

COMPETICIONES

Los clubes de fútbol femenino se inscriben en bloque al nuevo modelo de competición

La totalidad de los equipos han presentado la documentación para no perder su plaza en Primera y Segunda División, pero la mayoría adjuntando una carta rechazando la cesión de sus derechos audiovisuales y comerciales.

Palco23
16 jul 2019 - 16:00



El acuerdo aún no está cerrado, pero ningún equipo quiere quedarse fuera. Todos los clubes de Primera División y 32 partidos de la nueva Segunda Pro han presentado la documentación para poder inscribirse en la primera edición bajo del nuevo formato de competición. Eso sí, por el momento sigue sin haber acuerdo en torno a la propiedad de los derechos de televisión y la titularidad de la venta del nombre del torneo, que estos últimos años ha controlado Iberdrola, quien aún tiene contrato en vigor. De hecho, la mayoría han adjuntado una carta en la que dejan constancia de que no cederán sus derechos comerciales y audiovisuales y que se han inscrito como requisito indispensable para poder competir el año que viene.

La Real Federación Española de Fútbol (Rfef) ha explicado que, tras recibir todas las solicitudes, espera cerrar este proceso en los próximos días, y que a partir de entonces “hará público el nombre, el diseño, patrocinadores y otros detalles de la competición”. De momento, 14 de los 16 equipos sostienen que sus derechos son de Mediapro, que pactó con la Asociación de Clubes de Fútbol Femenino (Acff) pagar tres millones de euros anuales por las retransmisiones de sus partidos.

Pese a la falta de consenso en torno a esos puntos, los equipos necesitaban apuntarse sí o sí para no perder su plaza. De esta manera, a priori no habrá ningún cambio en la composición del torneo, que estará integrado por Atlético de Madrid, FC Barcelona, Athletic Club, UDG Tenerife Egatesa, Valencia Fémias, Real Betis, Real Sociedad, Levante UD, CD Sporting Club de Huelva, Madrid CF Femenino, Rayo Vallecano, Sevilla FC, RCD Espanyol, CDEF Logroño, y los recién ascendidos RC Deportivo Abanca y el CD Tacón, que próximamente se integrará en el Real Madrid.

En el caso de Segunda, la reducción es de 112 a 32 equipos, que de alguna manera ya se iba a aplicar con la creación de una Primera B que permitiera desarrollar proyectos más sostenibles. A la espera de que se conozca el nuevo formato, la idea inicial era crear dos grupos distintos dentro de esta categoría, dividiendo el mapa entre norte y sur para que el coste de los desplazamientos también se redujera.

En este caso, estarán los filiales de Athletic Club, Atlei, Barça, Levante, Madrid CF, Tenerife Egatesa y Valencia, así como Oviedo Moderno CF, Peluquería Mixa Friol, CDE Racing Fémias, Atlántida Matama, CD Fundación Osasuna Femenino, Deportivo Alavés, SD Eibar, Zaragoza CF Femenino, C.E. Seagull, AEM. S.E, CD Parquesol, CF Pozuelo de Alarcón, UD Collerense, CD Santa Teresa, Granada CF, CF Femenino Cáceres, Córdoba CF, Málaga CF, Pozoalense, CF Fermanguin, Juan Grande CD, UD Tacuense, UDG Granadilla B, Alhama CF, Villarreal CF y Fundación Albacete.

A la espera de todos los detalles y de que se produzca ese acuerdo definitivo, la previsión del ente presidido por Luis Rubiales es que el fútbol femenino reciba una inversión próxima a los 20 millones de euros en 2019-2020. De este importe, el regulador sólo aportará 937.000 euros al sistema de clubes, mientras que reservará 6,5 millones de euros para la Selección femenina y sus categorías inferiores.

Su aportación directa a los equipos apenas representa un 7% de los 13,1 millones de euros que como mínimo se ha presupuestado para las nuevas Primera División Pro y una Segunda División Pro. En concreto, la Federación asumirá un gasto directo de 514.500 euros y 422.500 euros por cada categoría, respectivamente.

Es un importe muy inferior al que asegura LaLiga en concepto de patrocinio, pues

supondrán 1,32 millones para Primera y 330.000 euros para Segunda. A este importe hay que añadir 1,35 millones que procederían del programa Universo Mujer y otros 1,6 millones por patrocinios, donde se incluirían acuerdos como el que existía con Iberdrola para dar nombre a la Primera División femenina. En este sentido, fuentes federativas aseguran que está garantizada la continuidad de la energética como main sponsor de la competición, que arrancará el 8 de septiembre.