

CLUBES

Merchandising, Hong Kong y USA, las garantías del Barça por su deuda en riesgo

Como garantía de hasta cuatro emisiones de bonos, el conjunto azulgrana ha avalado a sus acreedores con tres sociedades independientes. Ahora negocia alargar el plazo para cumplir con los *covenants* .

Javier Trullols
26 ene 2021 - 04:58



El FC Barcelona está atezado por las deudas con tres de sus filiales siendo garantía de pago . En su memoria anual, el club de LaLiga detalla que ha realizado cuatro emisiones de Senior Notes (bonos), garantizando su pago con las sociedades dependientes FCBarcelona HK, FCB North America LLC y Barça Licensing & Merchandising.

El equipo azulgrana desvela un pasivo total de 1.173 millones de euros , reduciendo su deuda neta hasta los 488,4 millones de euros en base a varias fórmulas, denotando una compleja situación financiera.

El 28 de agosto de 2018, el club emitió Senior Notes por importe de 90 millones de euros, con vencimiento el 28 de agosto de 2023, que devengan un tipo de interés fijo inferior al 2%, detalla. Fueron adquiridas por una entidad aseguradora estadounidense. Ese mismo día realizó una segunda emisión por importe de 50 millones de euros, con vencimiento el 28 de agosto de 2023, con un interés fijo inferior al 2% anual, adquirida por otra entidad aseguradora estadounidense.

A esas emisiones de bonos se sumaron la del 16 de mayo de 2019, por importe de 30 millones de euros, con vencimiento el 23 de mayo de 2024, y un tipo de interés fijo inferior al 2,50% anual. En este caso, adquirida por una aseguradora francesa. Una jornada en la que se realizó otra cuarta emisión de bonos de 30 millones de euros, con vencimiento el 23 de mayo de 2024, de interés fijo inferior al 2,50% anual, y adquirida por una empresa francesa de gestión de activos.

Para garantizar el pago de los Senior Notes el club ofreció como garantía hasta tres sociedades dependientes: FCBarcelona HK Limited, FCB North America LLC y Barça Licensing & Merchandising, SLU, siendo ésta última la joya de la corona con una facturación de más de 44 millones la temporada pasada.

Actualmente, el club negocia con parte de los tenedores de sus Senior Notes (bonos) una dispensa del cumplimiento de los *covenants* para no requerir su cumplimiento hasta el 30 de junio de 2021. El Barça ya ha logrado el visto bueno de parte de sus acreedores, pero la efectividad de este acuerdo está sujeta a que lo suscriban el resto de tenedores de estas Senior Notes.

Barça Licensing & Merchandising, SLU

El 23 de marzo de 2018 el FC Barcelona Información Barça Licensing & Merchandising, SLU. Su objeto social se define como el “comercio al por menor, incluida la promoción, venta, comercialización y distribución” de “juguetes, artículos de deporte y ropa deportiva o no dentro del ámbito de explotación de las marcas propiedad del FC Barcelona”.

Esa sociedad comenzó su actividad a partir del 1 de julio de 2018, tras finalizar el contrato de explotación en exclusiva que tenía la sociedad Fútbol Club Barcelona Merchandising (propiedad de Nike). El Barça creaba de esta manera una nueva estructura para explotar todo el negocio de retail, valorado en 65 millones de euros anuales con 18 tiendas, 328 licenciarios y 250 trabajadores.

En la temporada 2018-2019, la sociedad facturó 61,43 millones de euros, una cifra que en la temporada 2019-2020 cayó hasta los 44,55 millones de euros, lastrada por los efectos de la pandemia del coronavirus, que golpeó al mundo con fuerza a partir del mes de marzo de 2020, permitiendo desarrollar la primera parte de la temporada con normalidad.

El club anticipa en su Memoria Anual que a partir de la temporada 2021-2022 se volverá, en líneas generales, “al crecimiento significativo y sostenido de la cifra de ingresos y de beneficios”. Y para ello apuesta por “la potenciación del negocio digital, las actividades de merchandising de la sociedad dependiente Barça Licensing & Merchandising, o la comercialización del *nombre derecho* del Estadio, entre otras líneas de actuación”.

FCBarcelona HK y FCB Norteamérica

FC Barcelona HK y FCB North America son las filiales del club para el desarrollo de negocio en el mercado asiático y el estadounidense.

La oficina de Hong Kong (HK) gestiona la región de Asia Pacífico, siendo la primera oficina que se abrió del club fuera de Barcelona, concretamente en el año 2013. “Con un número creciente de aficionados en Asia, esperamos aumentar los ingresos del club y expandir su marca”, detallaba la entidad en el momento de su apertura.

Una región de donde es el patrocinador principal del club, Rakuten, además de firmar acuerdos con Konami, Canon Medical o Nichiban en Japón; Oppo, SPD Bank, Yunnan Baiyao, Shimaoy y SafeGuard en China; SHB en Vietnam; Bank Mega en Indonesia; MayBank en Malasia; o SK Lubricants y Sebang en Corea del Sur.

En el mercado de EE.UU. el FC Barcelona también tiene muchos intereses. En 2016 inauguró una oficina en Nueva York, que ha liderado la estrategia del club en un mercado clave donde cuenta con las Barça Academy como punta de lanza (9 academias y una residencia), y del que procede el patrocinador principal del equipo femenino: Stanley Black & Decker. Más recientemente, el pasado noviembre, el club dio un paso más para posicionarse en esa región aliándose con Danone en virtud de un contrato de patrocinio regional.