

El Ferroviario sin fronteras: San Martín de Monte Comán lanza un mapa global para unir a sus hinchas

01/02/2026



César Bernués, el histórico dirigente que regresó a la presidencia del Club San Martín de Monte Comán, presentó una ambiciosa iniciativa para localizar y asociar a los montecomaninos esparcidos por el mundo. Con el objetivo de recuperar la mística de los años 90 –cuando el club llegó a tener 14.500 socios–, la institución apuesta a la tecnología y al sentido de pertenencia para sostener un proyecto que incluye sorteos de viviendas, dinero en efectivo y una fuerte infraestructura social.

Un mapa sentimental y económico

La idea surgió de la necesidad de volver a vincular a quienes, por razones laborales o personales, debieron dejar el pueblo, pero mantienen intacta su pasión por el «Blanquinegro». **«Estamos rodeados de gente joven con mucho talento que maneja muy bien las redes sociales. Arrancamos con este mapa y los resultados del primer día son sorprendentes: ya hay más de 100 personas comunicadas, incluso gente de Almería (España) e Italia»**, dijo Bernués con entusiasmo en una entrevista que brindó a **FM Vos 94.5**.

«Este pueblo tiene la característica de que uno camina por el país y siempre se encuentra a un montecomanino. La idea es volver a ligarlos sentimentalmente y que, desde la distancia, apoyen a la institución. Mantener una masa societaria es el gran desafío de cualquier club», aseguró.

La filosofía de los «14.500 sponsors»

Bernués tiene una visión clara sobre cómo deben financiarse los clubes de barrio: evitar la dependencia de un solo gran mecenas y apostar al aporte colectivo y constante de la comunidad. **«Siempre dije que no quiero un solo patrocinador grande, sino miles de sponsors chiquitos. En los años 90 llegamos a tener 14.500 socios; prefiero esa base sólida. Por eso, en marzo lanzamos una nueva campaña de socio adherente. La anterior, de mil socios, se agotó rápidamente y nos dejó gente en lista de espera»**, comentó al respecto.

«El objetivo para este 2026 es llegar a los 5.000 socios. Es un camino ambicioso, pero estamos trabajando para ofrecer beneficios atractivos que motiven a la gente a sumarse», añadió.



Bernués tiene una visión clara sobre cómo deben financiarse los clubes de barrio

El recuerdo de la «época dorada» y el nuevo comienzo

Para Bernués, el club debe ser más que una cancha de fútbol; debe ser una solución social. El dirigente recordó los años en que la Mutual de San Martín era un pilar fundamental de la salud pública local. **«En aquella época entregamos más de 25 viviendas y sorteamos 70 automóviles. Teníamos una mutual donde atendíamos a 250 personas por día con tres sillones odontológicos, farmacia propia y todas las ramas de la medicina cubiertas. Éramos una solución para el hospital**

público. Hoy hemos empezado de nuevo», declaró en otro tramo de la comunicación.

«Tomamos el club en una situación difícil, pero la pasión sigue intacta. Si somos capaces de soñarlo, somos capaces de hacerlo. La diferencia es que hoy tengo 68 años y no 25, pero el motor de los sueños sigue siendo el mismo», expresó el histórico dirigente del club.

El desafío de la dirigencia hoy

Bernués analizó la crisis de participación que sufren los clubes sociales en la actualidad, marcando una diferencia clave entre aportar y «poner el bolsillo». «La vida está muy difícil en lo económico y comercial, lo que hace que la gente no tenga tiempo para destinarle al club. Hay un éxodo de dirigentes en todas las instituciones», consideró.

«La crisis del 2001 pegó fuerte y perdimos 3.000 socios, pero el 11 de marzo de 2002, cuando finalizó mi gestión y asumí la nueva comisión, el club todavía tenía 11.000 socios cargados. Después de eso no estuve y no sé qué pasó, ni creo que hoy sume ponernos a ver eso; pasó y pasó. Lo lamentable es que hoy hemos perdido una estructura que representaría un movimiento de 10 o 15 mil millones de pesos», examinó.

«A mi equipo le digo siempre: acá tenemos que venir a aportar intelecto y esfuerzo, no poner plata. El dirigente que pone dinero propio se termina cansando y se va en un año. Necesitamos proyectos financieros sólidos que atraigan a la gente», completó.

El club cierra su actual campaña con un sorteo de un millón de pesos y una casa a estrenar en febrero, antes de iniciar la nueva etapa de socios en marzo.