

COMPETICIONES

Los ‘naming rights’ de la OK Liga, una carrera abierta entre dos empresas

La Real Federación Española de Patinaje busca una mayor rentabilidad de uno de sus principales activos, la liga de hockey patines, que despierta el interés de los patrocinadores.

Javier Trullols
10 jun 2021 - 04:51



La OK Liga busca quién le dé nombre. La máxima categoría masculina del hockey patines en España contará con un patrocinador que se hará cargo de los *naming rights* en la temporada 2021-2022, ha explicado Xavier Moyano, gerente de la Real Federación Española de Patinaje (Rfep) a Palco23.

Hasta el momento, “nunca ha habido un contrato de *naming rights* de la liga”, añade Guillem Trabal, exjugador y actualmente gerente de la Asociación Nacional de Clubes de Hockey Patines (Achp). “Desde que entré en la asociación es uno de los objetivos, incrementar los recursos propios”, sostiene Trabal, que ha gestionado acuerdos como el de Ilerna Online para dar nombre a la Supercopa de España o Frit Ravich para la Lliga Catalana, precursores de la venta del *naming* o los *title rights* de la liga española.

La Rfep es quien organiza la OK Liga. “Queremos monetizar los activos que tenemos para poder reinvertir lo que se pueda obtener en el deporte, en la competición, y hacer que crezca”, detalla Moyano, que asegura que la entidad está trabajando para

aumentar la exposición de la competición, siendo retransmitidos dos partidos por jornada actualmente a través de TV3, TVG y la Xarxa, sumado a la cobertura que ofrecen los clubes, que producen sus propios partidos para complementar la oferta a través de OK Liga TV, el canal de *streaming* que permite seguir de forma gratuita el campeonato nacional español de hockey sobre patines.

La Federación mantiene negociaciones con Teledeporte y la plataforma *over-the-top* (OTT) de LaLiga, LaLiga Sports TV, para ampliar el alcance y difusión de los partidos de la OK Liga. “Queremos aumentar la visibilidad del hockey a todos los niveles”, ha detallado Trabal, explicando que las “audiencias de los partidos crecieron entre un 30% y 40% respecto a las épocas de normalidad”.

Actualmente, la Federación está inmersa en el proceso de venta de determinados activos de la competición, uno de los cuales son los *naming rights*, para lo cual está en negociaciones con diversas empresas. “El valor del acuerdo dependerá de las contraprestaciones que el patrocinador pida en cuanto a activos”, afirma su gerente, que considera que los potenciales sponsors buscan ir más allá de dar nombre a una competición, “buscando un retorno que justifique su inversión”.

La OK Liga negocia con Teledeporte y LaLiga Sports TV para ampliar el alcance de la OK Liga

Además del *naming*, la Rfep ofrece contraprestaciones en imagen, televisión, *backdrops* de los partidos, redes sociales o el alcance de los propios clubes a través de su masa social. “Todo dependerá de hasta dónde quiera llegar en su apoyo la competición”, señala Moyano. En cualquier caso, responde con un “sí, rotundo”, cuando se le pregunta si la OK Liga venderá sus *naming rights* de cara a la temporada que viene, señalando que mantienen conversaciones con dos empresas pero están abiertos a nuevas propuestas en relación a los diferentes activos comerciales de la federación.

Presupuestos a partir de 80.000 euros

La OK Liga es una competición con un gran peso de los clubes catalanes, comunidad autónoma donde el hockey patines es un deporte con una gran tradición, hasta el punto de que todos los clubes que han participado en el torneo en la temporada 2020-2021 son de Cataluña excepto el Deportivo Liceo, que ha concluido segundo. Esta situación ha supuesto una ventaja en tiempos de pandemia al facilitar la recuperación de partidos, explica Trabal.

En la temporada 2020-2021 los clubes han afrontado reducciones de presupuesto de

entre el 25% y el 30%, detalla el gerente de Achp. Este curso, por ejemplo, el Deportivo Liceo ha visto como la pandemia recortaba en 200.000 euros su cifra de negocio, presentando un presupuesto que se sitúa en torno a 600.000 euros, mientras que el FC Barcelona había presupuestado invertir más de 1,9 millones de euros a gastos de personal. Estas cifras están muy alejadas de otros equipos, en una competición donde los presupuestos más bajos se han situado alrededor de 80.000 euros, y en la que el amateurismo de muchos jugadores contrasta con deportistas que pueden llegar a cobrar unos 30.000 euros.

“La limitación de ingresos ha sido extraordinaria, sin taquilla (casi a cero) pese a la pequeña reapertura al final”, destaca Trabal, en un curso en el que además los “patrocinios han caído” fruto de los problemas derivados de la pandemia. Ahora, los clubes encaran la temporada 2021-2022 con mayor “optimismo e ilusión” ante la posibilidad de recuperar el público en los pabellones.

¿De la Liga Europea a la Superliga?

En relación al proyecto de la Superliga Europea de clubes, impulsado por FC Barcelona, Reus, Noia y Liceo, entre otros, Moyano sostiene que es “un proyecto de clubes que se ha de organizar muy bien y no debe afectar a las federaciones ni al resto de clubes que participan en competiciones nacionales”. “Si sale adelante y se respetan estas premisas, será positivo para el hockey patines”, sentencia sobre este asunto.