchandising* del club en su tienda física. Es una vía por la que esperan incrementar los ingresos propios, que es otra de las responsabilidades de Ortega.

A él le reporta Álvaro Astorqui, director de patrocinios, con el que está trabajando en un nuevo plan de ventas para saber “qué marcas pueden estar interesadas en asociarse

con nosotros por la similitud de valores". En ese camino, Ortega afirma que es vital dar a conocer el club, tanto en España como en el mercado internacional, lo que ha llevado a la entidad a firmar un acuerdo a tres años con el artista Okuda San Miguel. "Queremos visibilizar los cambios que estamos realizando internamente; con Okuda pintaremos un fondo de Magariños y haremos acciones dentro y fuera de España", explica.



Los objetivos de Movistar Estudiantes es lograr la permanencia en la ACB y, antes de que finalice la temporada, captar cinco millones de euros para estabilizar el club.

Esa expansión fuera del país también se llevará a cabo internacionalizando el *core* del *Estu*: la formación deportiva y su metodología. "En un plazo de cinco años queremos internacionalizarnos; es una marca muy conocida en España, pero queremos tener más sedes en el país y fuera, porque en Magariños no podemos crecer más", explica. El plan contempla firmar convenios con colegios y clubes de España y el extranjero, a los que comercializar el *know how* del club.

La idea es vender la metodología de entrenamiento y formación a socios locales "ya que no tenemos estructura en todo el mundo, pero sí que podemos llevar a entrenadores para formar sobre el terreno", describe. El directivo reconoce que están cerca de firmar acuerdos con "diversos colegios que posibilitarían expandirnos al extranjero". No es una acción nueva para el *Estu*, que está asociado a un club japonés que visita Magariños para formarse, entre otros acuerdos con China y los campus que ha celebrado en Granada y Mallorca. "China e India son dos mercados que nos interesan", apunta.

En definitiva, un plan a largo plazo en una entidad preocupada por garantizar su futuro más inmediato. “El objetivo económico es pagar la deuda, y de ahí la ampliación de capital, pero no debemos dejar de vender, que es la otra vía para conseguir recursos”, apunta. De conseguir los cinco millones que ha pedido el club en un plazo de tres meses, la entidad conseguiría el capital necesario para pagar la deuda histórica con Hacienda, evitar la desaparición y reforzar deportivamente a un equipo que marcha colista en la ACB. La salvación es el objetivo principal.