

COMPETICIONES

La Federación de Bádminton duplica su presupuesto por el Mundial de Huelva

La entidad cambió de directiva en octubre con el objetivo de capitalizar el efecto de los éxitos deportivos de Carolina Marín en cuanto a recursos y federados.

Miquel López-Egea
22 feb 2021 - 04:58



Cuatro millones para el bádminton. La Federación Española de Bádminton (Fesba) tiene un presupuesto de cuatro millones de euros para 2021, el doble que en un año habitual porque España acoge, entre el 29 de noviembre y el 5 de diciembre, el Mundial de Bádminton de Huelva, localidad de la jugadora Carolina Marín. En 2020 la entidad contó con un presupuesto de 2,1 millones de euros.

“Por el Covid-19 ha habido menos gasto porque hay una parte de alta competición que se ha reducido, pero también se han reducido los ingresos porque no se han podido celebrar las competiciones que organiza la federación como circuitos, másters o campeonatos nacionales; además de la caída de las propias licencias”, señala Andoni Azurmendi, presidente de la entidad desde octubre, a Palco23.

El 45% de los recursos de la entidad son propios, mientras que el resto proceden del Consejo Superior de Deportes. El presupuesto ha crecido en 100.000 euros en los dos

últimos años. “Tenemos un presupuesto más grande porque celebramos un Campeonato del Mundo Absoluto y Sénior, pero estamos a merced de que tengamos público”, comenta el directivo, quien celebra que “las instituciones locales se están volcando con la remodelación del Pabellón Carolina Marín”. “Se está haciendo una inversión importante: puede ser el año del bádminton español”, agrega. “Vamos a tener un resultado máximo, tanto deportivo como organizativo”, augura.

El objetivo de la nueva directiva es que los recursos propios superen a la subvención para no depender de ella, por lo que “tenemos que ser capaces de conseguir espórsors” y “generar recursos organizado competiciones, que sirven para captar recursos”.

La Federación de Bádminton tiene un 45% de recursos propios

El directivo, que considera que hasta ahora no se ha podido capitalizar el efecto de Carolina Marín en cuanto a número de federados y recursos, aunque firma que la jugadora que “ha puesto el bádminton al alcance de todos”. Además, Azurmendi considera que patrocinar este deporte “tiene un atractivo importante porque en oriente es muy conocido y muchas empresas quieren anunciarse allí”. Además tiene “valores porque se empieza en edades tempranas, no hay diferencia entre chicos y chicas y es muy inclusivo: es por donde queremos apostar, un deporte ligado a la inclusión y la salud”.

Este crecimiento pasa “por que la federación vaya de la mano de Carolina Marín porque es el mayor valor del bádminton español, una figura mundial como Rafa Nadal o Fernando Alonso”. “Tenemos que recuperar el terreno perdido porque las empresas veían que la relación no era buena, igual que los medios y no era inteligente: tendremos que correr para recuperar el terreno perdido”, sostiene.

En cuanto a federados, “ha habido un descenso, en cada comunidad autónoma está habiendo una afectación diferente porque se ha limitado mucho el número de clubes”. En una temporada normal, la federación suele tener 30.000 practicantes entre las licencias escolares y las profesionales. “No sabemos cuánto va a durar, pero algunas federaciones estiman que pueden perder un 30% de sus federados”, advierte el directivo.

El crecimiento en federados no ha alcanzado ni el 5% interanual en los últimos cinco años

Asimismo, considera que trasladar el efecto Carolina Marín al número de federados “es una asignatura pendiente porque hasta ahora no se ha hecho una buena gestión por parte de la federación”. “Los que hemos entrado éramos críticos con esto, no se ha aprovechado desde el primer campeonato que entró”, dice. De hecho, en los últimos cinco años, el crecimiento no ha sido ni del 5% interanual.

“Se han desaprovechado unos años muy buenos pero esperamos extender el bádminton y que a partir de ahora haya un incremento de practicantes y federados porque el número es el mismo de hace unos cuantos años y nos sorprende, no se han hecho las cosas bien hasta ahora”, reitera el directivo. Por este motivo insiste en que “una parte importante son los recursos propios, queremos que sea conocido y reconocido y no sólo porque lo sigan los medios: la gente tiene que poderse enganchar y practicarlo, además es económico y hay pabellones en toda España.