

## COMPETICIONES

# Segunda B y Tercera, ante el reto de estructurarse como torneos de fútbol sostenibles

Marc Menchén  
28 feb 2017 - 05:00

Control económico, promoción comercial y gestión orientada a la generación de recursos. Son los tres pilares sobre los que se ha asentado el rápido crecimiento de La Liga en los últimos cinco años, y en los que quiere basarse el fútbol aficionado para no quedarse atrás. "Cualquier otro camino lleva a la destrucción", señala en una entrevista con *Palco23* el presidente de la Comisión de Clubes de Tercera y Segunda División B (CCT), Óscar Garvín.

Garvín, que también es el presidente del Club Atlético de Pinto, defiende la importancia de esta nueva entidad, que en poco tiempo ha logrado aglutinar a 263 equipos de fútbol de los 440 que conforman las dos categorías que andan a medio camino entre el fútbol profesional y el *amateur*. El presupuesto medio en Segunda B ronda los 700.000 euros, por los 300.000 euros en Tercera División.

"Tenemos que trabajar más en la comercialización, y La Liga nos está ayudando", comenta el dirigente, que aclara que son una "organización independiente". No obstante, no esconde el apoyo que están recibiendo de la patronal presidida por Javier Tebas, a la que consideran "un hermano mayor, del que estamos orgullosos y agradecidos de que nos enseñen a trabajar". De hecho, se ven como una entidad que también debería asumir de alguna forma la gestión de las dos categorías, al tiempo que la Real Federación Española de Fútbol (Rfef) se limitaría a regular las normas.

Óscar Garvín CCT Segunda B Tercera 650  
Óscar Garvín, presidente de la CCT, en un evento del año pasado junto a La Liga.

Las reformas organizativas que proponen va mucho más allá, y toparán seguramente con la oposición de las federaciones autonómicas, ya que incluso han creado la marca Proliga para aglutinar las dos divisiones. "Si somos de categoría nacional, nuestra representación debe ser la Federación. No puede convivir con 18 territoriales, donde un

coste del arbitraje, una ficha o una mutualidad es diferente", opina. Eso sí, asegura que no están en contra de la labor de las federaciones, pero que quieren trabajar también por su cuenta para la profesionalización.

"Nosotros tenemos que trabajar en comercialización, y ellos regular y vigilar en que todo esté bien organizado", defiende sobre la división de poderes que debería existir en dos competiciones que apenas se han explotado. A día de hoy, ni existe un patrocinador global, como por ejemplo sí sucede en Inglaterra o incluso con el fútbol femenino, que tiene un recorrido histórico mucho menor, ni hay una estrategia clara en torno a unas posibles retransmisiones.

Garvín critica que "la dejación de las competiciones evita que podamos conseguir grandes patrocinadores y apoyos, y eso sólo se va a conseguir en el momento en que nos unamos". No deja de ser una idea que incluso se está trabajando en la Liga 1|2|3, donde algunas entidades han asumido que para optar a alianzas comerciales con marcas de ámbito estatal deben unirse con sus rivales en el terreno de juego para aumentar su cuota de penetración y ser más atractivos. "Nosotros sumamos 399 ciudades", enfatiza, sobre el potencial atractivo que tendrían para un socio global como lo es el Banco Santander para La Liga o Iberdrola para la Primera División Femenina.

Actualmente, es la propia CCT la que ha empezado a ofrecer partidos en *streaming*, un proyecto que, explican, "es mucho más ambicioso e irá a más poco a poco". De momento, cada semana retransmiten un encuentro de la categoría a través de su canal de Youtube, con cerca de 3.000 visionados cada uno y un récord de más de 7.000 usuarios en el duelo entre el Buñol y el Castellón.

"Tenemos que explotar nuestra imagen y ver si podemos firmar convenios con Forta, GOL y demás canales. Hay que hacer atractivo nuestro fútbol, porque aunque muchos campos estén vacíos, no dejan de ser 1,2 millones de personas que cada fin de semana ven nuestros partidos en directo. Esos números en directo superan los números del fútbol profesional, así que vamos a ver si conseguimos trabajar para lograr nuestra cuota de mercado y que sea suficiente para recuperar a la gente que nos ha ido abandonando en el camino", apunta.

La entidad asume que la televisión puede ser un puntal del negocio a medio plazo, como lo ha sido con los equipos de la Liga Santander y la Liga 1|2|3. Por eso, no entiende por qué la Federación no se aviene a convocar una asamblea en la que se decida el reparto del 1% de los ingresos procedentes de los contratos audiovisuales de La Liga, que supondría la distribución de 14 millones entre los más de 400 equipos. "No resuelve el problema, peor pone la primera piedra para empezar a trabajar en estructuras más fuertes de cara al futuro", matiza.



La UE Figueres, en la imagen en un partido contra el Ascó, es de los equipos de Tercera que ha apostado por el 'streaming'.

La subsistencia hasta hace no mucho tiempo se había conseguido a través de las subvenciones públicas y del momento de abundancia en el que vivieron algunos empresarios durante el *boom* de la economía española. Sin embargo, hoy el escenario es muy distinto, y, como relata Garvín, "la sociedad de hoy en día no es la de hace diez años, hay menos ayudas estatales o de ayuntamientos, hay cambios de normativas en los que la responsabilidad pasa a ser de un club a serla de la junta directiva y el presidente, las inversiones no paran de llegar, los clubs deben cambiar sus estructuras, etcétera".

"Nacimos en defensa de los intereses de los clubs de categoría nacional y con un ánimo importante de mejorar la categoría, profesionalizar sus estructuras y mejorar", resume sobre el trabajo de representación que quieren hacer. Una labor que, insiste, ha sido fruto de "la dejación total de las competiciones que dependen de la Rfef".

Para ello, es necesaria la profesionalización de la gestión que ya se está instaurando en las dos categorías profesionales, para "evitar que esta categoría se mantenga en base al dinero del bolsillo de los directivos". "Una dirección de un club humilde piensa en el equipo, en los jugadores y en el ascenso, pero muchas veces no se para a pensar si está preparado para subir, si tiene un gerente que controle el gasto o si el personal de taquilla cumple normativas y se está pagando correctamente a futbolistas", justifica.

En este segmento de la industria, se hace aún más necesaria la centralización de gestiones, ya que en muchos casos las estructuras organizativas apenas dan para

mantener a un gerente y personal a media jornada. "Estamos creando programas específicos de formación y ayuda. Ahora tenemos del ámbito laboral, jurídico, recursos humanos, marketing y estamos actualmente con talleres de integridad", apunta.

Garvín confía en ir sumando a los equipos que aún no lo han hecho para ganar en tamaño y optimización de recursos, con el mensaje claro de que "debemos tener una asociación que agrupe los intereses, para tener libertad y crecer y tener nuestro espacio". "Solo si pensamos en formar clubs fuertes, tendremos un fútbol no profesional que no se diluya como un azúcarillo. Debe ser el vivero de La Liga, donde todos vemos la situación de crecimiento", defiende.