

CLUBES

El Liverpool entra en beneficios después de seis años en números rojos

M.M.A.

3 mar 2015 - 11:30

El Liverpool FC es conocido en el mundo como los *Reds*, un apodo que viene motivado por el color de su indumentaria, pero que en los últimos siete años bien podría haber aludido a la cuenta de resultados del club. Y es que las pérdidas económicas han sido recurrentes en los últimos ejercicios, a excepción de la temporada 2013-2014, en la que se anotó sus primeras ganancias en siete años: 0,9 millones de libras (1,25 millones de euros), frente a unos números rojos de 68,5 millones sólo en la campaña anterior.

Ian Ayre, consejero delegado del Liverpool FC, atribuyó la mejora del resultado neto a la fuerte mejoría de los ingresos por televisión. Éstos subieron un 46%, hasta 100,9 millones de libras (138,8 millones de euros), gracias a los importantes acuerdos que está logrando cerrar año tras año la Premier League. La facturación del área comercial también subió, aunque de forma más moderada: 103,8 millones de libras (142,77 millones de euros), un 5% más.

En total, las ventas subieron un 19%, hasta los 255,6 millones de libras (351,56 millones de euros). Estas cifras sitúan al Liverpool FC en la franja alta de la Premier League pese a la ausencia de grandes títulos, pero es que incluso suponen duplicar las ventas del Atlético de Madrid, el tercer equipo con más ingresos en España. Una de las claves, la presencia internacional del conjunto británico, que este verano hará una gira en EEUU.

La entidad incrementó su endeudamiento neto un 27,5%, hasta 57,3 millones de libras (78,8 millones de euros). No obstante, Ayre recordó que el apalancamiento del Liverpool FC se ha rebajado considerablemente desde 2010, cuando la cifra se situaba en 237 millones de libras (325 millones de euros). Ese año fue cuando el grupo norteamericano Fenway Sports Group adquirió el club a George N. Gillett Jr. y Tom Hicks, con el compromiso de subrogarse toda la deuda. Este fondo también es propietario de los Boston Red Sox de la liga de béisbol estadounidense.

El Liverpool FC tiene previsto incorporar 52 países nuevos a su estrategia digital, con la introducción de 19 nuevas redes sociales para alcanzar los 30 millones de seguidores en Internet. Además, ha firmado cuatro nuevos acuerdos y renovado otros siete para la

difusión de su canal de televisión en el extranjero. Por si fuera poco, en el último año se han abierto 60 puntos de venta franquiciados en Indonesia y se han abierto tiendas oficiales en Malasia y Dublín, que se suman a las de Tailandia, Corea del Sur, Japón y Vietnam.

Esta fuerte presencia internacional es la que ha permitido al Liverpool FC seguir incrementado su cartera de patrocinadores pese a la ausencia de títulos. En los últimos meses se han cerrado acuerdo con New Balance, que se convertirá en el proveedor de la equipación, Nivea Men, Pru Health Vitality e Instaforex.