

CLUBES

Kern Pharma busca duplicar su presupuesto en tres años para subir al podio de La Vuelta

El equipo cuenta con un presupuesto de cerca de tres millones para la temporada 2021, que se ha más que duplicado tras ascender a Pro Tour.

Miquel López-Egea
7 abr 2021 - 05:00



Kern Pharma se escapa. El equipo navarro fundado el año pasado y que milita en la categoría Pro Tour, la segunda división del ciclismo, tiene un presupuesto de casi tres millones de euros para la temporada 2021, lo que supone más que duplicar el presupuesto del año anterior.

El objetivo del equipo, con sede en Pamplona, es duplicar de nuevo presupuesto en tres años, para alcanzar seis millones de euros, con el objetivo de “subir al podio de la Vuelta a España”, según explica Juanjo Oroz, director general del equipo, a Palco23. El año pasado el equipo cerró en números negros y también lo hará en 2021.

“Nuestro punto de vista es que nunca debe sobrar, nuestro fin no es ganar dinero sino crecer como equipo; nunca podemos poner en peligro la sostenibilidad del proyecto, pero tenemos que invertir para tener ser capaces de estar en el podio de la Vuelta”, afirma el directivo. “Ahora estamos bien cubiertos y hemos duplicado el presupuesto porque las exigencias son más que el doble: si quieres crecer, hay que crecer en todos los aspectos, y un crecimiento en resultado tiene que crecer en lo económico: con más vehículos y personal; ahora somos cuarenta personas sin contar el equipo *amateur*”, remarca el directivo. “Crecer siempre requiere un aumento de presupuesto, para poder tener cabida entre los grandes ciclistas”, remarca.

Kern Pharma cuenta con un autobús e invertirá en un camión

En este contexto, el equipo ya cuenta con un autobús y dentro de poco invertirá en un camión. Además, tiene sede propia. “Debemos tener paciencia y dejar crecer a los ciclistas”, afirma. Asimismo, aunque este año no ha podido obtener una *wild card* para competir en La Vuelta, “este es nuestro primer objetivo, tenemos todo lo necesario para conseguirlo, el objetivo es a medio plazo”. “Todo para por un aumento de presupuesto y tenemos un apoyo bestial de Kern Pharma, Giant y Etxeondo”, añade.

El 90% de los ingresos del equipo proceden del patrocinio. Además, recibe apoyo de las instituciones y abrió una tienda online la semana pasada para vender *merchandising*. “Estamos trabajando en todas las facetas: el proyecto tiene que ser ejemplar e ilusionar, no vale ser un proyecto noble y valioso si no lo transmites, tiene que valer la pena y por eso invertimos en marketing, porque queremos que nuestro mensaje llegue y por este motivo hemos abierto una tienda online”, explica.

De cara al futuro, la estrategia pasa por “merecer la pena; hace tres años nos escuchaban menos”. “Se trata de hacer un proyecto muy atractivo, pero cuando haces méritos, las cosas llegan y Kern Pharma siente lo mismo que nosotros”, remarca.

El 90% de los ingresos proceden del patrocinio y la semana pasada abrió una tienda online

En esta línea, el directivo afirma que “el ciclismo ha sabido adaptarse a la situación” y asegura que los equipos tenemos que ser ejemplares en comportamiento”. “Es uno de los deportes que más se ha reforzado, por no decir el que más y los proyectos queremos estar a la altura, sobre todo porque se está compitiendo mucho y saliendo en televisión”, comenta.

“Si invirtiera en algún deporte, sería en ciclismo”, sentencia. “Aunque dejará a la sociedad tocada, con el coronavirus, coge ventaja el que más rápido se adapta: hacer un proyecto deportivo como hace cinco años no tiene sentido; el coronavirus ha hecho que nos exprimamos más y evolucionemos, ha cambiado muchos hábitos, pero gozamos de buen futuro”, cree.

Todos los equipos han percibido un aumento del gasto por los protocolos sanitarios. “Hace falta dinero porque al final son PCR contantes y nadie está a salvo de tener casos, por lo que en estos casos sin patrocinadores es imposible sobrevivir, y hay que devolverles la reputación, a imagen y a visibilidad porque hoy en un día no vale un patrocinio bueno, sino que el proyecto tiene que estar alineado con el patrocinador y tener la misma filosofía”, considera. Por este motivo, el equipo no dudó en retirarse de la Volta a Catalunya cuando detectó dos positivos asintomáticos entre sus filas, aunque el protocolo sanitario permitía alternativas. “Fue una decisión dura, pero primero hablamos con los patrocinadores, pensamos igual y tenemos las mismas ideas”, insiste.

El año pasado, la farmacéutica anunció que se convertiría en el nuevo equipo profesional de la Asociación Deportiva Galbier. Así, después de más de un cuarto de siglo de trayectoria en *amateur*, la entidad fundada por Manolo Azcona en 1993 pasó al profesionalismo. Entre sus fieles, el equipo contó con corredores como Andrey Amador, Richard Carapaz o Marc Soler.