PALCO23

CLUBES

Ucam Murcia se reinventa: reduce el presupuesto de la plantilla un 20% e innova en patrocinios

La entidad apuesta por acuerdos con los patrocinadores que den más visibilidad a sus marcas en televisión, con lonas y *leds* donde antes había público.

Miquel López-Egea
5 oct 2020 - 05:00

Ucam Murcia se defiende del Covid-19. El club universitario, que siempre se ha caracterizado por tener uno de los presupuestos más modestos de la ACB, reducirá el presupuesto de su plantilla un 20%. En la temporada 2019-2020, esta partida se situó en 1,8 millones de euros, pero en la 2020-2021 será de 1,4 millones de euros.

El presupuesto, contando también el staff técnico, personal del club, los viajes y el coste de la cantera, en los últimos años ha rondado los 3,6 millones de euros. Sin embargo, esta cifra se verá reducida este año por el impacto de la pandemia. Sin embargo, el club ha adoptado una estrategia muy ambiciosa en cuanto a patrocinios para hacer frente a los contratiempos generados por el coronavirus.

https://www.palco23.com/clubes/ucam-murcia-se-reinventa-reduce-el-presupuesto-de-la-plantilla-un-20-e-innova-en-patrocinios

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

“Como no jugamos la fase final, terminamos la temporada el 30 de abril, que fue cuando empezamos a tratar de conseguir un equipo lo más completo posible”, manifiesta el director comercial y de márketing de la entidad, José Miguel Garrido. “Empezamos antes y tuvimos la opción de atraer jugadores que no estaban compitiendo, siempre cumplimos con los compromisos contractuales”, señala.

El 65% de los ingresos de la entidad provienen de los patrocinios. Ucam Murcia tiene acuerdos con el Ayuntamiento de Murcia y la Comunidad de Murcia, mientras que la Universidad Católica San Antonio de Murcia es la propietaria de la entidad. Ucam aporta el 50% del presupuesto del club, mientras que el otro 15% proviene de otros patrocinadores. “Tenemos un acuerdo publicitario con el instituto de turismo y del Ayuntamiento tenemos subvenciones, pero lo queremos cambiar porque no tiene un retorno publicitario”, remarca.

> **El 65% de los ingresos de UCAM Murcia provienen de los patrocinios**

Los otros ingresos provienen de los derechos televisivos, ayudas institucionales y del ***ticketing***. Los abonos y las entradas suponen, en una época normal, el 10% de los ingresos de la entidad. “Este año será negativo, pero somos optimistas porque estamos viendo que el deporte no profesional podrá tener público”, comenta Garrido, que remarca que “están dejando entrar 500 personas en espacios cerrados y mil en abiertos”.

“La gente va a poder entrar de manera gradual, con bastante control, una vez lo apruebe el Consejo Superior de Deprotes”, asegura y desvela que “podríamos estar en un 50% del aforo, pero empezaremos por un 30%”. Otro gasto al que tendrá que hacer frente la entidad, es el coste del protocolo de detección del Covid, ya que estima que será de “unos 70.000 euros para cada equipo”.

Por este motivo, “elaboramos escenarios, no hay otra opción”. “Lanzamos la campaña de abonos sin saber cuándo se permitiría el público, por lo que garantizamos diecisiete partidos, en esta temporada o lo que viene; hemos explicado la situación a los abonados y las medidas que tomaremos en caso de que no puedan ver los partidos”, afirma, recordando que “tenemos una masa social muy comprensiva”.

Durante la pandemia, el club pactó unas condiciones salariales en particular para cada

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

jugador, por lo que consiguió recortar algunos gastos. De esta manera, el club cumplirá con el presupuesto. “Será equilibrado con los ingresos que generamos”, sentencia Garrido.

Estrategia publicitaria ambiciosa

Ucam Murcia ha sido pionera en cuanto al enfoque de los acuerdos publicitarios para esta temporada, por lo que, ante la ausencia de público, ha generado nuevos activos y contenidos adicionales para ofrecer un retorno mejor a los patrocinadores.

En este sentido, el club ha instalado lonas y leds donde antes se ubicaba el público y en la zona de las canastas para que los logotipos de las marcas se puedan ver más en televisión. “Hemos generado nuevos activos que se ven en televisión, la audiencia general de Movistar Plus, y esto es bastante atractivo para nuestros patrocinados”, remarca. “Esto ha implicado renovar los patrocinios y que hayan entrado de nuevos, porque eran zonas del campo donde se sentaba el público”, subraya.

“El coronavirus ha hecho que tengamos que adaptar nuestro contenido de márketing, a través del operador televisivo y de la presencia en los medios, reinventarnos”, comenta. Así, además de una potente estrategia digital, “estamos en contacto con nuestra masa social, generando contenidos adicionales, que, además, permite que nuestros patrocinadores se vean lo menos perjudicados posible”.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.