

COMPETICIONES

Spartan Race encara la remontada: 1,6 millones de facturación y vuelta al negro en 2021

La empresa estima que tardará entre dos y tres años en recuperarse del golpe del Covid-19. La compañía se apoyará en los patrocinios y la administración.

Miquel López-Egea
26 feb 2021 - 05:00



Spartan Race encara la recuperación. Tras el golpe que ha supuesto el Covid-19 en las cuentas, la empresa prevé comenzar la remontada este año con una facturación de 1,6 millones de euros y el regreso a números negros, según ha explicado el director general de Spartan Race, Ángel Sanz, a Palco23.

La compañía cerró 2020 con unas pérdidas de 450.000 euros y una facturación de 750.000 euros, gracias a los eventos celebrados en Mallorca y Andorra. La suspensión de la prueba de Tenerife supuso un golpe inesperado en las cuentas a final de año, ya que la carrera se tuvo que suspender por el Covid-19 con casi todo el gasto hecho, que, a final de año, fue de 1,1 millones de euros.

Para este año, la empresa prevé recuperar buena parte de la cifra de negocio, alcanzando 1,6 millones, cerca de los 1,9 millones de euros de 2019, y registrar un resultado neto de 200.000 euros.

“Nuestra estrategia ha sido a largo plazo todo el rato, con aportaciones de los inversores: Spartan Race es un evento que tiene una comunidad muy enganchado y un producto que turísticamente tiene mucho recorrido”, comenta Ángel Sanz, director general de Spartan Race España, a Palco23. “Con apoyo institucional y los patrocinios que vamos consiguiendo, tardaremos entre dos y tres años en recuperarnos del tortazo”, añade.

Spartan Race ha apostado por hacer cambios en el modelo de negocio en 2021

Spartan Race ha apostado por hacer cambios en el modelo de negocio en 2021, por lo que se apalancará en la parte turística del evento, con el apoyo de la administración.

“Tenemos un modelo de negocio que se basa en el número de participantes y necesitamos un punto de equilibrio, de 4.200 personas por eventos, además las inscripciones se venden entre nueve y diez meses antes, pero ahora hay mucha incertidumbre”, explica el directivo.

Por lo tanto, la estrategia de la compañía pasa por “compensar con la generación de proyectos vinculados más al turismo de la parte deportiva porque somos una carrera destino, es decir, nuestra comunidad va a donde hacemos carreras, como es el caso de Tenerife, andorra, Madrid o Mallorca”, señala. Además, apuesta por “una evolución del producto” y nuevos patrocinios. “El evento deportivo es la manera más inmediata para la administración de generar negocio a corto plazo”, asegura.

En 2021 espera organizar una prueba en Andorra en junio, dos en octubre, en Madrid y Mallorca y una cuarta en la que está buscando alternativas. En un año normal, Spartan Race cuenta con cinco o seis carreras, pero el año pasado solo pudo organizar dos de las tres planificadas.

Spartan Race cuenta con ocho empleados a tiempo completo

En estas carreras el número de inscritos es menor de 4.200 participantes, pero con el patrocinio, el negocio se vuelve viable. De hecho, en la carrera suspendida en diciembre en Tenerife el patrocinio fue de 210.000 euros y “con cantidades de este tipo, la viabilidad cambia radicalmente”. “El gran trabajo ha sido activar nuestra comunidad más enganchada, dispuesta a hacer el esfuerzo”, señala.

Por otro lado, en cuanto a los protocolos, Sanz considera que “se puede hacer todo”, “hemos trabajado para cumplir unas medidas estrictas, con límites si así se define, cada evento tiene sus planteamientos; en Andorra la comunidad europea nos felicitó por los protocolos”, añade.

El límite de participantes de la prueba celebrada en Andorra, que cuenta con ingresos por parte de Andorra Turisme, fue de 500 personas al día, por lo que la organización decidió disputarla durante tres días, por lo que al final pudo contar 1.500 espartanos. “Nadie sabe si podrás tener 800 inscritos o 3.000 o 4.000 participantes al día, pero habrá más flexibilidad, hay que venderlo todo lo antes posible pero el cliente tiene que ser consciente de que las autoridades pueden establecer un límite de participantes”, remarca.

Un evento Spartan Race puede organizarse hasta con 7.000 personas en un día pero el máximo total de participantes en un evento ha sido de 12.000 inscritos. Spartan Race cambia una prueba por la otra si la prueba se ha tenido que aplazar o suspender.

Spartan Race necesita 4.200 participantes para ser viable o patrocinios

“Cuando eres espartano no puedes caer a la primera, hemos aguantado el golpe”, sentencia Sanz, que explica que “nos hemos mantenido fuertes y la comunidad nos ha dado apoyo, siendo capaces de demostrar que podemos traer a mucha gente y con garantías: somos sanidad, deporte, economía y turismo”.

Spartan Race cuenta con ocho empleados a tiempo completo, pero en función de los picos de trabajo contrata personal eventual. Actualmente ninguno se encuentra en expediente de regulación temporal de empleo (Erte).

Xchange Sport & Event AG es la franquicia en Europa de Spartan Race, cuya propiedad se encuentra en Estados Unidos. Por su parte, Crow Legacy Company, empresa propiedad de Ángel Sanz constituida en 2008, consiguió en 2014 un acuerdo de exclusividad para el mercado español, cuando Spartan llegó a España a través de la relación entre Reebok, patrocinador principal de las carreras en Estados Unidos, y Sanz. España fue el cuarto país en Europa en celebrar carreras de este tipo, por detrás de Francia Italia y Alemania.

En 2014, Xchange Sport & Event, empresa que tiene licencia en once países y sede en Liechtenstein, hizo la inversión necesaria para comenzar a operar en el mercado español y la empresa de Sanz la subrogó. Esta inversión fue necesaria para sufragar el canon que exige la propietaria de la marca Spartan y para la compra de obstáculos e infraestructuras. Spartan Race empezó en España con dos carreras, llegando a las cinco en 2019.