

CLUBES

El Córdoba CF anticipa 8 millones de presupuesto post-Covid con el fondo Infinity como pulmón

El club está buscando nuevas vías de ingresos para contar con más recursos económicos en su objetivo de volver a LaLiga SmartBank. “La meta es que el club sea sostenible por sí mismo, pero es cierto que contamos con el respaldo de un importante fondo”, reconoce el consejero delegado Javier González.

Patricia López
15 jul 2020 - 05:00



Córdoba CF. Fotografía de Charo Tobajas.

El Córdoba CF es uno de los clubes que más cambios ha vivido en la última temporada. Como si el Covid-19 no bastara, el club ha afrontado un relevo en la propiedad, con la entrada del fondo árabe Infinity, que adquirió la unidad productiva del club (UP) de la Sociedad Anónima Deportiva (SAD) para estabilizar la entidad y garantizar su futuro. Por el camino, la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) presentó un recurso al considerar que la plaza de Segunda B no pertenecía a la entidad, pero la organización lo tiene claro: nuestro objetivo es volver a LaLiga SmartBank y que el club sea sostenible por sí mismo", explica Javier González, consejero delegado del club desde la entrada del fondo de inversión, a Palco23.

El directivo asegura que el club está buscando nuevas vías de ingresos y estudiando fórmulas tradicionales y novedosas de captar más recursos económicos, pero admite que "el Córdoba CF cuenta con el respaldo de un importante fondo de inversión". Es una garantía en tiempos post Covid-19, si bien recalca que la meta es reducir la dependencia económica del fondo y que el club genere recursos por sí mismo.

Es todo un reto, teniendo en cuenta que el club milita en Segunda División B, donde los ingresos audiovisuales son muy limitados, especialmente si el equipo no disputa el *play-off* de ascenso. Además, este año esa fase de promoción se juega de manera exprés, por lo que los ingresos audiovisuales que se repartirán los participantes son un 50% inferiores.

El Córdoba CF reducirá ligeramente el presupuesto del primer equipo para destinarlo a fomentar la cantera y el equipo femenino

Ahora que el Córdoba CF no ha logrado acceder a esa fase, el club ya está trabajando en la próxima campaña con el objetivo de regresar a Segunda División. El presupuesto para 2020-2021 será de ocho millones de euros, en línea con el actual. "La diferencia es que la partida para la primera plantilla se va a reducir ligeramente porque queremos reforzar de manera importante los fondos destinados al equipo femenino y la cantera, áreas que consideramos clave para el futuro del club", describe González.

Fidelizar a los patrocinadores y a sus cerca de 11.500 abonados pese al parón de la competición ha sido un desafío central a corto plazo para mantener cierta estabilidad en los ingresos. La venta de abonados ronda el 10% del presupuesto, por lo que el club busca asegurar ese negocio ofreciendo un plus al aficionado de cara a la próxima temporada, en un momento en que se desconoce si podrán disputarse partidos con público, o si la afición tendrá reparo a volver al estadio por el temor al Covid-19.

“A cada cordobesista que se abone para la próxima temporada le incluimos una suscripción a Footters para que pueda ver los partidos por televisión, si es que en los estadios se reduce el aforo”, afirma González. El club aportará otros incentivos, como regalos, ventajas y descuentos a las empresas que patrocinen al club, de modo que “suponga una reducción del precio que se paga por cada abono”.

El club considera a su afición como un activo para retener a sus patrocinadores y que continúen apoyando a un club que el año pasado descendió a Segunda B, una categoría que buscará abandonar en 2020-2021. No hacerlo implicará retrasar aún más su vuelta a LaLiga, ya que en 2021-2022 arrancará la Segunda B Pro, una liga de transición entre el fútbol *amateur* de Segunda B y el profesional, a partir de LaLiga SmartBank.

“El Córdoba CF es el club de Segunda B con más seguidores, un hecho que permite saber a los patrocinadores que van a recuperar con creces cada euro que inviertan en nosotros”, apunta el consejero delegado. El club ha procurado “ir de la mano con el tejido empresarial de Córdoba, ya que somos un proyecto de ciudad y no sólo futbolístico”.

El club cerró 2018-2019, la última temporada que jugó en Segunda División, con una cifra de negocio de 9,5 millones de euros, que sumados a los cinco millones que facturó por la venta de jugadores permitieron cerrar el año con un beneficio de 1,02 millones de euros. La principal partida de ingresos fue la audiovisual, con 6,1 millones de euros, seguida del ingreso generado por los abonados y socios, con 1,5 millones de euros. El patrocinio supuso 1,4 millones de euros.

De cara al futuro, González sostiene que la puesta en marcha de la Segunda B Pro no afecta al club, en tanto que el objetivo es ascender directamente al fútbol profesional por la vía rápida durante la próxima temporada, sin pasar por la nueva competición creada por la Rfef. Sobre la puesta en marcha de este torneo, el consejero delegado del Córdoba CF apunta que “es necesario introducir cambios en esta división porque, hoy en día, para muchos clubes es insostenible desde el punto de vista económico”,

aunque reconoce que “parece evidente que dificultará el ascenso, dado que todo apunta a que el margen de error va a ser mucho menor”.