

CLUBES

Perfumerías Avenida reduce un 40% su presupuesto en 2020-2021 y pide apoyo institucional para sortear el Covid-19

El club de Liga Femenina Endesa, cuyos ingresos proceden en más de un 90% de los patrocinadores, el mecenazgo y el *ticketing*, solicita a la Junta de Castilla y León un plan para apoyar a los clubes de élite.

Álvaro Carretero
30 jun 2020 - 04:58



La irrupción del Covid-19 paralizó el sector del deporte desde el pasado marzo. Apenas un puñado de competiciones han logrado regresar, entre las que no se encuentra la Liga Femenina Endesa, que no tenía en juego ningún suculento contrato televisivo. Clubes como Perfumerías Avenida preparan ya la próxima temporada, en la que muchos tendrán que ajustar sus balances. El club salmantino contraerá un 40% su presupuesto, que estaba en torno al millón de euros en 2019-2020 y solicita un mayor apoyo institucional para paliar el golpe.

“Más del 90% de los recursos se derivan del apoyo de los patrocinadores y de mi empresa (Grupo Recio-Perfumerías Avenida), que es la mecenas del equipo”, explica

Jorge Recio, presidente del CB Avenida, a *Palco23*. El 10% restante, unos 98.000 euros, los aporta el Ayuntamiento de Salamanca, la única institución que apoya económicamente al club salmantino.

Esta situación se debe a una particularidad que se da en la comunidad autónoma de Castilla y León, que no concede ningún tipo de subvención a clubes de élite. “Hemos empezado a hacer las gestiones con las instituciones para explicarles la situación; por ahora, hemos pedido algo tan simple como que la Consejería de Deportes realice un estudio para medir el apoyo que dan otras administraciones a los equipos de élite en todas las competiciones”, explica Recio.

Perfumerías Avenida solicita a la Junta de Castilla y León apoyo económico para aguantar el golpe del Covid-19

En algunas regiones, como en Cataluña, los gobiernos autonómicos han adelantado su aportación económica a los clubes para ganar liquidez, además de renovar su compromiso en concepto de patrocinio. La única excepción es Valencia, cuyo presupuesto también está sustentado por un mecenas, Juan Roig, propietario de Mercadona, tras absorber la estructura del extinto Ros Casares, que hasta 2012 estaba sustentado por la empresa valenciana.

El ejecutivo sostiene que “el deporte es una evasión para la ciudad y la población; no pedimos sustentarlo, sino apoyarlo, porque vamos a estar muy faltos de eventos y Salamanca, que no tiene grandes entidades deportivas, no puede permitirse perder un club que cumple una labor social y de cantera tan importante”. “Creo que rara vez ponemos en valor la labor social del deporte, sobre todo de clubes pequeños, no sólo de élite, que sin estímulos financieros se quedarán por el camino”, agrega.

Recio afirma que su club “nunca ha gastado más de lo que debía”. “Si este año hemos decidido volver a salir es porque creemos en el proyecto y, pese las dificultades económicas, creemos que tenemos una labor social en Salamanca que cubrir”, destaca Recio. El compromiso, por ahora, se mantiene incluso a pesar del alto coste que el Covid-19 ha ocasionado a Perfumerías Avenida, especializada en distribución de perfumería y cosmética, que cuenta con una red de 200 tiendas, 950 empleados y 41.500 metros cuadrados repartidos en diez comunidades autónomas.

El 90% de los ingresos del Perfumerías Avenida procede del mecenazgo, los patrocinadores y los abonos

“La incertidumbre por la que atraviesa el comercio actualmente es muy delicada, porque igual no se recupera en 2021 sino que tarda mucho más”, explica el ejecutivo. “Ante esta situación sólo podemos reclamar un mayor apoyo público para ayudarnos a sufragar algunos gastos, porque sólo en viajes jugando Euroliga se van 150.000 euros anuales”, sostiene.

El gasto logístico de desplazarse por Europa se ve compensado casi en su totalidad con la venta de abonos, que supone el 13% de los ingresos del Perfumerías Avenida. El club cuenta cada temporada con 2.500 socios de 2.800 posibles, reservando las butacas restantes a la venta de entradas que cada entidad debe dejar siempre libre. Ahora bien, dado que la Liga Femenina Endesa no está considerada profesional, la normativa actual sólo permitiría tener en el pabellón a 500 aficionados en 2020-2021.

“Esto no es fútbol, aquí pagamos todo nosotros, así que tener una merma de esas características es algo muy serio”, asegura el presidente del club. “Aún no sabemos cómo será el año que viene pero solicitamos que, al menos, podamos tener el aforo al 50%, que es lo que se ha dado a eventos considerados culturales como las corridas de toros, y que garantiza la distancia social con la separación entre butacas”, defiende.

Los clubes femeninos solicitan una revisión de la normativa, ya que al no ser liga profesional sólo tendrán 500 aficionados

Lo que no se contempla en el horizonte es la posibilidad de que entren nuevos ingresos: “Salamanca es una ciudad pequeña, dedicada al comercio; no hay industria ni grandes grupos que puedan aportar dinero como empresas locales, es muy complicado lograr apoyos”, sostiene Recio. Algunas de las empresas colaboradoras “no podrán continuar el año que viene” y a otros pequeños comercios “se les aplicará una rebaja del 20%, equivalente al último tramo de 2019-2020”, explica el presidente

salmantino.

El mismo descuento se aplicará sobre los abonos, aunque no todos los socios optarán por acogerse a ello. “La crisis nos ha amueblado a todos la cabeza diferente, nos ha hecho cambiar ciertos hábitos, nos ha obligado a caminar más despacio y nos ha vuelto a hacer conscientes del lugar en el que estamos”, afirma.

Para Recio, salvo el fútbol “casi todo el deporte, especialmente el femenino, va siempre a pérdidas”, dado que no genera ingresos propios suficientes para soportar los gastos de la estructura.

El club volverá a disputar la Euroliga el año que viene, aunque ha tenido que negociar el contrato con muchas jugadoras para poder ajustarse al nuevo presupuesto. “La reflexión de nuestra familia es esperar a que pase toda esta situación antes de tomar decisiones, pero hemos contratado a un entrenador top para los próximos tres años, así que está claro que la voluntad es seguir con el proyecto”, concluye el directivo.