

COMPETICIONES

La Liga lanza una 'opa' al fútbol femenino para impulsar el torneo ante la dejadez de Villar

M.Menchén
6 nov 2015 - 17:40

El Mundial de Canadá parece haber marcado un antes y un después en la percepción que se tiene del papel de la mujer en el fútbol y en la importancia que los clubes deben darle. Y muestra de ello son los esfuerzos que La Liga quiere destinar a promover esta competición y cuyo primer paso se ha dado hoy con la constitución de la Asociación de Clubes de Fútbol Femenino. Una auténtica *opa* a un torneo que ahora gestiona la Real Federación Española de Fútbol (Rfef), noqueada ante las críticas por su dejadez.

El presidente de La Liga, Javier Tebas, se ha mostrado ambicioso en el acto de hoy y ha confiado en que "en unas temporadas podamos hablar de Liga Profesional de Fútbol Femenino". Y ante la ausencia de representantes del organismo que preside Ángel María Villar ha advertido: "No vamos a parar nuestros propósitos por los que no acuden; espero que en un futuro sí estemos todos". Y muestra de ello es que quienes sí estaban eran todos los equipos de la Primera División.

Todos ellos, grandes y modestos, estarán ahora en permanente coordinación a través de la nueva asociación que presidirá Pedro Malabia, fichado este mismo año por La Liga como responsable del área de fútbol femenino y que antes dirigía esta sección en el Valencia CF. "El objetivo es impulsar y unificar los intereses de los clubes y colegiarlos, algo que históricamente nunca se había hecho; todos los clubes tienen grandes ideas", ha destacado. Por el momento, han quedado al margen FC Barcelona, Athletic Club y Real Sociedad.



La constitución de la Asociación de Clubes de Fútbol Femenino se ha celebrado hoy en la sede de La Liga.

Una nueva muestra de la pérdida de control sobre este torneo por parte de la Federación han sido las muestras de agradecimiento de los clubes a la patronal. "Hoy ha sido el día más importante de la historia del fútbol femenino español. Con esto, pasará de ser el gran olvidado en a tener gran importancia", ha destacado Julio Luis Pérez, gerente del modesto UD Granadilla. "La Liga ha apostado por todos los clubes y ha dado un empujón a todos los equipos", ha añadido Lola Romero, presidenta del Atlético de Madrid Féminas.

La puesta en escena de hoy, a la que no ha faltado el Consejo Superior de Deportes, ha contrastado con la tímida reacción que expresó la Federación tras el Mundial de Canadá. En un primer momento, y ante los primeros movimientos de La Liga para potenciar este área, emitió un comunicado en el que aseguraba que se aprobaría "la creación inminente de una competición de especial relevancia con el Campeonato Nacional de Liga de Fútbol Femenino". A los pocos días matizaban que no habría nuevo torneo ni cambios sustanciales, pero mantenían la idea del "desarrollo de patrocinio y emisión televisiva de la competición de élite femenina".

Una gran apuesta que quedaba en entredicho por la denuncia que antes del verano presentó Seyer Gestión y por la que Villar deberá acudir a declarar próximamente en los juzgados. Según la denuncia, esta empresa logró atar un acuerdo de patrocinio por 6,6 millones de euros en seis años para la Primera División femenina, pero éste se acabó perdiendo ante la dejadez de la Federación a la hora de tomar una decisión.

Búsqueda activa de patrocinios

Sin referirse a estas cuestiones, lo que Tebas sí ha admitido hoy es que "la dificultad del producto es que nunca ha estado en el mercado; trabajamos en ellos, es muy importante tener una estructura y tener activos". El dirigente ha confiado en que la estructura comercial de la patronal ayudará a dinamizar esta actividad, pero que "el concepto de patrocinio es muy amplio y requiere un plan de activación. Todavía no nos podemos sentar a negociar porque los activos que podemos ofrecer debemos concretarlos".

En la actualidad, el torneo no tienen ningún gran patrocinador y pocos equipos han logrado patrocinadores específicos para su equipo femenino. En los últimos meses, sólo ha trascendido que el RCD Espanyol logró ampliar su acuerdo de patrocinio con el Grupo EMB y Gynéticos, mientras que el Atlético de Madrid Femeninas renovó su acuerdo de patrocinio con la cadena hotelera Sercotel.

"Es un paso muy importante en la profesionalización del fútbol femenino", ha confiado Albert Garrofé, vicepresidente del RCD Espanyol. Y no es una cuestión baladí, porque precisamente esto es lo que podría hacer peligrar la permanencia de muchos de estos clubes en la élite si no se les garantiza unos ingresos necesarios. "Lo que nos planteamos es la solvencia de los clubes, que cumplan su presupuesto sin ir agobiados y crear unas estructuras que generen recursos", ha admitido Tebas en este punto.

Y es que el fútbol profesional obligaría a pagar salarios en algunos clubes donde hoy funcionan bajo el modelo aficionado. "Los equipos que pertenecen a un club de La Liga soportarían el nuevo modelo, los otros no", admitía recientemente a *Palco23* Chus Tamurejo, directiva de la Federación de Fútbol de las Islas Baleares. A ello podría ayudar el nuevo Real Decreto Ley que regula la venta centralizada de los derechos de televisión, y que reserva un 0,5% del dinero a ayudar al fútbol femenino y aficionado.

Más allá de los salarios, otra de las medidas con las que se quiere evidenciar que la apuesta por este deporte es la monitorización de los resultados para evitar amaños. "Es una competición muy tentadora para las mafias, por lo que queremos controlarlo. Nuestro objetivo es ser limpios siempre", admiten desde la patronal. La monitorización de partidos de la Primera División Femenina se llevará a cabo a través de la empresa Federbet, encargada del seguimiento de los encuentros de Liga BBVA y Liga Adelante desde 2013.