



De izquierda a derecha, Francisco Gracia, moderador del foro; Carlos Ortiz (director financiero del Athletic); Pedro Uribe Etxeberria (Real Sociedad); Patricia Rodríguez (Eibar); José Guerra (director de Operaciones Corporativas de La Liga) y Manu Mendi (Alavés) :: MANU CECILIO

«Queremos público que no vaya a ver a su club, sino el espectáculo»

:: J. MUÑOZ

BILBAO. ¿Una contradicción frente a lo que defendieron ayer los directores financieros del Athletic y del Alavés sobre la trascendencia de los resultados deportivos? El representante de La Liga José Guerra, fue muy directo al dibujar el futuro de la industria del fútbol de élite, un sector que acapara el 2% del PIB español. «Queremos cambiar el modelo de espectáculo», anunció para la máxima competición española. «Cuando mis hijos acuden al estadio no siguen los partidos como yo. Necesitan compartir la experiencia y realizar otras actividades. Hay quienes pasan por una ciudad (en Estados Unidos) y quieren ver un partido de baloncesto de la NBA. Nosotros estamos invirtiendo en comunicación y creando imagen para caminar en esa dirección. Queremos atraer a un público que no vaya a ver ganar a su equipo, sino el espectáculo».

Según Guerra, La Liga compete en un mercado audiovisual global con la Premier inglesa, la NBA, la NFL (fútbol americano) la cadena de películas HBO o la plataforma televisiva Netflix. «Nuestro competidor es cualquier compañía que busque el tiempo libre de las personas».

«Si vas mal, la gente no acude al campo», alerta el director financiero del Athletic

JAVIER MUÑOZ

jmuno@elcorreo.com



Carlos Ortiz recuerda que la exigencia de avalar el presupuesto obliga a los directivos rojiblancos a ser «cautos», y aunque eso «limite los fichajes, el balance es positivo»

BILBAO. El director financiero del Athletic, Carlos Ortiz, lo admitió sin ambages. «Si vas mal, la gente no acude al campo». La frase se escuchó ayer en el palacio Euskalduna en un foro organizado por el Colegio Vasco de Economistas y por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas, un escenario singular donde Ortiz compartió estrado, por un lado, con los colegas de la Real, el Alavés y el Eibar -los cuatro equipos del País Vasco en Primera-, y por otro, con un directivo de La Liga que preside Javier Tebas. A raíz de una pregunta del público sobre el retroceso de la asistencia a los estadios, el representante rojiblanco explicó que los horarios de los partidos invitan a muchos afi-

cionados «a quedarse en casa». Sin embargo, agregó que en la afluencia a los campos incide sobre todo «la marcha deportiva del club», una conclusión tal vez obvia, pero que en el caso del Athletic se proyectaba sobre un dato preocupante: la caída del 7,1% de espectadores en San Mamés en la pasada campaña; el peor resultado del nuevo estadio, donde el equipo de Ziganda no jugó aceptablemente casi nunca.

Por si fuera poco, las reflexiones de Carlos Ortiz también invitaban a pensar en lo que puede ocurrir la próxima temporada, cuando es posible que los del 'Toto' Berizzo compitan muchas veces los lunes al ser uno de los rivales con más tirón mediático entre los que no se han clasificado para las competiciones europeas.

Sin embargo, el responsable de las cuentas de Ibaigane no fue el único que -ante una audiencia formada por economistas y contables- alertó sobre la importancia que la posición en

LA CLAVE

Pedro Uribe Etxeberria (Real)

«Aquí todo el mundo ayuda al Athletic; en Gipuzkoa, la Real ayuda a todo el mundo»

la tabla y el rendimiento de una plantilla acaba teniendo sobre la taquilla, la proyección mediática y, en general, sobre el balance económico de cualquier club. «El rendimiento deportivo es la mejor acción de marketing», reiteró Manu Mendi, director financiero del Alavés, un club que fue descrito por el propio interesado como «único, ya que no hay equipos de baloncesto que sean propietarios de uno de fútbol».

A decir verdad, tampoco es frecuente encontrar, todos juntos y hablando con franqueza, a tantos gestores de clubes de élite de Euskadi.

LAS CIFRAS

7,1%

es la caída de espectadores de San Mamés la temporada pasada. Acudieron 37.356 de media (3.741 menos).

1.700

millones de euros son los derechos televisivos que La Liga (40 clubes de Primera y Segunda) espera obtener en 2017/2018.

54

millones de euros es la deuda de los clubes con Hacienda que La Liga estima que estará pendiente hasta 2020 (650 millones en 2013).

un poco para invertir a largo plazo», dijo la directiva del Eibar.

Pero el tono fue distinto cuando llegó el turno del club rojiblanco, porque Carlos Ortiz sí respondió a su colega de la Real, brevemente, eso sí. «Teníamos un San Mamés que era nuestro al 100% y ahora lo es al 26%», aclaró. El director financiero del Athletic marcó diferencias con el resto de clubes presentes, que son sociedades anónimas, y analizó los pros y contras de ser una sociedad deportiva. «Los avales (del 15% del presupuesto por no ser SA) han limitado las intenciones de muchas personas de formar parte de la directiva. Y a las juntas directivas las ha hecho ser cautas, lo que ha llevado a una situación económica buena. También ha supuesto una limitación en fichajes y en progresión deportiva, pero en el fondo ha resultado positivo», resumió.

Ortiz presentó una petición técnica a José Guerra, representante de La Liga que tenía que ver con la forma en que los clubes deben reflejar el dinero que reporta un traspaso en una temporada. Indicó que las normas exigidas crean una situación para el ejercicio siguiente en la que, si por ejemplo, se ficha a otro jugador, hay que presentar las cuentas de una manera que reduce el margen de maniobra de la directiva. Y eso tiene su efecto si un año llega una junta nueva, creyendo que puede utilizar los beneficios.