

CLUBES

Ramon Robert (Espanyol): "Tenemos que lograr no depender en exceso de Rastar"

Marc Menchén
10 may 2016 - 05:00

No es la manera con la que habrían querido certificar matemáticamente la permanencia, pero el RCD Espanyol confirmó este fin de semana que seguirá en Primera División. Era el gran objetivo de la entidad, que tras la entrada de Rastar Group en su accionariado vivirá uno de los veranos más tranquilos de los últimos años, sin los apremios de los acreedores, las urgencias de vender jugadores y buscar financiación para solventar los problemas de tesorería. "Ya no tenemos la presión de que mañana haya que pagar y no haya dinero", resume Ramon Robert, consejero delegado del club, en una entrevista con *Palco23* en su despacho de Cornellà-El Prat (Barcelona).

El grupo chino selló a mediados de enero su entrada en el club, con el pago de 17,76 millones por la compra del 56% de las acciones al núcleo accionarial que encabezaban Daniel Sánchez-Llibre y Ramón Condal. Desde entonces, ha inyectado 90 millones en las arcas blanquiazules a través de préstamos participativos, con los que se ha cancelado la práctica totalidad de la deuda existente. Como adelantó este diario, se ha cancelado con la banca los 40,5 millones del crédito sindicado, pero también los 21,76 millones que se debía a la UTE que construyó el RCDE Stadium, los préstamos de accionistas salientes y otros proveedores.

Ramon Robert Chen Yansheng Espanyol 650
Chen Yansheng escogió a Ramon Robert para asumir la primera línea ejecutiva del club en esta nueva etapa. /RCD Espanyol

Incluso se ha solventado la deuda con la Agencia Tributaria, que era la que con recargos y apremios cada año hundía la cuenta de resultados. "Teníamos parte de créditos vencidos, con intereses financieros muy altos, pero ahora estamos pagando lo vencido y lo que está venciendo", asegura el primer ejecutivo. En este sentido, indica que con Hacienda ya sólo quedan por devolver unos 14 millones que se irán cancelando según el calendario previsto.

Robert recuerda que no se trata de que el Espanyol ya pueda decir que tiene cero deudas, pero enfatiza que “al menos la hemos reestructurado y los intereses que teníamos no son los mismos que los que nos puede pedir Rastar”, resume, mientras repasa para no equivocarse una carpeta con decenas de folios y cientos de números que reflejan día a día la evolución del negocio y que sacan a relucir la minuciosidad con la que ejerció de *controller* en los meses previos a la venta.

Una parte de estos préstamos del grupo que encabeza Chen Yansheng se capitalizarán próximamente, como ya se contemplaba, lo que también supondrá un espaldarazo al patrimonio del Espanyol. “Queremos la viabilidad deportiva, pero no la conseguiremos si antes no tenemos la viabilidad financiera”, recuerda Robert, cuya máxima desde que asumió la dirección, y en la que insiste cada vez que le preguntan sobre gestión, es que “debemos pasar del club de fútbol a la empresa de club de fútbol”.

El reto es doble: ganarse la confianza de los aficionados por lo que suceda en el terreno de juego, y la del resto de agentes con los que trabaja. Y, sobre los segundos, Robert asegura tajante: “Los acreedores empiezan a confiar en nosotros; la gente valora que con dificultades hemos seguido en Primera División y sin pasar por un concurso de acreedores”. En este sentido, recuerda que ser una empresa no implica olvidarse del aficionado, sino que implica “construir la seguridad financiera, jurídica, social y deportiva para seguir al menos otros 116 años”.

Eso sí, Robert no quiere que el nuevo dueño sea quien siempre resuelva los problemas, ni el plan trazado prevé que haya inyecciones millonarias de capital para fichar como sucedió con otros clubes en el pasado y que ahora sería difícil de encajar con las normas de *fair play* financiero. “Rastar está haciendo mucho, pero tenemos que hacer que esto avance y no depender en exceso”, indica. Y para ello también será importante la inyección que recibirán por los derechos audiovisuales, que les podría permitir pasar de los 22 millones de hace un año a unos 50 millones el próximo curso.

Aunque Robert asegura que todavía no hay nada definido, el grupo chino ya avanzó a sus accionistas que la idea es mantener la próxima temporada el control de la publicidad en la camiseta, un activo que está tasado en torno a los dos millones de euros. Tampoco está claro si se hará con los *naming rights* del estadio, para lo que siguen rastreando el mercado, aunque Yansheng, en una entrevista con los medios oficiales del Espanyol, aseguraba el viernes que el club “puede ayudar muchísimo a

promocionar los productos de Rastar Group a efectos publicitarios”.

Rentabilizar estadio y ganar visibilidad internacional

En cualquier caso, el estadio es el principal activo en torno al que Robert quiere que se produzca el crecimiento del negocio. Y no sólo recuperando una masa social, que ha ido retrocediendo en los últimos años por los resultados deportivos y la crisis económica, y que se confía en que paulatinamente alcance nuevamente los 30.000 socios, frente a los algo más de 25.000 que se cuentan a día de hoy. “Vamos a generar dinero para gastarlo en jugadores, pero también para invertirlo en la masa social y en crear nuevos activos que generen más ingresos”, asegura el ejecutivo.

“El RCDE Stadium debe convertirse en un centro comercial, de entretenimiento y ocio, que genere ingresos de forma permanente y no sólo cada quince días”, opina. Desde su inauguración ése ha sido el objetivo, y de hecho la organización de eventos ha sido la línea en la que más se ha trabajado. De momento han conseguido un contrato para promover la celebración de conciertos durante el verano, algo que no sucedía desde 2010; este año se ha inaugurado una pantalla de publicidad gigante que apunta hacia la autopista; en los próximos meses se estrenará el Túnel del Viento, tras sortear varios trámites burocráticos, y el columbario no ha dejado de funcionar, pese a los problemas de la empresa que se adjudicó este negocio.

RCDE Estadi Espanyol Pantalla 650

Image not found or type unknown

Robert quiere que el estadio sea también un negocio los días que no hay partido, como con esta pantalla de publicidad.

Y todavía quedan espacios disponibles, como la galería comercial que hay en la fachada del estadio que da al centro comercial Splau, con una superficie de 13.000 metros cuadrados repartidos en tres plantas. "Tenemos propuestas de actores concretos para alquilar locales en este espacio; la próxima temporada será clave para este asunto", avanza Robert. También podría ayudar a dinamizar la tienda oficial, que gracias al nuevo contrato con Joma ha registrado un repunte de la venta de productos. "Son muy flexibles y están volcados con nosotros", asegura sobre la marca toledana, en referencia al lanzamiento de nuevos productos, ediciones especiales o campañas publicitarias.

El estadio también podría ser una pieza clave en el proyecto de Rastar para fomentar el turismo deportivo con China, el país en el que rápidamente quieren implantar la marca Espanyol. Yansheng ha abierto la puerta a incorporar a un jugador chino si da la talla,

pero sobre todo quiere aprovecharse el *know how* formativo para abrir escuelas. No obstante, el ejecutivo recuerda que antes "hay que prepararse y conseguir que los aficionados de allí nos reconozcan".

Para lograrlo se ha encontrado con la complicidad de la plantilla, que por fin ha dejado de estar sometida a un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) temporal y "ven que es una cosa sólida y seria". El camino es largo, y Robert confía en que nadie del club se dormirá en los laureles: "Si aplicamos el mismo esfuerzo, energía, creatividad y control que cuando no teníamos para invertir, podemos hacer muchas cosas", asegura.