

CLUBES

El RCD Espanyol refuerza el área de patrocinios para acelerar la captación de socios regionales

El club ha fichado a un ejecutivo de LaLiga para fortalecer el departamento, que quiere erigirse como un puente entre compañías de España y China para poner en valor sus activos. El negocio comercial *perico* ya supera los diez millones de euros al año.

M.Menchén
10 abr 2019 - 05:00

El RCD Espanyol refuerza el área de patrocinios para acelerar la captación de socios reg

Wu Lei se ha convertido en uno de los principales revulsivos del RCD Espanyol en 2019, pero no sólo en el terreno de juego. La presencia del futbolista ha disparado las audiencias del club en China y ha reforzado el papel que quiere tener la entidad a la hora de conectar España con el gigante asiático. Es una oportunidad que no quieren perder, de ahí que la dirección haya relanzado su plan corporativo, con el que cada año ya genera más de diez millones de euros anuales en ingresos. “Vamos a abrir la vía de los patrocinadores regionales”, avanza a **Palco23** su director de patrocinios, **hospitality** y eventos, Toni Alegre.

La entidad considera que se encuentra en una posición privilegiada para “hacer de puente entre empresas de China y España”. Ahora bien, el ejecutivo admite que conseguirlo no sólo pasa por la posibilidad de personalización de la U televisiva en función de los mercados, sino también en la generación de contenidos digitales para las redes sociales del país. “Queremos que Wu Lei sea un elemento tractor que ayude a crecer al club, que es la marca que nos interesa vender”, reflexiona.

Pese a haber vivido una de sus etapas deportivas más complicadas, el Espanyol se ha consolidado como séptimo club de LaLiga que más factura por publicidad y comercial, con 10,62 millones de euros. El ejecutivo señala que eso ha sido posible gracias a que “no hemos malvendido activos y hemos sabido mantener un orden en el inventario de activos que ahora nos permite poder capitalizarlo”.

El Espanyol se ha consolidado como séptimo club de LaLiga que más factura por publicidad y comercial, con 10,6 millones de euros

Muestra del impacto que está teniendo el futbolista chino es el crecimiento en redes sociales, con casi 800.000 nuevos seguidores en plataformas chinas como Toutiao Weibo, WeChat, TikTok o Donghqiudi. Una presencia que puede ser de interés tanto para empresas del país asiático como para compañías españolas que buscan crecer en la región.

La búsqueda de nuevos patrocinadores se ha intensificado, pues el club catalán aún tiene disponible el patrocinio de la manga de la camiseta, los *naming rights* del RCDE Stadium y dos posiciones en la parte superior de la pirámide comercial, donde están Bet365, CaixaBank, Estrella Damm, InnJoo, Kelme y Rastar Group, a su vez máximo accionista. En lo más alto figura el destino turístico de Riviera Maya como socio principal.

Para acelerar la captación de marcas se ha diseñado una nueva estrategia de comunicación, pero también se ha apuntalado el departamento con la incorporación de Pablo Punsoda. El ejecutivo llega procedente de LaLiga, donde ha formado parte del equipo de patrocinios desde 2015, aunque es un buen conocedor del equipo blanquiazul, pues previamente trabajó allí diez años.

El Espanyol dispone de 56 boxes corporativos y salones para el día de partido, que acogen eventos el resto del año

Alegre señala que quieren demostrar “que cualquier inversión que se hace con nosotros es rentable para las marcas”. Para ello, han iniciado una especie de *road show* con compañías a las que están invitando para visitar el estadio en día de partido y presentarles la propuesta comercial que pueden ofrecerles, y que no se limita únicamente a la tradicional presencia publicitaria. “Podemos ayudarles con algo más que visibilidad”, insiste.

A diferencia de otros clubes, el Espanyol tiene la ventaja de disponer de un estadio ya adaptado a las exigencias actuales del segmento corporativo, con 56 palcos privados y seis salas de distinto formato para acoger eventos de empresas. “El entorno en el que estamos nos permite hacer activaciones con aficionados o clientes en día de partido, pero también cuando no juega el primer equipo”, señala.

En este sentido, la entidad ha dado una mayor relevancia a las experiencias que pueden generar. “Hay cosas que nosotros podemos ver como normales porque es nuestro día a día, pero que para un espectador puede marcarle por mucho tiempo”, razona, sobre cuestiones como permitir que vivan desde dentro la organización de un partido, ver la previa a pie de campo o presenciar la llegada de los futbolistas.

El Espanyol dispone de 56 boxes corporativos y salones para el día de partido, que acog

Image not found or type unknown

El Espanyol ha conseguido que el estadio tenga actividad cien días al año y en 2019 ha recuperado los conciertos.

Todas estas acciones no sólo son positivas en términos de ingresos, sino también para la optimización de una instalación en la que se invirtieron 65 millones de euros. Gracias al segmento corporativo, el RCDE Stadium ha logrado elevar a cien el número de días de actividad por año, una cifra que esperan aumentar con los nuevos proyectos pendientes de entrada en servicio, como el restaurante abierto al público o el Túnel del Viento.

Tras varios años sin conciertos, la dirección ha logrado que los espectáculos musicales regresen a través de un acuerdo con Produceme. Este año pasarán por su césped las

giras de Alejandro Sanz y el grupo alemán Rammstein, para los que ya no quedan entradas, así como el evento de música latina Vívelo Festival con Ozuna como principal reclamo.

El club blanquiazul encadenará cuatro años consecutivos ganando dinero en 2018-2019, pese a que el resultado neto caerá a 2,3 millones de euros. El negocio ordinario se estabilizará en 75 millones tras crecer un 8% en 2017-2018, mientras que la deuda neta subió un 9,4%, hasta 78,9 millones. Esta mejora del negocio, junto a la necesidad de acelerar el despalacamiento del club, ha llevado a Rastar Group a realizar todos los trámites para sacar la entidad a bolsa en Hong Kong, como ya adelantó *Palco23*.