

ENTORNO

La agencia española University Soccer busca el apoyo de las marcas para crecer en la Ncaa

La empresa dirigida por David Rueda lleva un año en el mercado trabajando con jóvenes talentos, un proyecto que apuesta por el desarrollo de los futbolistas en el área académica y deportiva.

Carolina Márquez Pino
19 nov 2019 - 04:57



El *boom* del *soccer* es, probablemente, la expresión más repetida en Estados Unidos para referirse al fútbol europeo durante los últimos años. Los éxitos de la Selección femenina y el crecimiento de la MLS están ayudando a despertar un mercado de enorme potencial, y ahí es donde quiere introducirse University Soccer. La empresa española, dedicada a la obtención de becas deportivas en las universidades norteamericanas, busca reforzar su asociación con empresas para patrocinar las carreras de jóvenes talentos.

“El objetivo a medio plazo es conseguir que los ingresos sean de las marcas o clubes”, señala David Rueda, socio fundador de University Soccer. Esta nueva relación será

posible debido a cambios de regulación en la Ncaa, que se permitirá que los atletas reciban pagos por sus derechos de imagen. Esta vuelta de hoja no sólo significa un incentivo para las principales estrellas del torneo, sino también para los deportistas internacionales: “Es más fácil convencer a compañías o entidades bancarias de lanzar programas de becas o acompañar al jugador antes de convertirse en profesional”, asegura.

De esta forma, las familias no tienen que asumir el elevado coste de las matrículas en estas universidades. “Nosotros les ponemos en contacto en función de las ofertas que recibimos por el jugador; la beca puede ser completa o parcial”, explica el ejecutivo, que espera a un mercado donde cada vez hay más entidades que ser ese nexo.

Ahora bien, ¿cómo es ese proceso? La agencia realiza un proceso de selección en que se evalúa el perfil del candidato tanto en la parte deportiva como en la académica. En función a sus aptitudes, se envía su ficha a las universidades y son los entrenadores los que valoran como encaja en su equipo. “Hacemos un primer filtro y así nos aseguramos que no haya fracasos; somos como los facilitadores del *recruit*, unos intermediadores sobre jugadores y universidades”, sostiene el directivo.

La agencia, que acompaña a los atletas durante todo su ciclo universitario, ha notado un cambio de mentalidad del deportista extranjero: “Hasta ahora se percibía como una experiencia en lo deportivo pero sobre todo abrir puertas académicas y formarse en universidades de prestigio, pero ahora se enfoca a formarse en el fútbol profesional”, asegura Rueda.

“Al principio creían que había que ser Messi para ir a EEUU, pero buscan muchos perfiles de deportistas”.

El mejor ejemplo de esta tendencia es la jugadora española Celia Jiménez, quien fue convocada con la selección absoluta para el Mundial de Francia 2019, jugó en la liga española y ha desarrollado su carrera en el país norteamericano, primero en el torneo universitario y actualmente en las filas del Seattle Reign FC, equipo que compite en la National Women's Soccer League (Nwsl), torneo considerado como uno de los más potentes del fútbol femenino mundial.

Por ahora el foco se ha puesto en el mercado español, aunque no se descarta dar el salto a otros territorios a medio plazo: “Buscamos exjugadores que nos ayuden en la captación de talentos, aunque también podríamos dar el salto con oficinas comerciales”, afirma. Aun así, por ahora no es el objetivo, pues la empresa apenas

cuenta con un año de vida y solo ha becado a una decena de futbolistas.

“El gran salto se producirá el año que viene, estamos reclutando a la segunda promoción”, señala. Todo para coger la ola del *soccer* femenino y masculino, y la nueva regulación de la Ncaa y convencer a unos jóvenes talentos cuya mentalidad aún choca con la estadounidense: “Aquí quieren jugar en FC Barcelona y el Real Madrid; allí conseguir una beca deportiva”.