

## CLUBES

# El Spar Citylift Girona consigue un 30% más de presupuesto y supera los 1,3 millones para jugar Euroliga

Cuatro títulos nacionales desde 2015 elevan al club catalán a lo más alto de la Liga Femenina de baloncesto, a la que ascendió en 2008-2009. Una década después, y por segunda vez en su historia, ha conseguido plaza para disputar competición europea.

Patricia López  
30 sep 2019 - 04:49



*Spar Citylift Girona se ha proclamado campeón de la Supercopa 2019. Fuente: UNI Girona.*

Pocos equipos pueden decir que han alcanzado la élite en menos de una década y haberse coronado en lo más alto de la liga. UNI Girona es uno de ellos. El club de baloncesto femenino tan solo necesitó tres temporadas para ascender a Liga Femenina y, tras sobrevivir a una crisis económica que dinamitó la historia de algunos de los clubes más históricos del país, ha ganado cuatro títulos en los últimos cinco años. Ahora, el equipo ha ampliado un 30%, hasta 1,3 millones de euros, su presupuesto para mejorar la plantilla y llegar lejos en Euroliga, un esfuerzo económico que ha realizado repitiendo la fórmula que empleó hace diez años: apoyándose en los patrocinadores, los socios institucionales, y la afición.

“Hemos subido el precio de los abonos y pedido un esfuerzo a los patrocinadores; teníamos claro que no iríamos a Europa si no lo hacíamos en condiciones, y hemos conseguido que todos los actores de Girona se impliquen”, explica a *Palco23* el presidente del club, Cayetano Pérez, que también es director general de Citylift, espónsor principal del club junto a la cadena de supermercados Spar. La respuesta ha sido positiva por parte de los fans y las marcas, ya que el incremento del precio no ha limitado las altas. Al contrario. “Vamos a superar los 2.200 abonos, un 22% más que el año pasado”, afirma, convencido de que el factor Euroliga juega a su favor.

El proyecto europeo ayudará a dar más visibilidad a los espónsors y a incrementar los ingresos por el día de partido, ya que se disputarán más encuentros en pabellón de Girona-Fontajau. “Eso también nos obliga a invertir más en alargar la plantilla, que este año cuenta con once jugadoras profesionales y cuatro vinculadas del equipo de Liga Femenina 2; el año pasado teníamos once atletas profesionales”, afirma, sobre el salto cualitativo de una plantilla que ha renovado a su estrella internacional, Laia Palau.

## **El UNI Girona, que contrata a todas sus jugadoras profesionales, cuenta con un presupuesto de 1,3 millones para 2019-2020**

El club destina el presupuesto al pago de salarios de las jugadoras, el *staff* y sufragar el coste de desplazamiento a los partidos, una factura que este año será mayor que el anterior por la competición europea, que les llevará jugar en Turquía, Rusia y Hungría. De ahí que el presupuesto se haya elevado un 30%, hasta 1,3 millones de euros, aproximadamente. Estos recursos también se destinan a todo el club, que cuenta con una cantera compuesta por catorce equipos y una escuela de básquet.

Si bien el pasaporte a la Euroliga se ha logrado por méritos deportivos, fueron necesarios 200.000 euros aportados en concepto de patrocinio por la Generalitat de Catalunya, la Diputación de Girona y el Ayuntamiento de la ciudad. Este acuerdo proporcionó al club los recursos económicos necesarios para no tener que renunciar a disputar el torneo, como ya ocurrió el año pasado.

El directivo asegura que el club es sostenible gracias a “la cantidad de gente que está detrás poniendo dinero, y no por la propia actividad que desarrolla”. Según Pérez, la sostenibilidad real es aquella que no hace tambalear un proyecto deportivo con la

pérdida de un patrocinador principal. “Ya ha ocurrido, tanto en la ACB como en la Liga Femenina, que con la pérdida de un espónsor relevante el equipo desaparece”, recuerda.

## **Spar Citylift Girona acaba de proclamarse campeón de la Supercopa**

Con más de un centenar de patrocinadores, la mayoría de ellos de la región de Girona, y el apoyo de la afición, el club ha conseguido consolidarse como uno de los más importantes de España. Pero el presidente quiere más, y apunta a la posibilidad de empezar a rentabilizar los derechos audiovisuales, que en la actualidad no generan dinero ni a la Federación Española de Baloncesto (FEB), que es la gestora del torneo, ni a los clubes.

“Creo que hemos estado en una primera fase en que todos hemos tenido que aceptar que era necesario tener una presencia en medios para visibilizar, pero ahora ya toca revertir esto y que genere más ingresos para los clubes; sino es insostenible”, afirma. En la actualidad, Teledporte emite el encuentro de la jornada y Twitter retransmite por *streaming* otro encuentro, pero no aportan recursos económicos a la FEB, que es la que asume el coste de la producción televisiva y por Internet. “Ahora sabemos que hay un interés, que las audiencias responden; en el pabellón hemos llegado a congregar a 5.000 personas en unas finales de Liga Femenina; es el momento de que los medios apuesten por este producto”, defiende.