

MEDIA

Up2You se ajusta tras el Covid-19: traslada sus oficinas en Barcelona y Madrid

La agencia de márketing deportivo se muda a un *coworking* en la capital de España y a una sede a pie de calle en Sant Cugat del Vallès, localidad barcelonesa en la que ya estaban sus antiguas oficinas.

Álvaro Carretero
27 jul 2020 - 04:59



Up2You se reajusta tras la pandemia. La agencia de márketing deportivo ha decidido reubicar sus dos oficinas en España para hacer frente al escenario post Covid-19, que ha afectado de forma severa a los ingresos de las propiedades deportivas y el resto de actividades vinculadas a esta industria. Su primera sede seguirá ubicada en Sant Cugat del Vallès (Barcelona), aunque con un local a pie de calle en el centro de la ciudad, mientras que la de Madrid se traslada a un *coworking* en el extrarradio.

El 80% del negocio de Up2You viene del fútbol, por lo que la suspensión temporal de LaLiga supuso un frenazo a sus planes de expansión. Algunos de estos proyectos han sido aplazados, no cancelados, aunque eso no evitará que “los ingresos previstos ya

se hayan perdido, salvo los que podamos reactivar en la segunda mitad del año; ya con la vuelta de LaLiga hubo más actividad y esperamos que en septiembre suceda igual”, indica Jaume Graells, director de la oficina de Barcelona.

La compañía fundada por Tato Martín, actual consejero delegado, no ha indicado a cuánto ascendió su facturación en 2019. Según las últimas cuentas publicadas en el Registro Mercantil, la empresa cerró 2018 con una facturación de 6,3 euros y un beneficio de 492.439 euros. Pese a asumir que por segundo año no habrá crecimiento “aún no podemos prever cómo será el cierre”, sostiene Graells.

La empresa tampoco ha indicado el número de metros cuadrados de los que dispondrán los nuevos locales, aunque sí que serán de menores dimensiones que los actuales. Tampoco se ha especificado el número de trabajadores que componen su plantilla actualmente ya que “muchos están sujetos a un expediente de regulación temporal de empleo (Erte)”, alega Graells. A cierre de 2018, según los datos del Registro Mercantil, Up2You contaba con una media de 5,77 empleados.

El 80% del negocio de Up2You proviene del fútbol, por lo que el parón de la temporada supuso un gran impacto

Up2You abrió sede en Madrid hace un año y medio para centralizar desde la capital las activaciones de Audi con el Real Madrid y de Bwin con el Atlético de Madrid. Las oficinas estaban ubicadas en la cuarta planta del Ibercenter Centro de Negocios, en plena Gran Vía. La oficina seguirá contando con Emili Castells al frente después de que fuera fichado en 2017 procedente de Under Armour.

La sede de Sant Cugat también ha perdido metros cuadrados y pasa de estar a las afueras del municipio al corazón del mismo, en la Plaza Doctor Galtés. “El Covid-19 ha tenido un impacto grande en nuestro negocio, aunque aún no hemos hecho previsiones porque dependerá de cómo vaya en la segunda mitad del año y los proyectos que podamos realizar”, explica Graells.

Desde la matriz se coordinan otros proyectos como el de Cupra con el FC Barcelona, que Up2You se adjudicó mediante concurso a principios de 2020. La marca automovilística “ha sido una de las más activas durante el confinamiento, de las que más ha querido comunicar y con las que mejor hemos trabajado durante la pandemia”, indica el directivo.

Up2You llegó al corazón de Madrid hace un año y medio y apuesta por mantener la sede pese al Covid-19

Desde el municipio catalán también se gestiona la activación de Volkswagen con la Eurocopa, uno de los proyectos más importantes para este año, y que quedó paralizado tras el aplazamiento de la misma hasta 2021. “Parece que volverá a arrancar una vez empiece la promoción del torneo, pero ha sido un golpe considerable”, explica Graells.

El último proyecto que se ha adjudicado Up2You ha sido la gestión de las activaciones de Asics para realizar test a sus productos. “La relación con la marca ya venía de más atrás, desde el acto de presentación con Iniesta en Barcelona el año pasado, y también tenemos pendiente la activación en el Maratón de Barcelona este año con Asics, aunque no sabemos si se podrá desbloquear aún”, asegura el directivo.

El Maratón será unos de los primeros eventos de participación popular tras el confinamiento en todo el mundo. Tanto RPM-Mktg, que se adjudicó su gestión para los próximos años en el concurso público, como Up2You y otros patrocinadores esperan que “sea la hoja de ruta para este tipo de pruebas”.

Up2You ha logrado hacerse con diferentes proyectos durante la pandemia para engordar su cartera de activaciones

Entre su cartera de activaciones también se cuenta Gatorade junto al Barça y Manchester City, y Mail Boxes, uno de los patrocinadores oficiales de LaLiga en

España y de los más activos durante la parálisis del torneo. “LaLiga ha dado todas las facilidades posibles para realizar campañas y crear contenido digital”, indica Graells.

Donde sí tendrá una incidencia directa será en las activaciones que se realizan para las marcas de forma física. La principal, las *fan zones* del Camp Nou en cada partido que juega el club blaugrana en su estadio. “Esa va a ser una de las mayores mermas que tengamos este año, porque ni siquiera sabemos cuándo va a volver a hacerse, pero también otros eventos como el partido que organiza Estrella Damm al acabar cada temporada”, afirma el directivo.

Para el directivo, la principal preocupación es la misma que comparte todo el sector: “sabemos que lo primero que se recorta es el presupuesto de márketing y publicidad, pero por suerte muchas marcas han optado por seguir activando, aunque otras quizá no externalicen el servicio para abaratar gastos, aunque pueda restar calidad”.