

CLUBES

El Delteco GBC rompe con el pasado y pone a la venta el 25% de sus acciones para afianzar su rentabilidad

El Gipuzkoa Basket ha abierto el capital a los aficionados con el objetivo de que acercar el club a la sociedad y de que ningún accionista cuente con una mayoría superior al 5%. Los 654.000 euros que esperan captar se destinarán al pago del gasto ordinario.

Patricia López
29 abr 2019 - 05:00

El Delteco GBC rompe con el pasado y pone a la venta el 25% de sus acciones para afianzar su rentabilidad
Fuente: ACB Phono / M. González

El Delteco GBC es el club más joven y con menos presupuesto de la ACB. La entidad atraviesa una situación complicada como colista de la liga en un momento en que ha habido un cambio de presidencia y en el que la permanencia en la máxima categoría del baloncesto español se antoja vital para consolidar su rentabilidad a largo plazo. “Nuestro club es un adolescente con problemas que necesita estar más en el corazón de los guipuzcoanos”, describe el presidente Nacho Nuñez de una entidad con 17 años de historia.

Dos meses después de que tomara el testigo de Nekane Arzallus, ha definido un plan estratégico basado en el acercamiento del club a Gipuzkoa, volver a llenar el Donostia Arena e involucrar a los socios, tres desafíos que exigen de una mayor profesionalización de la estructura de la organización, pero sin disparar el gasto en personal. “No incorporaremos a más personas; firmaremos acuerdos con entidades que nos ayuden a dinamizar las áreas deportiva, de marketing y financiera”, explica.

Es por ello que una de las primeras decisiones de Nuñez fue rodearse de un consejo asesor formado por siete personas con experiencia en estas divisiones, como Patricia Rodríguez, ex directora general de la SD Eibar. “Creemos que tenemos que reforzar lo que venía haciéndose antes, que tiene mucho mérito; no se pone en valor que somos un club que sólo cuenta con cuatro empleados fuera del área deportiva”, opina.

El Delteco GBC ha lanzado una campaña de venta de acciones autocartera para que la afición sea propietaria de club

El directivo asegura que “su objetivo es que todos los Gipuzkoanos vengan a Illumbe”, que es el pabellón de 11.000 localidades que el primer equipo logró llenar en la época dorada que vivió hace diez años. “Ese efecto efervescente que se vivió tras el ascenso se ha disipado; ahora no es razonable pensar en vender las 11.000 entradas, pero tampoco colocar las 2.500 que estamos promediando; el objetivo es ir sumando aficionados paulatinamente”, explica.

El primer golpe de efecto que se ha llevado a cabo es abrir el capital de la entidad, que ostenta el 25,4% del accionariado, un porcentaje que quiere colocar entre socios y aficionados que aún no son accionistas. Esta participación la adquirió como compensación cuando su ex patrocinador principal, la inmobiliaria Bruesa, entró en liquidación y finalizó de manera anticipada su acuerdo de esponsorización.

Ahora, el club ha decidido atomizar más su accionariado. “Queremos que nadie tenga más de un 5% del accionariado, abrir el club a la gente y aprovechar para destinar el dinero que reciba a cubrir el gasto ordinario”, explica. De cumplir con el objetivo, la entidad ingresará 654.000 euros que le permitirán “estar en una situación más saneada, hacer frente a los compromisos de pago de esta temporada y estar en mejor situación de cara a la próxima”, describe.

El equipo ha ganado cinco de los últimos siete choques, lo que le ha permitido colocarse a una victoria de la salvación. “Mi objetivo a corto es dinamizar el club y que compitamos por la permanencia; somos un equipo que cuando ha descendido no ha tardado en recuperar la categoría”, explica Nuñez, que aunque admite que “la ilusión está puesta en seguir en la ACB”, también estudia un escenario en el que la entidad podría regresar a LEB Oro. De ser así “el club seguirá en San Sebastián y continuará siendo un club profesional”, asegura.

El Delteco GBC rompe con el pasado y pone a la venta el 25% de sus acciones para afianzar su rentabilidad

Image not found or type unknown

El Delteco GBC pelea por lograr la permanencia en la ACB y suma cinco victorias en los últimos siete partidos.

El reto de dinamizar el club pasa por acercarlo a los clubes de baloncesto de la ciudad y la provincia, atraer al público familiar y joven y fidelizarlo. “En San Sebastián y su entorno hay gente que prefiere irse a ver al Baskonia; mi ambición es que los guipuzcoanos vengan al Illumbe”, recalca. En ese desafío, mejorar la experiencia del fan jugará un papel fundamental, y el presidente tiene en mente convertir el pabellón en una instalación multiuso en el que se disputen partidos de baloncesto femenino, balonmano, eventos de pádel y conciertos. “La idea es que la gente que venga se divierta, que el entorno del recinto ofrezca propuestas de ocio y restauración”, apunta.

Es un reto que Nuñez prevé superar en el largo plazo, y que está relacionado con

“comunicar lo que hacemos, hacerlo de manera diferente y proyectarnos como un club ágil rápido”. Las marcas que apoyan a la organización, entre las que están Delteco, Hummel e Irizar, pretenden tener una visibilidad que trascienda al pabellón. “No hay patrocinios imposibles, hay proyectos agradables; cuando pienso en esponsorización, cada vez pienso menos en la valla publicitaria y más en que la marca sea tratada de una forma única”, considera.

Con un presupuesto de 2,6 millones para la temporada 2018-2019, un total de 1,1 millones de euros provienen del área de patrocinios, una cantidad a la que se suma la subvención de 700.000 euros que aporta la Diputación Foral de Gipuzkoa y a los 300.0000 euros del Ayuntamiento de San Sebastián. “Esta temporada la finalizaremos con un beneficio de al menos 100.000 euros, lo que nos parece un hecho de gran valor porque somos el presupuesto más bajo de la categoría”, remarca el presidente.