

## CLUBES

# Suárez (Valladolid): “No queremos ser un gigante con pies de barro si subimos a Primera”

El presidente del Real Valladolid prepara palancas de crecimiento ante el actual coste de su deuda, para lo que quieren mejorar su propuesta comercial e invertir un millón en el estadio para mejorar las condiciones de los aficionados.

M.Menchén  
24 oct 2017 - 04:56

Suárez (Real Valladolid): “No queremos ser un gigante con pies de barro si subimos a Pri

El Real Valladolid ha comenzado con buen pie la Liga 1|2|3, a un punto de los puestos que dan acceso a la promoción de ascenso y una renovada conexión con la masa social. “Los buenos resultados en casa están ayudando. La afición pedía que le diéramos algo a lo que agarrarse”, explica Carlos Suárez, presidente y máximo accionista del club, en una entrevista con *Palco23*. Un cambio que se ha extendido a la parcela ejecutiva, donde el directivo ha introducido importantes cambios para relanzar la marca y luchar por el regreso a la élite.

Han recuperado a José García Calvo para desarrollo de negocio y reforzado el área de comunicación. ¿A qué se debe esta renovación?

Estamos aplicando la teoría de Einstein, que decía que si quieres que las cosas cambien no hagas siempre lo mismo. Después de tres años, con dos primeros de buenas expectativas, en el tercero notamos cierto hastío y distancia con la afición, así que necesitábamos cambios para modernizar las estructuras y comunicar de forma proactiva con la sociedad.

También han ampliado el consejo de administración el empresario vitivinícola José Moro y con José Luis Losada. ¿Hacía falta más experiencia?

Quiero que los pasos que demos sean firmes, por eso el crecimiento que buscamos debe llevar un soporte de control. Además, los conozco porque son amigos y han ocupado cargos de responsabilidad.

¿El gran reto es reconectar con los aficionados? Pese a todo, están en la zona media por asistencia en los partidos como local... Hemos tenido un año y medio muy malo, porque en Segunda siempre estábamos por encima de 10.000 espectadores. Ahora con los primeros resultados en casa podríamos volver a superar este listón ampliamente, porque la sensación que tenemos es que la gente está contenta.

**“La situación ha mejorado muchísimo, de una deuda de 80 millones en 2011 hemos bajado a 30 millones”**

Recientemente anunciaron beneficios en 2016-2017. ¿El club también está remonando en la parcela económica?

La situación ha mejorado muchísimo. Entramos en concurso de acreedores [en 2011] con una deuda de 80 millones de euros y ahora ya estaremos por debajo de los 30 millones. Se ha realizado un trabajo importante, aunque susceptible de mejorar. Tenemos compromisos de convenios adquiridos que no nos facilitan el crecimiento, porque repagamos mucha deuda para la categoría en la que estamos, pero en el momento en que hayamos pagado la deuda privilegiada estaremos en una posición muy buena. En teoría quedan cinco años, aunque todo dependerá de si conseguimos subir a Primera.

Tienen el décimo tope salarial de Segunda, pese a estar más arriba por ingresos. ¿Continúa siendo una gran losa para competir?

El 50% de los ingresos corrientes aproximadamente se van a pagar deuda. Tenemos una estructura de Primera División, y entonces parece que hay más recursos de los que después quedan para el área deportiva. Al final es hacer las cosas bien y acertar con las decisiones que tomas, porque en dos primeros años fuimos muy competitivos pese a que teníamos una pequeña ayuda al descenso.

El paracaídas de LaLiga ha mejorado mucho, tanto por importe como porque desde hace un año no se debe devolver. ¿Cada año es más difícil subir?

Cada vez es más difícil competir por las ayudas al descenso que hay, sí. De hecho, yo prefiero llamarle ya ayuda al descenso.

¿Qué nuevas vías de ingresos plantean para poder competir en este nuevo escenario? La generación de recursos que tenemos nosotros para crecer tiene que venir del fútbol, de un crecimiento en cuanto a nuestro proyecto de cantera, de instalaciones. Vamos a

potenciar el uso de las redes sociales, dar otro enfoque a los patrocinios y poner en valor esos recursos que son distintos a los tradicionales porque tenemos mucha visibilidad. Por ahí podríamos crecer de forma ordenada. Debemos aprovechar lo que se ha hecho bien en los últimos años, mejorarlo y hacer cosas diferentes.

El Valladolid invertirá un millón de euros para renovar el estadio

Image not found or type unknown

El Valladolid confía en recuperar niveles previos a la crisis y superar los 10.000 espectadores por partido

¿Se plantean una renovación del estadio para captar socios y marcas?

Hemos ido haciendo parte de las inversiones, pero la sensación que teníamos es de que hay que mejorar, porque tenemos un estadio obsoleto en algunos aspectos.

Renovamos los asientos gracias al patrocinio de Mahou, hicimos los campos anexos y

mejoras en la ciudad deportiva, que repercuten directamente en el crecimiento de jugadores para el primer y segundo equipo. Entendemos que estamos muy lentos, peor si lo instrumentamos bien y mejor, habrá recursos antes.

¿Qué actuaciones son necesarias?

Tenemos que mejorar cabinas, la sala de prensa, y, sobre todo, la zona de *hospitality* si queremos crecer en patrocinios. Hay que dinamizar los espacios que tenemos, unos vestuarios que están bien pero que podrían mejorar, zonas comunes enfocadas hacia la comodidad de la afición. Las inversiones realizadas ya superan el millón de euros ampliamente, y, en función de cómo podamos vendernos, deberíamos buscar un millón más para todos estos cambios.

Muchos clubes han crecido tras las renovaciones de instalaciones. ¿Qué parámetros miran?

Tenemos que tener claro qué generación de recursos nos va a dar y en qué plazo vamos a poder rentabilizarlo. Hay que mirar a medio plazo, y menos el corto plazo, sobre todo porque queremos instrumentar que no dependamos de ventas de jugadores, o de estar en Primera o Segunda División. Queremos un club que sea sostenible en la división que esté, y que, cuando logremos el objetivo de volver a la élite, no sea el de un gigante con pies de barro.

## “Queremos dar otro enfoque a los patrocinios y ser imprescindibles dentro del tejido empresarial”

Hablaba de patrocinadores, y tienen los principales activos de la equipación vendidos. ¿Qué persiguen en este campo?

Nos tenemos que hacer imprescindibles dentro del tejido empresarial. No nos quejamos de apoyo, pero sí creemos que podemos tener mucho más. Ahora bien, para eso nosotros también debemos ir con un producto y acciones diferenciadoras, no solo un patrocinio en la camiseta. Hay que salir de la localidad y ser un motor para el conjunto de Castilla y León. José Luis Modo [consejero recién incorporado] tiene unas bodegas maravillosas, pero sobre todo ha posicionado una imagen de marca para que sea identificable, y eso lo que tiene que hacer ahora con el Real Valladolid.

Este verano han conseguido 3,4 millones con la venta de José Arnáez al Barça. ¿La cantera es un generador alternativo de recursos?

En los últimos años se ha hecho trabajo muy bueno. Llevábamos un tiempo algo lentos, desde la salida de Sergio Asenjo, pero ahora, además de la venta de Arnáez,

podemos decir que hay cinco jugadores formados en la base que están en el primer equipo. Todo esto viene de ese trabajo de los últimos tres años, suficientemente bueno para pensar en que si lo potenciamos más podemos tener más crecimiento.

En la comunidad autónoma cada vez hay más equipos que frecuentan los torneos de La Liga. ¿Cómo se seduce al talento?

Hay rivales y tenemos que posicionarnos aprovechando nuestra historia, somos un equipo que más del 50% de la historia ha estado en Primera.