

CLUBES

Sancho (San Pablo Burgos): “Generamos la necesidad de que la sociedad se ilusione por el básquet”

El presidente del club de baloncesto, que debuta en la élite tras varios intentos fallidos, considera que “la ACB tiene un potencial terrible”, y señala que si todos los actores de la liga van en la misma dirección se podría conseguir una liga más importante.

Guillermo G. Recio
18 ene 2018 - 04:55

“El máximo activo que tenemos son los aficionados, que para nosotros son Patrimonio d

Félix Sancho es uno de los directivos de baloncesto con menos experiencia de la ACB. Sin embargo, el proyecto que lidera en Burgos con el CB Miraflores ha hecho que sea un modelo a seguir con una masa de aficionados que sitúa al club entre los primeros de la Liga Endesa en términos de asistencia. Para conseguirlo también ha sido vital el compromiso de cuatro accionistas, que empezaron esta aventura en una competición con mucho oleaje a través del patrocinio de la inmobiliaria San Pablo, del propio Sancho.

¿Cómo consigue un club ascender a la máxima categoría de su deporte en dos años?

En verano de 2015, en la ciudad de Burgos estaba el CB Tizona, que quedó primero de LEB Oro pero por culpa de las condiciones de ascenso a la ACB no entraron al no poder asumir esas condiciones económicas. Al tercer año que les ocurrió lo mismo, los directivos decidieron hacer desaparecer el club. Y es ahí donde la Federación Española de Baloncesto (FEB) ofrece a la ciudad de Burgos una plaza para la LEB Oro, junto al FC Barcelona B a causa de los pocos equipos que quedaban por la desaparición de otros.

Pese a obtener ese favor de la FEB, ¿cómo se crea un club de la noche a la mañana con aspiraciones de ascender a la élite de este deporte en España?

En agosto de 2015, un grupo de empresarios somos capaces de construir un equipo de la nada, sin ningún presupuesto definido ni tener nada concreto. Fue toda una

aventura, ya que no sabíamos ni con cuántos patrocinadores contaríamos, ni si la afición respondería, ni qué jugadores tendríamos.

¿Fue difícil?

Los patrocinadores rehúyen un poco de un nuevo proyecto, aunque conseguimos dinero del Ayuntamiento de Burgos, hicimos una previsión de abonados y de patrocinadores, y poco a poco conseguimos tener un presupuesto de 700.000 euros en nuestro primer año. La segunda temporada, estando ya entre los seis equipos con más presupuesto, lo subimos un poco y quedamos segundos de la liga regular, fuimos finalistas de la Copa Princesa y ascendimos al ser primeros en *play offs*.

“El máximo activo que tenemos son los aficionados, que para nosotros son *Patrimonio de la Humanidad*”

Aquí también tuvieron suerte, ya que la ACB rebajó las condiciones económicas para ascender, ¿verdad?

Se consiguió el acuerdo del canon, que consistía en pagar 1,6 millones en cuatro pagos distintos. Otra vez en verano, el 22 de julio, buscamos recursos y nos trasladamos de pabellón al Coliseum de Burgos. También generamos un programa informático para poder controlar la afluencia al pabellón.

¿Cómo consigue un equipo recién ascendido contar con una media de más de 8.000 espectadores por partido?

Hemos pasado de 2.000 a 8.000 abonados. La ciudad estaba esperando que surgiera un proyecto así: también es cierto que al ser un deporte *indoor* se agradece, por el frío que hace en Burgos, y porque no hay actividades deportivas de primer nivel. El máximo activo que tenemos son los aficionados, que para nosotros son *Patrimonio de la Humanidad*.

¿Cuál es su filosofía para convencer a los fans?

Nuestro máximo objetivo es que la masa social responda. Nosotros generamos la necesidad de que vengan al pabellón de baloncesto, generamos ilusión y el reto es conseguir que se mantenga en el tiempo para que los patrocinadores sigan apostando.

Y, para un recién llegado, ¿qué opinión le merece el actual escenario de la ACB?

La ACB es una liga con un potencial terrible. Hay que darse cuenta que estando todos unidos sería una competición potentísima y grandísima. Los cortos de miras no van bien.