

CLUBES

Puentes (Valencia Basket): “El deporte siempre va a necesitar a los mecenas, como ocurre con el arte”

El director de operaciones y de relaciones institucionales del club *taronja* asegura que la apuesta del club por el baloncesto femenino profesional busca que las jugadoras sean iconos de la cantera.

Patricia López
3 oct 2019 - 04:58



Valencia Basket es uno de los equipos que más pasos adelante ha dado en los últimos años sobre le parquet. Ganó su primera Liga Endesa en 2016-2017, es el vigente campeón de la Eurocup, impulsó el primer equipo femenino hace dos temporadas, y ha inaugurado L'Alqueria del Basket tras una inversión de 22 millones de euros para la cantera. Al frente del día a día del club está Jose Puentes, director de operaciones y relaciones institucionales desde 2017.

El directivo llegó al club tras dirigir la división de eventos de la Fundación Trinidad Alfonso, el segundo pilar del mecenazgo deportivo de Juan Roig, junto al club de baloncesto. Antes fue director de márketing del Circuit de la Comunitat Valenciana

Ricardo Tormo, donde gestionó las áreas de patrocinio, *ticketing* y *hospitality*. Un *expertise* que ahora aporta a Valencia Basket, que acaba de estrenar un plan estratégico para que L'Alqueria se convierta en el mayor generador de talento baloncestístico del país. "Tenemos la misión de impulsar el talento humano y deportivo a través de los valores de la cultura del esfuerzo", afirma.

P.: L'Alqueria del Basket cumple dos años y la ambición es grande... ¿Qué esperan conseguir tras la elevada inversión que han hecho?

R.: Queremos impulsar el talento humano y deportivo a través de los valores de la cultura del esfuerzo, pero a largo plazo queremos ser referente en Europa en la formación integral y el desarrollo en el conocimiento del entorno y la práctica del baloncesto. La idea es que esta instalación no sólo nos beneficie a nosotros, sino al resto de la sociedad; que el talento nacional que formamos llegue a la élite del club o de otros equipos, pero que también se forme a los entrenadores y preparadores físicos y se genere conocimiento.

Puentes: "El problema es que todos aspiramos a ser el fútbol, una disciplina que tiene unas potencialidades detrás que no tenemos el resto de los deportes"

P.: Están asentando las bases del baloncesto del futuro. Pero, en la actualidad, ¿qué momento atraviesa esta disciplina en España?

R.: El baloncesto en particular y el deporte en general está mejorando porque cada vez hay mejores gestores, que agudizan el ingenio y buscan oportunidades que antes se circunscribían sólo a las administraciones públicas. Cada vez más la gente se da cuenta de que, si viene una crisis, te tienes que buscar las habichuelas de otro modo. Ahora los directivos se están anticipando, y creo que el sector está mejorando porque cada vez hay mejores líderes. De ahí que la ACB esté incrementando sus audiencias, haya una nueva estructura ejecutiva, que se ha profesionalizado más, y se estén abriendo otras líneas de negocio.

P.: ¿Confía en que el mecenazgo deje de ser tan necesario en el medio o largo plazo?

R.: El problema es que todos aspiramos a ser fútbol, una disciplina que tiene unas potencialidades y unas televisiones detrás que el resto de los deportes no tenemos. El mecenazgo puede tener nombre y apellidos, como es en nuestro caso Juan Roig, pero también puede ser un banco o la Administración Pública. Creo que el deporte siempre

va a necesitar a los mecenas, como ocurre con el arte. Si la industria de un deporte en concreto genera por si misma los recursos, fantástico. Pero la realidad del deporte en general no es esa. Al final, todos siempre vamos a necesitar de ese mecenas y de ese patrocinio. La buena noticia es que los clubes cada vez más están buscando esos ingresos atípicos para reducir la dependencia.

P.: ¿El deporte sitúa el patrocinio y el mecenazgo al mismo nivel?

R.: Son distintos, ya que el patrocinio busca un intercambio, el mecenazgo tiene una visión totalmente altruista de la cual el mecenas siente una satisfacción por ayudar a la sociedad o por apoyar a un deporte. Juan Roig tiene claro que quiere ayudar a la sociedad valenciana a crecer, y desde L'Alqueria del Basket, el club y la Fundación Trinidad Alfonso se busca generar ese impacto positivo mediante el turismo deportivo, por ejemplo.

P.: ¿Considera necesaria una Ley de Mecenazgo que favorezca la llegada de mecenas al deporte?

R.: Lo más importante del mecenazgo es que te nazca del corazón ayudar. Si además hay una ley de mecenazgo será perfecto, porque habrá más gente que se sume y seguro que el volumen generará más actividad. Habrá personas que estudiarán esta opción con más cariño. Pero en nuestro caso, nuestro mecenas tiene muy claro que quiere aportar recursos al deporte independientemente del interés mercantil o económico.



El Valencia Basket femenino aspira a consolidar su posición en Liga Femenina y llegar lejos en la Eurocup.

P.: Valencia Basket cuenta con dos clubes en la élite, el femenino y el masculino. ¿Hay diferencias en la gestión de un equipo y el otro?

R.: En nuestro día a día no hay ninguna diferencia. Las jugadoras tienen sus contratos, su equipo médico y fisio así como los pisos donde viven. También tienen estructuras *ad hoc* para ellas, pero también otras que se comparten ya que la estructura de operaciones y de marketing trabaja para ambos equipos.

P.: ¿Por qué se decide integrar la cantera del Ros Casares tras su desaparición?

R.: Este club siempre ha tenido muy clara la igualdad entre hombres y mujeres. Por ejemplo, hace décadas fuimos los primeros en decidir no tener *cheerleaders*, por ejemplo. Valencia Basket nunca tuvo la tentación de desarrollar el baloncesto femenino porque la ciudad había tenido a dos de los grandes, como fue el Dorna Godella y, posteriormente, el Ros Casares. No existía esa necesidad, pero cuando desapareció el Ros Casares inmediatamente el club lo que hizo fue integrar la cantera, pero no al equipo profesional. Creíamos que era muy pronto para nosotros porque desconocíamos cómo hacerlo; preferimos organizarnos internamente y definir una hoja de ruta para luego ejecutarla. De haber asumido el primer equipo de primeras hubiéramos empezado la casa por el tejado.

P.: Decidieron volcarse con el primer equipo hace dos temporadas. ¿Por qué entonces?

R.: Fue un equipo que ascendió de liga nacional a Liga Femenina 2 por méritos propios y, tras dos temporadas, el club decidió dar el paso invirtiendo recursos económicos. Decidimos hacerlo porque, igual que los niños tienen sus iconos, las niñas también merecen tener sus líderes que las inspiren a llegar a ser profesionales. Pero definimos unos criterios muy claros, basados en tener nuestras propias raíces volviendo a contar con jugadoras valencianas y españolas que estaban jugando en el extranjero. A día de hoy tenemos ocho jugadoras nacionales, y reforzamos con atletas de fuera de España que aportan verdadero valor y entran dentro de la filosofía de trabajo que tenemos.

Jose Puentes: “Decidimos tener un equipo profesional femenino porque las niñas también merecen tener sus líderes e iconos que las inspiren”

P.: A la hora de fichar, ¿cómo se detecta que un jugador o jugadora tiene interiorizados los valores del club?

R.: No es fácil, pero cuando buscas talento no sólo te fijas en lo que un jugador o jugadora te aporta sobre el parquet, sino que preguntas a entrenadores de formación de sus países. Queremos y necesitamos saber cómo ese atleta es en el vestuario y si su vida es ordenada o no. Y lo hacemos porque buscamos que esas jugadoras sean iconos de las niñas pequeñas; si arriba tenemos un mal ejemplo de nada va a servir. Si te fijas, en nuestro equipo no tenemos una mega estrella, sino que contamos con un bloque, y de eso nos sentimos muy orgullosos.

P.: ¿Preocupa a los clubes la no continuidad de Dia como patrocinador principal de Liga Femenina?

R.: Confiamos mucho en la Federación Española de Baloncesto (FEB) y en los pasos que está dando. A los clubes nos gustaría ir más rápido, pero sabemos que no es fácil. La FEB está trabajando otros posibles candidatos, en los que confiamos. Tenemos claro que la federación es la primera interesada en que la liga crezca con solidez. La salida de Dia no nos afecta de momento, salvo que la competición se quede huérfana de patrocinador para este año, algo que no esperamos que suceda.

P.: ¿Cuándo cree que será posible vender los derechos de la Liga Femenina a cambio de recursos económicos?

R.: Cuando el aficionado y aficionada consuma más baloncesto femenino. Las televisiones pagarán en el momento en que vean que hay telespectadores; es así de triste, pero es una realidad. En el club creemos en la meritocracia, damos oportunidades a hombres y mujeres por igual. Claro que hay que ayudar al femenino entre todos, y por eso le damos máxima visibilidad para que precisamente se vea la verdadera oportunidad que tiene el deporte femenino. Pero llegado a un punto, te lo tienes que ganar, y es algo que estamos demostrando.

P.: Valencia Basket vende un abono global que da acceso a los partidos del masculino y el femenino. ¿Qué resultado ha dado?

R.: Lanzamos el abono, lo subimos de precio, y aun así hemos incrementado el número de abonados. Y no son aficionados que sólo acudan a ver al masculino, pues muchos han descubierto que el femenino es entretenido y han seguido viniendo. La asistencia media es de 3.500 personas que pagan para ver el partido; no ofrecemos entradas gratuitas porque creemos que tenemos que poner en valor el baloncesto femenino. No creemos que el apoyo deba ser fruto de llenar un pabellón o un estadio de fútbol una vez, el mérito está en llenarlo cada fin de semana en un pabellón grande.

P.: ¿Quién es el mayor responsable de visibilizar el deporte femenino?

R.: Tiene que ser una obligación de todos, cada uno en su parcela, desde las televisiones hasta la Administración, pero sobre todo los clubes. Nos lo tenemos que

PALCO23

trabajar para que se hable de esto; debemos ofrecerles una buena producción y un buen producto, porque si se lo pones fácil a estos actores, darán visibilidad. Hay que pasar de palabras, a hechos.