

## CLUBES

# KPMG confía en que el Barça pueda alcanzar 1.000 millones de ingresos en 2021

M.Menchén

18 ago 2015 - 05:00

Es una de las grandes promesas electorales de Josep Maria Bartomeu y una de las que, probablemente, más dudas genera. El presidente del FC Barcelona quiere que su mandato concluya en 2021 con una facturación de 1.000 millones de euros, una cota jamás alcanzada por ninguna entidad deportiva. Y KPMG considera en un breve informe que no se trata de una idea descabellada.

La consultora, a través de su división de deportes, considera que el desarrollo del Espai Barça y las nuevas oportunidades que abre el negocio online, tanto a nivel de venta de productos como de patrocinios, son los dos grandes motores que pueden acercar al Barça a esa meta. Por el contrario, alberga ciertas dudas sobre el impacto que podría tener en el negocio del club el nuevo modelo de venta centralizada de los derechos de televisión.

"En los últimos diez años, la facturación del FC Barcelona ha crecido de manera constante -excepto en la temporada 2012-2013- con una tasa compuesta de crecimiento promedio (CAGR, por sus siglas en inglés) del 10%", recuerda el informe del equipo de Football Benchmark de KPMG, que lideran Andrea Sartori y Mark Roberts. De mantenerse este ritmo de mejora de los ingresos durante el actual mandato, la facturación podría alcanzar los 1.074 millones de euros al término de la temporada 2020-2021.

Bartomeu confía en poder establecer un nuevo modelo que permita al Barça seguir creciendo, haya o no títulos deportivos cada temporada que impulsen los ingresos por patrocinio. "Los estados financieros del FC Barcelona demuestran que el club fue capaz de aprovechar el éxito sobre el terreno de juego logrado por el equipo. Sin embargo, todavía hay potencial para un mayor crecimiento", opina la consultora.

Sobre el Espai Barça, la entidad prevé que genere 40 millones de euros adicionales en

ingresos gracias a la mejora de la oferta comercial del Camp Nou, con la introducción de nuevos asientos, ampliación de espacios VIP y renovación de la oferta gastronómica. "El club será el propietario de un centro multidisciplinario, capaz de proporcionar una amplia gama de servicios de todo el año. En última instancia, esta iniciativa mejorará la experiencia de los aficionados y de su interacción con el equipo, proporcionando así un impulso significativo a los ingresos totales del club", opina KPMG .

Este gran proyecto urbanístico debería iniciarse en 2017, pero la obligación de rebajar el endeudamiento del club podrían obligar a demorar las obras, como ya publicó Palco23. El club debe rebajar la deuda neta a 200 millones para poder conseguir financiación bancaria adicional por 200 millones, ya que es una de la tres vías de financiación elegidas por la directiva junto a la generación de recursos propios y la venta del apellido del Camp Nou.



Josep Maria Bartomeu, presidente del Barça, en un acto principios de año en el Círculo de Economía.

La consultora también se hace eco de la importancia que tendrán la renovación del acuerdo de patrocinio con Nike (el Barça aspira pasar de 54 millones a 90 millones de euros anuales) y el de Qatar Airways, que podría ser relevada por otra marca si igualan la propuesta de 60 millones por temporada y dejar al margen la ropa de entrenamiento. "Lo que es seguro es que la cada vez mayor visibilidad global, y la regularidad de los éxitos sobre el campo del club, refuerzan su posición en las negociaciones de estos acuerdos comerciales, opinan.

Pero la firma no alude únicamente a estos dos contratos, y hace énfasis en la

propuesta lanzada por el área de marketing que ahora lidera el directivo Manel Arroyo: buscar mayores sinergias entre los intereses comerciales del club y los de los jugadores para maximizar los ingresos de ambas partes. Aquí, apunta KPMG, será clave la presencia del club en las redes sociales y destacan que aquí ya se han realizado importantes avances. De hecho, ayer se contaban más de 150 millones de seguidores entre Twitter, Facebook, Instagram, Google+ y Youtube. "El objetivo es traducir esta base de seguidores considerable en un canal de ingresos reales", principalmente con el comercio electrónico.

¿Y no hay ninguna duda sobre ese reto económico?

KPMG no hace ninguna mención al estancamiento de los ingresos recurrentes del club en los tres últimos ejercicios previos al año del triplete, pero sí recuerda la estabilidad de ingresos por socios (20 millones y que sólo podrían subir cuando se amplíe el Camp Nou). La única "notable amenaza" que perciben es un estancamiento a medio plazo de los ingresos por televisión, debido a "la reciente reestructuración del sistema de distribución de los ingresos de La Liga".

Barça y Real Madrid perciben actualmente 140 millones de euros anuales por las retransmisiones de Primera División, pero se han comprometido a no incrementar sus ingresos por este concepto hasta que la competición no rebase los 1.500 millones de euros en conjunto y pueda reducirse el múltiplo entre el que más ingresa con el que menos a sólo 3,5 veces. Y ese objetivo podría no llegar hasta dentro de tres o cuatro temporadas.