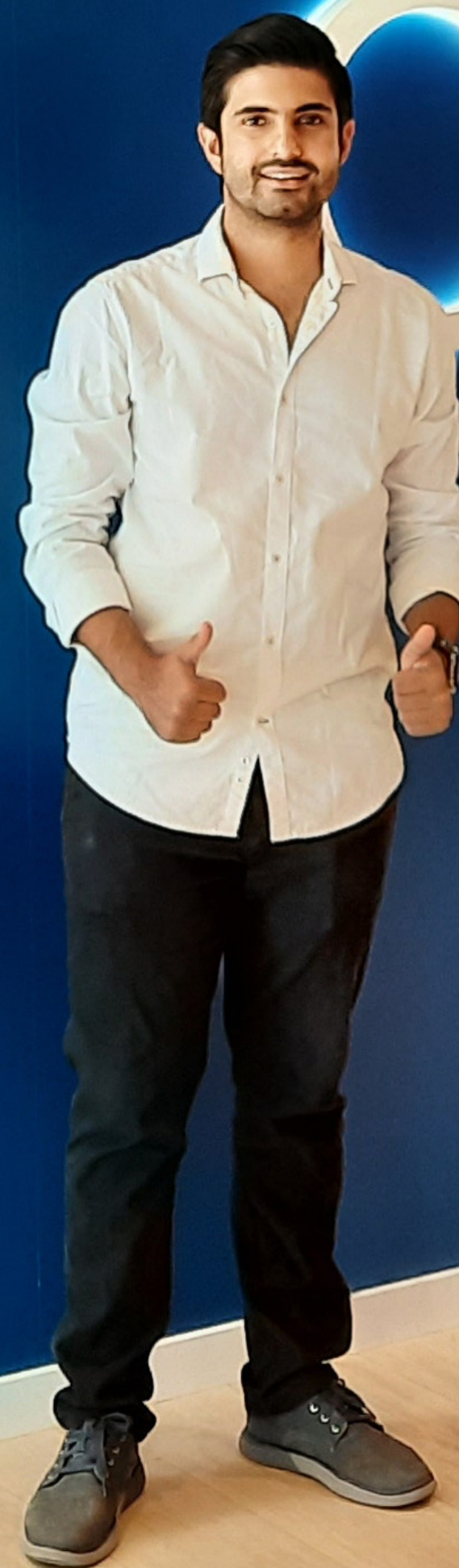


**EL MUNDO DE LA
REPRESENTACIÓN
DE FUTBOLISTAS
CON**

**RAVI
DASWANI**



El fútbol actual, pese a perder grandes dosis de la magia que lo hizo popular, es un deporte más competitivo, más complejo y su nivel de exigencia también se traslada más allá de las fronteras del terreno de juego. La búsqueda incesante de nuevos talentos sigue siendo todo un reto para agencias de representación de futbolistas, pese a la llegada del «big data». Un sector profesional complejo, muchas veces banalizado por los medios de comunicación y que juzgamos sin conocer de forma correcta.

Para indagar en el día a día de lo que supone la representación de futbolistas, hoy tenemos el placer de poder conversar con el agente FIFA, Ravi Daswani, fundador de RD Global Sports. Una compañía nacida en 2013, cuándo este joven abogado nacido en Gran Canaria, trabajaba en Tolaram Group, en Singapur, como encargado de Desarrollo de Negocio.

«Me ofrecieron la libertad de proponer nuevas ideas de negocio para expandir Tolaram Group, y de entre ellas el fútbol siempre estuvo en mi cabeza, así que decidí hacer realidad el proyecto. El antiguo CEO de Tolaram Group, el señor Sajen Aswani, fue quien me dio las alas, tiempo y recursos para empezar a desarrollar la agencia, hasta que en 2015 me independicé y me mudé a la ciudad de Barcelona».

Actualmente, RD Global Sports dispone de la friolera de más de 200 socios comerciales, que ayudan a la importación de talento. Scouting, organización de torneos de fútbol (en cualquier parte del mundo), stages, tours para escuelas de fútbol, captación de patrocinios y sponsors, o la intermediación en la compraventa de jugadores y equipos, son otros de sus servicios exclusivos para clubes de fútbol. Mientras que para futbolistas la compañía facilita pruebas de acceso a más de 50 clubes de fútbol, academias de alto rendimiento, posibilidad de cursar





de África, Estados Unidos y Canadá. Nigeria por población es la que más talento nos aporta, pero la dificultad de conseguir visados para los chicos hacen que la posibilidad de que acaben viniendo sea de un 1%».

¿Pero qué valor estratégico tiene España para RD Global Sports? «Todo el mundo sabe que la marca España y la marca Barcelona, en cuanto a deporte y fútbol se refiere, puede ser la mejor del mundo. Solo hay que ver la cantidad de grandes deportistas que salen de aquí, y la influencia del Real Madrid y el FC Barcelona en todo el mundo. Estrellas que prefieren jugar la liga española, títulos individuales y colectivos, la selección española masculina y femenina, las categorías inferiores... España ha reinado en el fútbol mundial en los últimos 15 años, y eso junto a la calidad de vida de bajo coste, respecto a otras grandes capitales europeas, hace que sea un país atractivo para todos los futbolistas. El nivel del fútbol aquí es extremadamente superior al resto de países. Por ejemplo, un jugador de la Primera División de India, aquí equivale a la sexta división en España en cuanto a nivel», asegura Ravi Daswani.

Es inevitable preguntarle si la reestructuración del fútbol modesto ha sido un paso adelante para la profesionalización, o más bien lo contrario, y el máximo responsable de RD Global Sports lo tiene muy claro. «En mi opinión no ha sido una buena idea, me pongo en el lugar de los clubes modestos y es muy difícil. Se ha añadido una división más para poder llegar al fútbol profesional, cuando antes un equipo de Tercera se encontraba en la cuarta planta de la pirámide del fútbol español, y ahora, con esta reestructuración, está en la quinta. En cuanto a la profesionalización y oportunidades tampoco he visto un gran cambio. Creo que ha sido un error, e imagino que hay intereses económicos detrás. Han querido copiar un poco el modelo de la Premier League, pero estamos a años luz del fútbol inglés.

¿Instinto o «big data»? ¿Qué es más importante en el mundo del scouting? «Buena pregunta... Con tanta tecnología todo parece un poco más fácil de analizar, hay cientos de aplicaciones donde ver el rendimiento del jugador, pero yo soy de la vieja escuela, soy más de instinto, y de ver con mis propios ojos. Al haber sido futbolista detecto quien puede y no puede llegar lejos. Pero reconozco que el «big data» puede ser muy útil también para el que no sabe o no ha jugado nunca al fútbol.

Tras el Mundial de 1990 y la efeméride de Camerún, el mundo se preguntó si África sería el futuro del fútbol. ¿Sigue siéndolo o Asia ocupará esta posición dentro del mercado de fichajes? «En África siempre ha habido talento, sin embargo, la falta de oportunidades y recursos y corrupción hace que todo sea más difícil. Por su parte, en Asia, quizá India, los chicos y chicas jóvenes de hoy en día pueden estar casi al mismo nivel que un país europeo medio. Se está invirtiendo en formación, entrenadores, y campos para poder formar a los más jóvenes. Todavía están a años luz de España, pero están comprometidos, con buen trabajo. Arabia Saudí también está invir-



tiendo muy bien en formar a sus futbolistas. Pero si tuviese que elegir, me quedo con Japón».

¿Cuál es la principal diferencia entre el fútbol clásico y el considerado fútbol moderno? «El fútbol evoluciona, y depende mucho de los entrenadores y su metodología. Las normas siempre han sido casi las



estudios superiores de gestión deportiva, gestión de visados para que jugadores de cualquier rincón del mundo puedan residir legalmente en España, formación para futuros entrenadores, y hasta un nuevo concepto de gimnasio diseñado específicamente para ellos.

Con tal volumen de trabajo, y variedad de servicios, ¿cómo vive Ravi su día a día? «La verdad es que tenemos una agenda muy apretada, y estamos 24 horas pendiente del teléfono. Cada día nos llegan, desde cualquier rincón del mundo, más de 200 mensajes por email, redes sociales y WhatsApps de nuevos futbolistas y empresas intermediarias que precisan de nuestros servicios para introducirse en el fútbol español. Los fines de semana a veces vamos a ver partidos y seguir de cerca a nuestros jugadores o captar nuevos talentos». Lo cierto es que las cifras hablan por sí solas, RD Global Sports ha conseguido importar hasta día de hoy talento de más de 65 países de todo el mundo. «Destacan los jugadores llegados

mismas desde que el fútbol se creó. Ahora los porteros tienen que saber jugar con las piernas, los defensas tienen que ir bien por alto y ser rápidos, además de corpulentos, el delantero tiene que saber distribuir el juego, el mediocampista tiene que ser un «box to box», y ahora es imprescindible ser más completo. El fútbol siempre será fútbol y lo podemos llamar clásico o moderno. Las agencias por su parte también evolucionan, cada vez hay más, y hoy en día cualquier persona puede ser agente o decir que es agente, pero no todo el mundo puede permitirse el lujo de vivir del fútbol. Creo que con el tiempo irá desapareciendo esta profesión, con tanta tecnología y aplicaciones para fichar u ojear jugadores, los clubes tienen sus propios recursos y «scouts» para saber fichar mejor sin intermediarios. Los agentes cada vez firman jugadores de más temprana edad para que no se les escapen. Las grandes agencias se harán más grandes y las pequeñas irán desapareciendo, al final es un mundo de contactos. Ahora muchas agencias no solo hacen el servicio de intermediación o representación del jugador, sino que también tienen su parte jurídica, de redes sociales, de planificación financiera, de patrocinios.

Son empresas del fútbol, no son representantes, por lo tanto, desgraciadamente no todas sobrevivirán a largo plazo pudiendo mantener la estructura de una empresa», concluye Ravi Daswani.

