

## CLUBES

# Intel rescinde el fracasado patrocinio del reverso de la camiseta del Barça

Marc Menchén  
8 jul 2015 - 05:00

El acuerdo con Intel debía convertirse en una auténtica revolución en el mercado de los patrocinios deportivos. Sin embargo, se ha acabado convirtiéndose en un sonoro fracaso y la multinacional informática ha decidido dar por concluido el acuerdo que le vinculaba al FC Barcelona hasta 2018. Fuentes de la entidad blaugrana admiten a *Palco23* que el acuerdo se rescindió "hace ya unas semanas", aunque no se había decidido anunciar oficialmente.

Intel se convirtió en patrocinador global del club en diciembre de 2013, en calidad de colaborador tecnológico. Además, y a cambio del pago de unos cinco millones de euros por temporada, su logo debía aparecer en el reverso de la camiseta. "Intel es el corazón de los ordenadores, trabaja desde el interior, y por ello nuestro acuerdo destaca por ser un acuerdo innovador y pionero en el mundo del patrocinio deportivo", declaró el entonces presidente, Sandro Rosell.



Gerard Piqué y Carles Puyol participaron en la presentación del acuerdo de patrocinio con Intel, junto al expresidente Sandro Rosell y el exdirectivo Manel Arroyo.

Era la primera vez que un club cobraría por lucir una marca en el interior de la camiseta. Sin embargo, Nike avisó antes de que arrancara la temporada 2014-2015 de la imposibilidad de imprimir el logo de Intel en el interior de las camisetas que se ponen a la venta entre los aficionados. Aquel inconveniente, que respondía a cuestiones técnicas, ya provocó que el Barça accediera rebajar un 50% sus emolumentos, hasta los 2,4 millones anuales.

Ese inconveniente suponía un duro revés para las aspiraciones del fabricante de microprocesadores, que lanzó la campaña bajo el eslogan *#Inside* para reforzar su notoriedad de marca. Además, ya había asumido que no podría exigir por contrato que los jugadores celebraran de vez en cuando los goles levantando su camiseta, de manera que el logo de Intel lograra algo de repercusión mediática en los medios como sí logran Qatar Airways y Beko.

También debe ponerse en duda una de las partes del acuerdo, que consistía en que "el FC Barcelona e Intel trabajarán conjuntamente para mejorar la experiencia de los aficionados en el Camp Nou con nueva tecnología". En los últimos años no se han dado excesivos pasos en este sentido, y no ha sido hasta ahora que se han acelerado los planes para que la conexión Wi-Fi esté disponible en todo el estadio a principios de 2016.

El club ya sabe que contará con la colaboración de Telefónica, su *partner* regional para América Latina por 13 millones y propietario de los derechos audiovisuales para la temporada 2015-2016, por 140 millones de euros. Pero ahora está a la espera de encontrar un socio tecnológico que, en el marco de un contrato de patrocinio, financie la estructura técnica necesaria para que la red Wi-Fi funcione sin problemas en un recinto con probabilidades de sufrir problemas de saturación en días de partido.

¿Cómo queda ahora la pirámide de patrocinadores del club?

