

COMPETICIONES

Chus Bueno (NBA): “Tenemos dos escenarios y todo dependerá de las vacunas y los gobiernos”

El directivo es vicepresidente de Basketball Operations de NBA en Europa, Oriente Medio y África (Emea).

M. L-E.
11 dic 2020 - 16:47



Chus Bueno es vicepresidente de Basketball Operations de NBA en Europa, Oriente Medio y África (Emea). La competición volverá el 22 de diciembre y ha visto recortado su calendario a 72 partidos en liga regular, además del All-Star. En la temporada 2019-2020, los ingresos de la NBA cayeron un 10%, hasta 8.300 millones de dólares, debido a la pandemia del Covid-19. Para la temporada 2020-2021, las estimaciones pasan ahora por un ajuste total de 1.500 millones de dólares. En la última temporada, las audiencias en Estados Unidos han caído. Sin embargo, en España la situación ha sido contraria.

Pregunta: ¿Cómo valora las audiencias de la NBA en España en un año en el que en Estados Unidos han sido más bajas de lo habitual?

Respuesta: Hemos tenido la suerte de que, por el hecho de competir en una burbuja,

hemos tenido más partidos en *prime time*, por lo que las audiencias han aumentado un 36%. En el ámbito global, hemos vivido una situación excepcional, pero los datos se tienen que poner en cuarentena porque, por ejemplo, en el ámbito digital estamos satisfechos.

P.: ¿Cómo puede la NBA crecer en España?

R.: No me gusta hablar sólo de audiencias porque es incompleto, es una competición muy popular. El consumo digital está allí y cada vez se consume más; también ha aumentado el ecommerce y otras vías de negocio. Al final, lo que hay que valorar es cómo crece en España en general porque es un país de baloncesto donde hay muchos aficionados. Lo importante es que el baloncesto se haga más grande y tenemos que hacer todo lo que esté en nuestra mano para crear más fans que consuman en todas las líneas de negocio. Tenemos un ecosistema, una federación nacional, unas autonómicas, una selección y una liga fuerte. Todo nuestro ecosistema hace que nuestras oportunidades sean mayores que en otros territorios. Por lo tanto, en el futuro, tenemos que seguir reforzando las experiencias, desde NBA2K hasta los temas digitales, los eventos o las acciones que se pueden realizar. En España somos un ejemplo porque tenemos de todo para los aficionados.

“Hemos tenido la suerte de que, por el hecho de competir en una burbuja, hemos tenido más partidos en prime time, la audiencia ha aumentado un 36%”

P.: ¿El fichaje de Marc Gasol por los Lakers puede ser un revulsivo para la competición en España? ¿Este tipo de movimientos afecta?

R.: Está clarísimo, pero hay otros jugadores que son excelentes embajadores y que hacen un gran trabajo. El hecho de estar en los Lakers tiene una gran atracción porque es una marca reconocida mundialmente; pero también lo es Ricky Rubio. Hay muchos españoles buenos embajadores y también jugadores que, aunque no son de España, han tenido sus historias en el país y esto hace que sean conocidos y tengan su afición. Por ejemplo, junto a Calderón, Pau Gasol ha sido el gran embajador y esto ha hecho que muchos españoles conocieran a otros jugadores. Al final, sigues a los mejores jugadores porque te has aficionado a la NBA.

P.: ¿Cómo está la NBA en España?

R.: Está muy establecida. Tenemos una oficina que se encarga de Emea y el

ecosistema es muy fuerte. Tenemos muchas cuentas de redes sociales, *partners* como Movistar, Dazn o Endesa y NBA2K tiene en España uno de sus mercados más fuertes. También hay un acuerdo con la federación para hacer ligas junior NBA. Estamos cómodos en España.

P.: En España la NBA se ha aliado con T3N para abrir una nueva escuela. ¿Cuál es el objetivo de la infraestructura?

R.: Queremos promocionar el baloncesto desde abajo y que algún local triunfe. Pero es un proyecto más amplio en el que además de una escuela hay una residencia. Queremos formar a los estudiantes con los valores del deporte. Es un acuerdo por diez años. Hay 400 habitaciones y grandes instalaciones para dar vida en verano. No es sólo para la época de residencia.

“El ecosistema español hace que nuestras oportunidades sean mayores que en otros territorios”

P.: ¿Cómo afronta la NBA la nueva temporada teniendo en cuenta la afectación del coronavirus?

R.: No es el mejor escenario, pero todos hemos asumido que tenemos una pandemia. Empezaremos más tarde y lo acabaremos más tarde, pero queremos acabar con gente. Vamos paso a paso, tenemos muchos escenarios y hay incertidumbres, pero no podemos dejar de asumir la competición con ilusión. Hay diferentes retos porque no estamos en una burbuja, pero estamos preparados.

P.: La NBA ha tenido que emitir deuda, ha rebajado las restricciones de patrocinio y las franquicias han tenido que ajustarse el cinturón. ¿Cómo ha sido la gestión económica de la pandemia?

R.: Nadie ha quedado ajeno, todos los deportes se han visto muy afectados. Hemos hecho previsiones con ajustes, pensando que de momento no podemos activar la competición como queríamos. Hay eventos que no podremos realizar y todo tendrá un impacto en los presupuestos, por lo que los hemos tenido que ajustar. Por el momento, trabajamos en un escenario optimista y otro que no, dependerá de las vacunas y de los gobiernos, no sólo del estadounidense. Tenemos que ser flexibles en un entorno dinámico.

P.: ¿Cómo afronta la competición la ausencia de *ticketing*?

R.: Todo dependerá de cómo de cerca estemos de la normalidad. No sabemos si será

con un aforo del 30%, del 50%. Cuánto más nos acerquemos a la normalidad, mejor proyección tendremos. Tenemos que ser optimistas, cuantos menos números para eventualidades hagamos, mejor irá la cosa. Puede pasar de todo.