

Dani pensó "en grande"

Renovó con la ayuda de Big Cola

Reportaje

José Luis Artús

Para que Dani Alves se haya comprometido finalmente a continuar en el FC Barcelona ha sido clave el papel jugado por dos firmas comerciales como Adidas y Big Cola. La primera, ampliamente consolidada en Europa y el mundo, no necesita presentación. La segunda, fuertemente implantada en Suramérica, no es conocida por el público en general en Barcelona. El caso es que Big Cola, o Kola Real, es desde el pasado 4 de octubre del 2010 y hasta junio de 2013, según acuerdo recién ampliado, uno de los patrocinadores regionales del Barça en la zona de Latinoamérica. Además, dentro de su política

La empresa de bebidas tiene un acuerdo de patrocinio regional con el Barça

expansiva, se ha fijado Brasil como uno de los grandes objetivos y ya antes de que Alves acabara renovando por el Barça había llegado a un acuerdo con el jugador a razón de 440.000 euros por esta temporada y la que viene, siempre que el lateral siguiera ligado al club azulgrana al menos hasta junio de 2012. Fue un acuerdo facilitado por el propio club azulgrana, en un intento de satisfacer en lo posible las peticiones económicas del jugador sin que se viera alterada su política en cuanto a escalas salariales.

Big Cola pertenece a 'Ajegroup', una de las multinacionales más importantes en Latinoamérica en lo que a bebidas se refiere. Su origen se encuentra en Perú, donde se conoce como Kola Real, pero opera en otros países como Repú-



Kola Real o Big Cola pertenece a 'Ajegroup'

FOTO: DIARIO TODOSPORT (LIMA)

blica Dominicana, Venezuela, Tailandia, Camboya, Laos, Vietnam, Colombia, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Chile, México, Costa Rica o Indonesia. Su regla de oro es "calidad al precio justo" y uno de sus lemas "piensa en grande", lo que llevó a los directivos de este grupo controlado por la familia Añaños a plantearse un acuerdo con el Barça con el objetivo de mejorar su posición dentro de los

mercados en los que participa.

Una de las características de Big Cola es que se comercializa en botellas de tres litros y ahora mismo es la imagen de los futbolistas del Barça la que aparece en sus etiquetas. La entidad catalana firmó este acuerdo con la intención de reforzar su presencia como marca fuera de España, concretamente en América Latina, que es al territorio al que de momento se circunscribe el compromiso. Para

la zona de Asia es la selección de Inglaterra el actual socio.

Dentro de esa política de cooperación con la entidad que preside Sandro Rosell, esta empresa de bebidas refrescantes cuenta con una web en la que facilita toda la información posible sobre el Barça, con noticias y resultados del equipo actualizados. Su providencial aparición en el universo azulgrana ha ayudado a cumplir un objetivo difícil: renovar a Alves ●



Laurent Colette, director de Marketing del FC Barcelona, que aparece a la izquierda en la foto de presentación del acuerdo, fue el encargado de negociar el acuerdo de patrocinio alcanzado entre el club barcelonista y Big Cola