

COMPETICIONES

La Primera Iberdrola, ante un 2019-2020 para definir su futuro

La competición arranca con unos niveles de visibilidad sin precedentes, entre las emisiones en GOL y las que prepara la Federación, pero las negociaciones del convenio colectivo serán las que marcarán de verdad el futuro de esta disciplina.

M.M.A.
6 sep 2019 - 04:57



El balón volverá a rodar este fin de semana en la Primera Iberdrola, aunque el futuro de la disciplina no lo va marcar únicamente lo que suceda sobre el terreno de juego. La competición de fútbol femenino inicia en 2019-2020 con la certeza de que va a disponer de más exposición mediática que hace un año y el apoyo de nuevos patrocinadores, pero con el interrogante de si clubes y jugadoras serán capaces de alcanzar un acuerdo para firmar el primer convenio colectivo. “Es un año clave para empezar a sentar las bases de lo que tiene que ser esto, una liga profesional”, admite uno de los gestores.

El fútbol femenino pasó de ser la joya que todas las partes quisieron cuidar e impulsar, a haberse convertido en un elemento más de la batalla entre la Real Federación Española de Fútbol (Rfef) y los clubes por la gestión del sector. Sin embargo, con el

paso de los meses se han ido moderando las posiciones, y el objetivo común vuelve a ser el mismo. “Va a ser la temporada con mayor visibilidad de la Primera Iberdrola”, recuerdan desde el regulador, sobre un torneo que en algunos duelos ya ha superado los 200.000 telespectadores.

El mayor hito que se ha alcanzado corresponde a la Asociación de Clubes de Fútbol Femenino (Acff), que por fin ha conseguido poner en valor los derechos audiovisuales. Este año entra en vigor el acuerdo firmado por trece clubes con Mediapro, que abonará tres millones de euros anuales durante las próximas tres temporadas. Este contrato, que supone una media de 230.000 euros para cada uno de los trece equipos implicados, trató de ser invalidado por la Rfef, aunque finalmente lo ha aceptado para priorizar la visibilidad.

El acuerdo fue firmado en bloque por Atlético de Madrid, DG Tenerife Egatesa, Valencia Féminas, Real Betis, Real Sociedad, Levante UD, CD Sporting Club de Huelva, Madrid CF Femenino, Rayo Vallecano, RCD Espanyol, CDEF Logroño y el recién ascendido RC Deportivo Abanca. Todos los partidos que estos equipos disputen como local sólo podrán verse en GOL, que se ha comprometido a emitir tres partidos por jornada en abierto, como viene haciendo desde 2016.

La Primera Iberdrola generará ingresos por televisión por primera vez, con tres millones que pagará Mediapro a trece equipos

Por el contrario, FC Barcelona, Athletic Club, Sevilla FC y CD Tacón, que próximamente se integrará en el Real Madrid, han decidido optar por la venta individual de estos derechos. Los cuatro disponen de canales propios de televisión, por lo que habrían priorizado dar difusión a los encuentros a través de sus plataformas y renunciar al dinero. Al menos por ahora, pues fuentes federativas explican que los cuatro verían con buenos ojos sumarse al proyecto de venta conjunta que ha diseñado la Rfef.

La Federación ha prometido un mínimo de 500.000 euros por equipo en la Primera Iberdrola y al menos 100.000 euros en la Reto Iberdrola, que es el equivalente a la que debía ser la nueva Primera B y que buscaba simplificar el acceso a la élite. De momento, la dirección continúa negociando con una televisión generalista, posiblemente Mediaset o Rtvé, que son con las que ha trabajado históricamente por la Selección, sin que haya nada cerrado. En el ámbito internacional, se ha acordado incluir las retransmisiones en la OTT lanzada por la Uefa a nivel global.

“Vamos a pasar a un escenario en el que se darán todos los partidos, con más de un canal emitiendo; no olvidemos que hace un año se daba una selección y, antes, apenas había presencia del fútbol femenino en televisión”, apuntan en la Rfef, que en su ausencia durante esos años han sido LaLiga, Mediapro e Iberdrola las que han fomentado que tuvieran presencia en televisión. GOL emite fútbol femenino desde 2013 y, desde 2016, incluye tres partidos por jornada.

No es un aspecto menor, pues son elementos clave para convencer a que más patrocinadores se sumen a Iberdrola, que este verano ha renovado su acuerdo de *title sponsor* hasta 2024-2025. Sobre los objetivos, admiten en la Ciudad del Fútbol, “va a depender mucho” de cuántos activos puedan centralizar. De momento, CaixaBank, Pelayo y Seat ya apoyan a la Selección femenina, y no sería descartable que se buscaran alianzas más amplias. Pero no hay discusión sobre el papel que han adquirido estas compañías, y especialmente la energética, para conseguir que el número de jugadoras federadas haya pasado de 40.524 en 2015 a 65.091 en 2018, un 60% más.

La Rfef busca aglutinar a varios equipos para vender los derechos a un canal generalista y promete 500.000 euros al año por club

Todos estos pasos van a definir a corto plazo cuál será el potencial de inversión de la competición, que este año cuenta con doce equipos controlados por miembros de LaLiga. No es un aspecto menor, pues garantiza unos niveles de inversión en plantilla mucho más elevados, como demuestran los más de cuatro millones de euros que destina el Barça. Está por ver con qué capacidades empieza el CD Tacón, que este verano ha realizado numerosos fichajes tras casi asegurarse que pasará a ser propiedad del Real Madrid antes de que acabe el año.

Sin embargo, esa no es la única realidad del fútbol femenino, con numerosos equipos que se mueven en presupuestos de entre 150.000 y 500.000 euros

y sin margen para poder incurrir en pequeños déficits. De ahí que la negociación del primer convenio colectivo haya quedado prácticamente en punto muerto, pues los gestores consideran que es materialmente imposible hacer frente a las subidas salariales que plantea la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE).

“Las posturas de las partes negociadoras siguen estando alejadas”, señaló el sindicato tras la última reunión de la mesa negociadora de julio. La representación de las jugadoras pide una jornada equivalente al 75% de la completa y un sueldo mínimo de 17.000 euros anuales, pero los clubes sostienen que sólo pueden comprometerse a un salario bruto de 14.000 euros anuales, que elevarían a 20.000 euros en caso de poder asumir directamente la gestión de la Liga Iberdrola. “Con las previsiones actuales en la temporada 2019-2020 la competición femenina seguirá siendo deficitaria”, recuerda la Acff.

Los clubes aseguran estar dispuestos a “mejorar las condiciones de trabajo de las jugadoras relativas a la parcialidad” si se cumplen determinados hitos. Si la facturación del torneo sube en 1,8 millones de euros adicionales, se elevará el número de horas al 60% de la jornada completa; al 75% si el alza del negocio es de 4,4 millones; al 90% si se obtienen 7,2 millones extra, y asegurar la jornada completa si se generan 9 millones más por temporada. Y eso pasa porque el seguimiento de la Primera Iberdrola continúe creciendo y la imagen de estadios llenos de LaLiga vuelva a repetirse. ¿Será el turno del Santiago Bernabéu?