

CLUBES

Capital, socios y espónsors: tridente defensivo de los clubes de Segunda B ante una caída del 30% de su negocio

Los clubes afirman que los accionistas que aportan recursos son un escudo contra el Covid-19, pero anticipan una caída del negocio en esta temporada y en 2020-2021. Será clave organizar partidos con público, retener a los patrocinadores y renegociar salarios a la baja.

Patricia López
13 jul 2020 - 05:00



Desde clubes con inversores dispuestos a acometer ampliaciones de capital cuando sea necesario, hasta equipos deficitarios que posiblemente pagan en B a parte de sus jugadores. Desde filiales de grandes clubes de LaLiga, como Barça y Real Madrid, hasta equipos de municipios que no alcanzan los 25.000 habitantes. La Segunda División B es una competición formada por ochenta equipos con presupuestos dispares que, sin el pulmón económico que representa los ingresos televisivos en LaLiga, han tenido que capear el temporal del Covid-19 cómo han podido: sin partidos por celebrar, caen las principales fuentes de ingresos: la venta de abonos y entradas. En el mejor de los casos, los clubes dejarán de facturar un 30% de lo presupuestado, un porcentaje que podría ser superior entre los equipos que no disputen el *play-off* de

ascenso.

El presupuesto medio de la categoría ronda el millón de euros, pero oscila entre los 600.000 euros entre los equipos más humildes y los cuatro millones que puede tener un equipo que cuente con accionistas interesados en armar un proyecto competitivo. La cifra puede ser aún mayor para los filiales de clubes que compiten en Primera y Segunda División, ya que cuentan con una estructura profesionalizada, más espórsors e infraestructura que, además de ayudar a formar jugadores y preparar los partidos, facilita la captación de talento.

“La Segunda B es una liga en la que compiten una veintena de filiales que dependen de grandes estructuras y, junto a ellos, hay más clubes que cumplen escrupulosamente con la normativa fiscal y laboral, mientras que hay otros que no; eso genera una competencia desleal muy fuerte, con equipos pagando en B y recibiendo subvenciones”, explica Amadeo Salvo, presidente del UD Ibiza, un club que cuenta con apoyo de sus accionistas, que han ampliado capital para mitigar la pérdida de ingresos por el Covid-19.

Los clubes de Segunda B tienen un presupuesto que oscila entre 600.000 euros y supera los cuatro millones

El club ibicenco ha perdido en torno a un 30% de los ingresos en un momento clave de la temporada: la definición del torneo, que es cuando los que aspiran a ascender a LaLiga SmartBank reciben más ingresos por la venta de entradas y los ingresos audiovisuales. Si el año pasado los equipos que jugaron el ascenso facturaron 50.000 euros por la televisión, este año el importe se ha reducido a la mitad, afirma Bruno Batlle, director general del CE Sabadell.

El club catalán dio entrada a nuevos inversores en 2019, con el compromiso de realizar tres ampliaciones de capital. Es un compromiso que se mantendrá tras el Covid-19, y que permitirá a la entidad tener estabilidad. “La taquilla que facturamos al final de la temporada es la más importante, y ahora estamos viendo cómo compensar a los socios por su fidelidad, aunque sabemos que nuestra situación financiera no es la que esperábamos”, añade Batlle.

En el caso del Rayo Majadahonda, esa inyección de recursos llega a través del Atlético de Madrid, ya que parte del alquiler que pasa al Ayuntamiento de Majadahonda para usar las instalaciones del Cerro del Espino va a parar al club. “De ese canon vienen

parte de los ingresos; el resto es patrocinio, organización de campeonatos, los socios, abonos y entradas vendidas, así como la ayuda al descenso”, explica Enrique Vedia, presidente del club madrileño. Sus 1.500 socios y la venta de abonos generan un 10% del presupuesto, por el 15% que aporta el patrocinio. El Atleti, la venta de entradas puntuales, la celebración de torneos y la escuela de fútbol, que cuenta con 700 jugadores, aportan los recursos restantes



La UD Ibiza es uno de los equipos que disputará el *play-off* de ascenso a Segunda División.

Se trata de una entidad que ha formado talento, como Theo Hernández, Lucas Hernández y Munir, todos ellos jugadores profesionales que han permitido al club facturar millones para reinvertir en infraestructura. “Somos un club saneado y no necesitamos hacer ampliaciones de capital; la aportación del Atlético de Madrid es importante”, añade Vedia. Con todo, admite que tras el Covid-19 los traspasos de jugadores van a dejar de generar el negocio que ha supuesto hasta ahora, al menos en el corto plazo.

Esa situación y el parón de la competición llevó al club a realizar un Erte que no afectó a la primera plantilla, que siguió entrenando, y con la que pactó una rebaja salarial del 7% sobre el salario anual. Además, al no formar parte del *play-off* exprés de ascenso que se jugará a lo largo de julio, pudo dar por finalizados los contratos que expiraban el 30 de junio, lo que se sumó al ahorro.

En cambio, equipos como la Cultural y Deportiva Leonesa, el CE Sabadell, la UD Ibiza tienen que preparar el *play-off*, por lo que han mantenido los gastos, que además han aumentado por la necesidad de hacer test a los jugadores e implantar los protocolos de seguridad e higiene. La Real Federación Española de Fútbol (Rfef) ha asumido el

coste de dos pruebas, la que se realizó en la reanudación de entrenamientos y la que se hará antes de *play-off*, una cantidad insuficiente para garantizar que los entrenamientos se están realizando sin positivos, afirman los clubes consultados.

Sólo el ascenso a Segunda División provocará que los clubes cuenten con más presupuesto el próximo año gracias a los ingresos audiovisuales, que marcarán la diferencia. No subir de categoría es sinónimo de un presupuesto a la baja, una caída que será aún mayor en el Nàstic de Tarragona. El equipo catalán, que este año contaba con la ayuda al descenso, estima una caída del presupuesto del 60% en 2020-2021. “El Covid-19 afecta a nuestras finanzas, pero la situación del club no es la que había hace siete años cuando estábamos en Segunda B con una deuda superior a ocho millones de euros y ahora estamos en números positivos”, afirma el director general del club catalán, Lluís Fàbregas.

Los clubes de Segunda División B prevén una caída de hasta el 40% en los ingresos en 2020-2021, que se podría elevar al 60% sin público en las gradas

Por su parte, el Ibiza prevé una caída de ingresos de entre un 40% y un 60% en 2020-2021, que será de entre el 20% y 40% en el caso de que sí se pueda jugar con público la próxima temporada. “Intentaremos mitigar esa caída y sólo si ascendemos a Segunda mejoraremos el presupuesto”, apunta Salvo. “Aún no hemos definido un presupuesto para el año que viene, porque no sabemos si habrá público en las gradas; tenemos 11.000 asientos en estadio y esa partida es importante”, apunta el director general del CE Sabadell.

Para premiar la fidelidad de los patrocinadores, algunos clubes afirman que no aumentarán el precio de sus activos publicitarios, aunque asciendan a Segunda División. “Queremos que mantengan su activo aunque aporten menos dinero e independientemente de que estemos en Segunda B o Segunda la próxima temporada para agradecerles su fidelidad”, apunta el presidente de la UD Ibiza.

Se espera que durante la próxima temporada aumente la desigualdad económica entre los clubes, lo que contribuirá a que “la liga sea más heterogénea”, afirma Enrique Vedia. Durante la próxima campaña se incorporarán veinte equipos más que darán lugar a una Segunda B con un centenar de participantes, debido a que este año no habrá descensos, pero sí ascensos desde Tercera División. “Algunos clubes lo pasarán mal”, anticipa Vedia, que no descarta que algún club no pueda salir adelante.