

## CLUBES

# La SD Huesca se hace grande: amplía El Alcoraz y planea una ciudad deportiva

El club, que encadena doce jornadas como líder de la Liga 1|2|3 y opta al ascenso, trabaja para elevar la capacidad del estadio hasta 7.500 personas tras entrar en beneficios en 2016-2017. Acumula inversiones en infraestructuras por más de 3,5 millones de euros.

M.Menchén  
8 feb 2018 - 04:59

La SD Huesca se hace grande: amplía El Alcoraz y planea una ciudad deportiva

La SD Huesca se ha convertido en el equipo revelación de la temporada. Con uno de los presupuestos más bajos de la Liga 1|2|3, el club encadena doce jornadas como líder de la clasificación y es un firme candidato al ascenso a Primera División. Una opción que obliga a plantear distintos retos patrimoniales, como la ampliación del estadio El Alcoraz y la construcción de una ciudad deportiva propia. “Estamos trabajando en ello, siempre supeditado a encontrar la financiación y no poner en riesgo al club”, explica a *Palco23* su director general, José Luis Ortas.

No es un reto menor para esta entidad, que el año pasado destinó el 67% de todos sus ingresos a salarios para poder competir con ciertas garantías, y aun así es el sexto equipo de Segunda División con un tope salarial más bajo. Este esfuerzo por destinar siete de cada diez euros a nóminas acaba afectando a la rentabilidad del club, que en 2016-2017 logró recuperar la senda del beneficio, con 151.738 euros; para el año en curso, las ganancias se situarán en 107.000 euros si se cumple el presupuesto.

De ahí que Ortas valore positivamente el nuevo ciclo audiovisual y el sistema de cálculo, ya que “para clubes como el nuestro, que estamos en ciudades pequeñas, nos ha permitido equipararnos con otros clubes con recursos que nosotros no tenemos”. “Intentamos no tener que ir cambiando de equipo cada temporada, y la televisión nos ha permitido avanzar en esa línea”, explica el ejecutivo, que ha liderado la gestión desde su primer ascenso a Segunda hace diez años.

## La SD Huesca cerró 2016-2017 con un beneficio

## neto de 151.738 y su deuda con entidades de crédito es nula

Una de las claves de la entidad es que una parte importante de la inversión en estructura se ha realizado en el área deportiva. “Tenemos una organización muy potente en comparación con nuestra dimensión”, asegura, sobre un grupo formado por el director deportivo, Emilio Vega; el secretario técnico, Ramón Tejada, y una red de *scouting* con personas en Andalucía, Cataluña, la zona centro y norte de España, y el área de Galicia-Portugal. “Hemos desarrollado nuestra propia base de datos en la que introducimos todos los informes de jugadores y nos permite hacer filtrado”, revela.

Más allá del salario, el Huesca intenta posicionarse como un “trampolín” para dar el salto a Primera División. “Tenemos un club muy bueno para gente joven con potencial, estamos en una ciudad tranquila con un club estable, y no hay una excesiva presión por estar arriba, lo que les permite rendir bien”, defiende. Eso sí, si bien considera que tienen unas “buenas instalaciones”, ya avanza a este diario que quieren dar un importante salto cualitativo, tras haber invertido ya más de 3,5 millones en sus infraestructuras durante los últimos siete años.

El club actualmente se ejercita en campos de entrenamiento propiedad de instituciones locales, de ahí que el consejo de administración trabaje para aumentar su patrimonio, en el que ya consta la propiedad de El Alcoraz. “Tenemos un proyecto para construir nuestra propia ciudad deportiva”, desvela Ortas, quien asegura que existe un “acuerdo verbal” para hacerse con el control de unos terrenos del IES Pirámide, a las afueras del municipio y donde tiene un campo de entrenamiento desde 2010. “Lo haremos si encontramos la financiación y se cumplen las necesidades; es un proyecto de futuro para potenciar el fútbol base y dar cabida a los jóvenes”, comenta.

La SD Huesca estima que El Alcoraz podría alcanzar un aforo de 7.500 espectadores

Image not found or type unknown

La SD Huesca estima que El Alcoraz podría alcanzar un aforo de 7.500 espectadores. De momento, se está ampliando por la Tribuna Norte, a la izquierda de la imagen.

El proyecto no tiene una partida definida, a la espera de que se pueda avanzar en las negociaciones. La parcela permitirá construir al menos dos campos de fútbol adicionales junto al existente, además de poder sumarle un edificio con servicios complementarios que cada vez demandan más los jugadores, como salas de descanso, gimnasio o zonas comunes. De media, las inversiones anunciadas en centros de entrenamiento en esta categoría han oscilado entre cuatro millones y ocho millones de euros. Y el ascenso podría dar un acelerón al proyecto, al tratarse de uno de los pocos clubes de fútbol cuya deuda con terceros es prácticamente inexistente.

Donde sí han entrado ya las máquinas son en El Alcoraz, que en una fase inicial ganará 308 asientos a través de la ampliación de la Tribuna Norte; la inversión asciende a 249.000 euros. “No vamos a hacer un estadio para 10.000 espectadores, pero creemos que con un aforo para 7.500 personas podríamos ganar el espacio necesario para segmentar mejor el campo y habilitar nuevas zonas de *hospitality*”, argumenta. Al igual que con la ciudad deportiva, Ortas deja claro que “no nos vamos a volver locos ni a apalancarnos financieramente; iremos acometiendo distintas fases en función de la capacidad económica”.

El problema del aforo se ha empezado a evidenciar este año, tras alcanzar el récord de abonados con más de 5.000, cuando al ascender a Segunda sólo eran 1.400 personas. “Nuestra política es la de mantener precios y lo interesante es aumentar la masa social, no facturar más; los ingresos por taquilla y abonados apenas suponen el 7% del total”, resume. En su opinión, cuanto más gente vinculada al SD Huesca, más opciones de negocio que sólo con la cuota. “Ya generará dinero con otro tipo de venta cruzada, pero primero hay que llenar el estadio”, enfatiza.

## El club prefiere congelar el precio de los abonos y aumentar su base social para generar ingresos por la vía comercial

Ubicados en una provincia con apenas 228.566 habitantes, y a unos 75 kilómetros de la casa de un histórico de LaLiga como el Real Zaragoza, Ortas tiene claro que su modelo debe ser similar al seguido por otros equipos como el Levante UD o el Deportivo Alavés. “Nos fijamos bastante por lo que han hecho. No buscamos un patrocinio puramente económico, sino hacer más cosas y a largo plazo, que no se ciña a una sola temporada”, explica, sobre programas con los que intentan apoyar a negocios locales a través de un club de empresas.

La SD Huesca luce el logo de los supermercados Simply en el frontal de su camiseta desde hace tres años. La cervecera Ambar, Fiat, Tumasa, El Dorado, Bemiser, CaixaBank, Apisa y Halcón Viajes son otras de las marcas que, en total, este año aportarán 275.000 euros en concepto de patrocinio, a los que se añadirán otros 90.000 euros por la explotación de la U televisiva. “Tenemos muy claros nuestros valores: seriedad, cercanía y estabilidad”, relata.

Tres atributos que han perseguido desde su ingreso en la élite del fútbol español hace

diez años. Entonces, el primer contratiempo fue encontrar los 2,5 millones de euros necesarios para su conversión en sociedad anónima deportiva (SAD), que se logró cubrir mediante la Fundación después de que los socios sólo pudieran reunir 300.000 euros. Hoy, la entidad sin ánimo de lucro posee el 69% del club y se encarga de ejecutar toda su responsabilidad social corporativa.

Hace tres años, después de un paréntesis de dos campañas en Segunda B, el reto fue empezar a profesionalizar la gestión. “Hicimos un organigrama sencillo y pusimos a una persona competente en cada área, que complementamos con empresas externas que nos aportan *know how* y capital humano. Intentamos ir creciendo poco a poco, ahora con un área de operaciones, aunque es complicado”, admite Ortas, consciente de que el dinero, en la medida de lo posible, debe estar en el campo. Sólo así podrán mantener el colchón de ocho puntos para lograr el ascenso automático a Primera.